

# Le Patriote

## Beaujolais-Val de Saône

Jeu'di 24 octobre 2013 - N° 948 - 1,50 € - HEBDOMADAIRE D'INFORMATIONS LOCALES  
126 rue de la Sous-Préfecture - CS 40135 - 69655 Villefranche Cedex - Tél. 04 74 60 69 97 - www.lepatriote.fr

### Viticulture

## Chermette, une "marque" de l'excellence beaujolaise

Précurseurs dans de nombreux domaines, Pierre-Marie et Martine Chermette ont créé avec le domaine du Vissoux une référence de la viticulture beaujolaise partout dans le monde. Un statut pour lequel il faut se battre au quotidien.

Le domaine du Vissoux, Saint-Vérand, un après-midi de début octobre. De ce lieu aux confins du vignoble sortent chaque année des cuvées appréciées dans le monde entier. Comme Brun, le regretté Lapiere et quelques autres, Chermette est un "nom", de ceux qui portent sur leurs épaules l'image des vins du Beaujolais auprès des connaisseurs. Médiatisé, loué par les critiques, un atout pour la notoriété et l'attractivité du territoire.

Ce jour-là, c'est Martine qui reçoit. Pierre-Marie, le "magicien", a le corps et l'esprit tout entiers tournés vers ses cuves, là où le millésime 2013 est en train de naître.

Trente-cinq hectares (moitié en beaujolais, moitié dans les crus),

sept salariés et 220 000 bouteilles commercialisées chaque année dans vingt-deux pays différents : une vraie petite entreprise. Au départ de l'aventure et aujourd'hui encore, Martine Chermette assure que l'épopée du domaine du Vissoux tient plus de la passion que du calcul financier. *"On agit par conviction, avec notre cœur, avant toute démarche commerciale"*, résume-t-elle.

### Précurseurs

Chermette, c'est une "marque" qui, outre la qualité, s'est construite sur ce point fort, sur ces intuitions que dans d'autres milieux on appellerait innovations. Bouteille bourgeoise, packaging, orientation vers des vins plutôt "nature", le



Pierre-Marie et Martine Chermette, duo de précurseurs.

couple a souvent fait figure de précurseurs. *"Pendant longtemps, nous n'avions pas les vins à la mode."* Ils ne le diront

jamais ainsi, mais aujourd'hui on les copie. Jouer les pionniers, c'est cependant prendre parfois le risque de se casser

les dents. *"Nous avons été en Chine en 2005, trop tôt. Pareil pour l'Inde quelques années plus tard"*, souligne Martine Chermette. *"Mais les marchés émergents ne constituent pas notre cible naturelle."* Une façon de dire que quand on n'a pas l'étiquette "champagne" ou "grand château bordelais", on ne peut pas aller partout. Et que ce n'est pas parce qu'on s'appelle Chermette que tout est simple.

### Marges trop faibles

Pour maintenir le chiffre d'affaires d'année en année, il faut aussi ramer. *"En beaujolais nouveau, il faut remplacer des gros clients qui cessent ou réduisent leurs commandes par une multitude de nouveaux clients, beaucoup plus petits."*

*"C'est un énorme travail. Et puis de manière générale les marges sur chaque bouteille sont très faibles. Le Beaujolais pâtit de cela."* Pierre-Marie fait un crochet dans la conversation. *"Notre vignoble dispose d'un matériel vieillissant, de vignes encore largement à moderniser, de méthodes de production pas encore assez écologiques, des chantiers incontournables pour au moins une génération"*, explique-t-il.

C'est à ce prix que le vignoble parviendra à conserver sa place sur la carte du territoire français et international. Et pour tirer le Beaujolais vers le haut, il faut des locomotives pour entraîner tous les wagons.

■ Julien Verchère