GRANDES ÉCOLES UNIVERSITÉS | LE JOURNAL

NUMÉRO 23 - MAI / JUIN 2016

HORS-SÉRIE
SPÉCIAL INGÉNIEURS

Le Grand Entretien:

Jacques Biot,

président de Polytechnique

Le Grand Entretien :
Alain Schmitt, directeur de l'Ecole des mines d'Albi

François Cansell, directeur de Bordeaux INP & président de la CDEFI

Portrait :
Yves Poilane, directeur de Télécom ParisTech

© Ecole polytechnique J. Barande

CHAMPAGNE BARONS DE ROTHSCHILD

UNE GAMME D'EXCEPTION

FIN CONNAISSEUR DES MAISONS DE CHAMPAGNE ET DE L'UNIVERS DU VIN, **FRÉDÉRIC MAIRESSE** ORCHESTRE DEPUIS 2010 LE DÉVELOPPEMENT DE LA MAISON CHAMPAGNE BARONS DE ROTHSCHILD, EN QUALITÉ DE **DIRECTEUR GÉNÉRAL**. EN 6 ANS, CET INGÉNIEUR AGRONOME, ŒNOLOGUE **(INP TOULOUSE, DESS ADMINISTRATION DES ENTREPRISES 87), DIPLÔMÉ DE L'INSEAD (2000)** A FAIT DE CETTE PÉPITE AUX ALLURES DE STARTUP UNE SUCCESS STORY.

© Lionel Hodiet

APRÈS UN PARCOURS D'INGÉNIEUR, VOUS AVEZ EU ENVIE DE FAIRE DU COMMERCE...

J'ai été séduit par le projet original, unique, extraordinaire de la famille Rothschild, qui souhaitait créer un grand champagne en mutualisant les forces des 3 branches Rothschild pour la première fois de leur histoire (Lafite Rothschild, Mouton Rothschild, Clarke du groupe Edmond de Rothschild). Parti d'une page blanche, j'ai élaboré un plan à moyen terme qui consistait à développer l'outil de production, renforcer le sourcing dans les meilleurs crus de la Champagne et élaborer les meilleures cuvées, pour répondre aux exigences de la famille. Au niveau commercial, j'ai choisi de développer en premier lieu l'Asie en 2010, avec le Japon comme fer de lance pour mieux rebondir sur les marchés européens ensuite en 2011. Puis en 2012, nous avons lancé la distribution en Amérique du nord, en Océanie et en Amérique latine, nous taillant de beaux succès et nous poursuivons notre développement sur le continent Africain.

QUELLES SONT VOS AMBITIONS POUR LA MAISON BARONS DE ROTHSCHILD ?

Ce qui me passionne c'est de toucher aux différents leviers d'une PME, d'organiser, manager, développer, « marketer », innover, voyager. J'ai pu recruter les profils dont j'avais besoin, j'anime une petite équipe d'une vingtaine de personnes, qui a le sourire et la pêche ! Je suis aidé par ailleurs, par les équipes des 3 branches Rothschild pour mener à bien cette belle histoire depuis le début.
Notre objectif est de continuer sur notre lancée, d'amener nos produits à la quintessence des grands champagnes et de vendre 400 à 500 000 bouteilles par an. Avec une ambition, être référencé et dégusté sur les meilleures tables et dans les plus beaux endroits de la planète. Par ailleurs nous nous efforçons avec l'aide du réseau de la famille Rothschild de développer notre activité cadeaux d'affaires, Duty Free, et de tisser des liens forts avec des marques prestigieuses qui partagent les valeurs d'excellence de la famille.
A plus long terme, la famille Rothschild souhaite continuer à acheter quelques *« pépites »* au sein des meilleurs crus du vignoble champenois pour renforcer son attachement au terroir et consolider sa gamme de champagnes premiums.

QUELS TYPES DE PROFILS RECHERCHEZ-VOUS ? QUELLES VALEURS RECHERCHEZ-VOUS ?

Plutôt des profils commerciaux. J'ai renforcé l'équipe commerciale sur l'Europe, recruté en Asie et nous sommes en cours aux Etats Unis. Nous avons également embauché récemment un ingénieur Œnologue au niveau process et je prends régulièrement quelques stagiaires sur des longues durées de préférence. Quand on travaille avec une famille aussi prestigieuse, on a des devoirs et il y a une ligne à ne pas franchir.
Il faut savoir rester humble, appréhender l'ADN des produits, les codes de la maison, les valeurs de la famille et avoir toujours en tête qu'on n'est pas soi-même un Rothschild mais au service de cette formidable famille.

© Mathieu Joyeux

DES CHAMPAGNES PREMIUMS ISSUS DE TERROIRS D'EXCEPTION

Soucieux de transmettre aux générations futures les valeurs d'entreprise et d'humanisme qui les animent - Concordia, Integritas, Industria -, les barons de Rothschild ont uni les flèches de leur blason pour créer un champagne d'exception, en s'alliant avec les meilleurs vignerons champenois, en associant leurs moyens, et leurs réseaux internationaux de distribution. Objectif, créer des champagnes différents, de qualité, élaborés à partir de terroirs d'exception. Cette maison à taille humaine offre aujourd'hui une gamme composée d'un brut, d'un blanc de blancs, d'un rosé, d'une cuvée millésimée - Vintage 2006 - et d'un extra brut. Fruit de l'assemblage des meilleurs Chardonnays et des meilleurs Pinots Noirs de la Champagne, ces vins vieillis en cave entre 4 et 8 ans, qui symbolisent les valeurs de l'excellence et l'art de vivre à la française, sont associés aux événements familiaux, caritatifs, aux opérations de relations publiques, aux événements sportifs de haut niveau. Accompagné par la famille Rothschild, Frédéric Mairesse poursuit la conquête de nouveaux pays en organisant dégustations et lancements, *« nous sommes présents dans 80 pays et en avons au moins 60 en nursery »*.

CHAMPAGNE BARONS DE ROTHSCHILD SÉLECTIONNÉ PAR LE RITZ PARIS, LONDRES ET RITZ CARLTON !

Sollicité par le Ritz Paris qui souhaitait *« premiumiser »* certains de ses produits phares comme le champagne pour accompagner la réouverture du Palace en 2016, Les Champagnes Barons de Rothschild ont été retenus depuis début 2016 comme champagne « Maison » par le Ritz Paris. Par ricochet, le Ritz de Londres et une partie des Ritz Carlton de la planète ont choisi également Barons de Rothschild pour leurs établissements. Un partenariat qui vient renforcer la visibilité de la marque dans l'univers du luxe.

CHIFFRES CLÉS

Présents dans **80** pays
Production sur une base d'approvisionnements de **70** hectares. Ventes pour **35 %** en Asie & Océanie, **40 %** en Europe, et **25 %** sur le continent Américain.

Agnès Malsert-Olivier

Contact : fmairesse@scba-sas.fr