

# Veuve Devaux affiche ses ambitions

Avec une progression de 18 % en volumes et 19 % en valeur, la marque propre de l'Union auboise dégage un chiffre d'affaires de 9,5 millions d'euros.

**P**our Devaux, l'ambition n'est pas en volumes mais en valorisation ! Christian Jojot, le président du conseil de surveillance de l'union de coopératives de Bar-sur-Seine, place le débat. Mais s'il y a bien un motif de satisfaction pour l'Union auboise, c'est la commercialisation de sa marque propre, Veuve Devaux.

Toutes cuvées confondues, les champagnes Devaux représentent 643 619 cols en 2015. Une hausse de presque 18 % par rapport à 2014. Signe des temps, et indice d'une politique de commercialisation qui commence à porter ses fruits, la valeur dégagée par ces expéditions est, elle, en hausse de 19 %, pour près de 9,5 millions d'euros.

## 8 % de duty free en 2015

Et cela, avec un prix de vente moyen constaté de 14,73 € hors taxes et départ cave. Un prix qui remonte à 15,35 € HT si on enlève le duty free, qui représente encore aujourd'hui 8 % du chiffre d'affaires. L'Union cherche d'ailleurs à baisser cette part du duty free à 5 %, moins par une restriction des volumes sur ce marché que par une expansion de la part de l'export à 40 %, contre 37 actuellement.

La cuvée grande réserve, 26 € TTC, la cuvée D, 36 €, ou Sténopé, 130 €, sont des indicateurs fiables de la politique de prix de l'Union. Il s'agit d'aller chercher de la valeur plutôt que des volumes. À l'image de la lancée réussie de la cuvée Sténopé, avec Michel Chapoutier (notre édition du 6 octobre de l'année dernière) : très limitées, les quantités de cette cuvée de prestige se sont toutes vendues, ou presque...

La marque Devaux, qui avait connu une année 2014 délicate du point de vue de l'export (principalement aux États-Unis ou au Royaume-Uni, pour des raisons d'organisation interne), renoue



De gauche à droite : Laurent Gillet, Christian Jojot, Stéphane Jacquet, Rémi Dehon, l'Union auboise en ordre de bataille.

« Le monde évolue, et le monde du champagne va continuer à se consolider. »

Laurent Gillet

donc avec le succès. Passée d'un chiffre d'affaires de 3,8 ME en 2000 à 9,5 ME l'année dernière, avec un palier autour de 7 ME au moment de la crise, la marque Devaux vise 12 ME à l'horizon 2020. Et pour 2016, les perspectives semblent bonnes, avec un prévisionnel au-delà de 10 ME.

YANN TOUBRE

## 11 % du vignoble auboise

**Surfaces.** En deux ans, les surfaces d'approvisionnement de l'Union auboise sont passées de 1 040 hectares à 914. Un peu plus de 11 % du vignoble auboise. Cette érosion inquiète. Et fait grogner Christian Jojot, le président du conseil de surveillance, qui n'hésite pas à critiquer « le discours de certaines coopératives ». Pour le vigneron riceton, cette « dispersion » ne va pas « dans le sens de l'histoire ». Un message reçu fort et clair dans la salle. Qui n'empêchera sans doute pas les coopératives concernées de consacrer toujours plus de surfaces à leurs marques propres...

**Résultat net.** Conséquence logique d'un nouveau mode de rémunération des apports, le résultat net de l'Union auboise se dégrade pour le troisième exercice consécutif, à tout juste 108 000 €. Pour Laurent Gillet, président du directoire de l'union de coopératives, il va falloir changer le modèle économique de l'entreprise. « Le monde évolue, les marchés et les comportements sont en mutation permanente, et le monde du champagne va continuer à se consolider. »

**Volumes de tirage.** Les volumes tirés au domaine de Villeneuve sont en baisse de 35 %, à un peu plus de 4 millions de cols. Cette baisse, tout aussi attendue que celle du résultat net, s'explique en partie par la renégociation d'accords avec les négociants.