

TÉMOIGNAGE



Avec l'aide de la Team France Export, nous sommes passés de 10 000 à environ 1 million d'euros de chiffre d'affaires aux Etats-Unis.

Son caractère atypique de champagne « convivial et accessible » a rapidement séduit les amateurs aux quatre coins du monde : le Baron-Fuenté étonne par son ancrage dans la Vallée de la Marne et l'originalité de ses assemblages dans lesquels le pinot meunier est souvent majoritaire. Avec 45% de part de CA à l'export, boosté par une croissance annuelle de +10% entre 2005 et 2015, il est aujourd'hui dégusté dans une quarantaine de pays et continue son expansion sur de nouveaux marchés (Asie, Océanie, Amérique Latine, Afrique). Eric de Brisis, Directeur Export depuis 15 ans, raconte cette conquête menée avec la Team France Export.



Eric DE BRISIS

Directeur Export,

CHAMPAGNE

BARON FUENTÉ

**TEAM
FRANCE**
EXPORT

 **Région
Hauts-de-France**

COMMENT S'EST IMPOSÉE L'IDÉE DE L'EXPORT ?

Par stratégie, afin de diversifier les débouchés et de ne pas subir les aléas du marché français. Mais aussi parce que la différenciation apportée par le pinot meunier constituait un véritable avantage comparatif sur certains marchés comme les Etats-Unis, là où il fallait parfois davantage argumenter sur le marché français.

QUELLES ZONES AVEZ-VOUS CIBLÉES ?

Nous avons fonctionné par cercles concentriques : d'abord la France, puis l'Europe proche dans les années 90 (Belgique, Allemagne, Italie, Espagne), puis l'Europe de l'Est et la Scandinavie dans les années 2000. Et c'est réellement en 2010, une fois que la marque était bien installée en Europe, que nous avons tenté le grand export avec une stratégie de conquête des marchés pilotes (Russie, Japon, Etats-Unis).

POUR CELA, VOUS AVEZ TRAVAILLÉ AVEC LA TEAM FRANCE EXPORT...

Oui, sur de nombreux aspects : d'abord la présence sur les gros salons (WWM Chicago, Vinexpo Hong Kong, ProWein Allemagne, ProWein Chine), puis des missions collectives et individuelles. Aux Etats-Unis, la Team France Export m'a permis d'avoir une approche par Etat en me fournissant des études détaillées, des conseils sur le pricing et le positionnement du produit et un suivi régulier de mes prospects. Et puis je dois aussi saluer certains aspects logistiques : en arrivant dans chaque Etat, le conseiller sur place m'emmenait voir les prospects... j'ai donc même eu droit à du covoiturage !

QUEL RETOUR SUR INVESTISSEMENT AVEZ-VOUS PU ESTIMER ?

Aux Etats-Unis, nous sommes passés de 10 000 euros à environ 1 million de CA en dix ans (pour un investissement de 10 000 euros par an environ) ... C'est pour nous le rêve américain ! Donc j'ai voulu répliquer la méthode sur de nombreuses destinations comme le Mexique, Hong Kong, la Chine et des pays d'Europe où nous sommes encore peu présents... Aujourd'hui ma conseillère internationale, basée près de chez nous, centralise nos demandes d'aides régionales et nous appuie sur le montage des dossiers ; nous avons donc en plus ce soutien financier-là qui est important.

L'EXPORT VOUS A-T-IL POUSSÉ À AJUSTER VOTRE PROPOSITION DE VALEUR ?

Disons que nous appuyons plus ou moins certaines gammes en fonction des préférences locales : le Brut Tradition en Scandinavie, le grand de réserve sur les Etats-Unis ou encore le demi-sec sur l'Afrique. Et puis nous adaptons les étiquettes et le suivi réglementaire. Mais l'export nous a surtout appris à moderniser notre image et travailler notre communication : en observant les rayonnages aux Etats-Unis ou en Italie, nous avons pris conscience de la nécessité d'adapter notre packaging. Et aujourd'hui nous multiplions les actions sur les réseaux sociaux et dans les salons pour évangéliser sur le pinot meunier, nous publions nos médailles pour valoriser notre savoir-faire... Le défi à venir : garder le contact avec le client en limitant la présence physique.

QUE VOUS INSPIRENT CES DERNIÈRES ANNÉES D'EXPORT ?

Eh bien d'abord la nécessité d'une bonne capacité d'écoute : le discours de vente, c'est 20% du temps... Tout le reste doit être consacré aux questions, à la prise en compte des contraintes locales et la compréhension du marché - d'où l'intérêt de travailler avec la Team France Export.

Et puis je pense que la crise du coronavirus va catalyser la transformation de la filière en développant le e-commerce et l'appui au distributeur : nous sommes à un tournant !

Portée par Business France, les Chambres de Commerce et d'Industrie, et Bpifrance, Team France Export concentre les meilleures solutions du public et du privé pour faciliter et accélérer votre développement à l'international. A chaque étape de votre projet export, vous bénéficiez des leviers adaptés à votre stratégie, à vos ambitions et à vos moyens.