

# Les Wineries du Rhône

**Castel Frères**



PORTRAIT —

## CASTEL FRÈRES « LE FIL QUI NOUS RELIE, C'EST LE RHÔNE »

Christophe Chagnot dirige le site de Saint Priest pour le Groupe Castel. Un site qui marque l'**intérêt du premier groupe Français de négoce pour la vallée du Rhône et le potentiel de ses vins à l'export.**

Quinze millions d'euros ont été investis sur le site de St Priest depuis le rachat de Selles et le regroupement des activités Rhône de Castel aux portes de Lyon. L'objectif est de poursuivre, en l'accéléralant, l'enracinement du Groupe dans une région où il n'a pas encore les parts de marché qu'il a ailleurs. Résultat côté outil, une flexibilité qui permet de traiter plus de cinquante bouteilles différentes, soit autant que sur toutes ses autres lignes d'embouteillage. Et côté stratégie, la réorientation complète des bases du métier de négociant.

« Auparavant, explique Christophe Chagnot, nos approvisionnements étaient surtout réalisés via des vracqueurs. Aujourd'hui, nous sourçons nos besoins au plus près de la production, avec comme priorité la cave particulière. Notre rôle de négociant, notre cœur de métier, c'est d'être le lien entre l'attente du consommateur et la production ».

### Le Rhône, axe de développement

Si le Rhône a été identifié par le Groupe Castel comme un axe de développement

fort, c'est pour plusieurs raisons. D'abord, l'importance de l'AOP, deuxième en France après Bordeaux. Ensuite parce que **les vins de la vallée rencontrent facilement leurs publics sur tous les marchés, se mêlant à toutes les cuisines en faisant valoir leurs qualités organoleptiques.** Sans oublier que, dans une région balayée par le mistral, les besoins d'entrants sont moins importants, ce qui répond à une attente de plus en plus forte de la distribution et des consommateurs. Le groupe Castel, propriétaire de 2 500 hectares de vignes, dont 1 000 en France, n'a pas encore de domaine en vallée du Rhône. Mais il regarde attentivement les opportunités qui pourraient se présenter, notamment en Côtes du Rhône Villages comme à Plan de Dieu où il est très actif, ou du côté d'une appellation comme Châteauneuf-du-Pape, capable de lui apporter une vitrine de prestige.

### Développer l'export pour préparer l'avenir

Le site de St Priest réalise actuellement 30% de ses ventes hors hexagone et aimerait amener cette part à 50 %. Les raisons : des positions déjà très fortes en France ; des distributeurs comme Carrefour ou Intermarché qui investissent dans leurs propres outils et une consommation par habitant qui s'est stabilisée autour de 40 litres de vin par an et par personne et qui ne remontera pas.

#### Le groupe Castel est surtout positionné sur les pays émergents.

« Au Cambodge, au Vietnam, en Chine ou en Russie, les gens vivent à l'occidentale, commente Christophe. Le vin est un marqueur de développement. Même si nos positions sont fragilisées, le vin français reste la référence. En Chine, notre premier marché export, le consommateur de vin français a mieux réussi que les autres ou a meilleur goût que les autres ». Sur les marchés les plus mûrs, comme l'Angleterre, la compétition est féroce. Des pays comme le Chili voient dans le Brexit l'opportunité de prendre des parts de marché. Avec la baisse de la Livre sterling,

**Christophe Chagnot,**  
**Directeur Général du**  
**site de Castel Rhône**  
**à Saint-Priest**



*Maison créée  
en 1949.*

*125 salariés.*

*462 292 hl*

*commercialisés.*

*CA 2016 : 57 m€*

*dont export : 12 m€.*

*Marques : Combes*

*de Saint Sauveur,*

*Montalcour, Bouquet*

*du Comtat...*



**« Notre rôle de négociant, notre cœur de métier, c'est d'être le lien entre l'attente du consommateur et la production. »**

les vins français se sont appréciés de 20%. La réaction des distributeurs a été immédiate, les gammes ont été réajustées vers le bas pour compenser la hausse des prix. Voilà pourquoi, affirme Christophe, « même si l'on doit rester présents sur ces marchés, il faut aussi se diversifier et viser les marchés émergents pour préparer l'avenir ».

## **L'UMVR pour l'équilibre**

Selon lui, l'UMVR doit trouver un juste équilibre dans ses investissements afin de défendre les intérêts de la production et du négoce. En veillant à ce que la répartition des budgets tienne compte du commerce réel. « La tentation est grande de concentrer les investissements sur le haut de gamme, parce que l'on se dit que plus le produit est cher et plus il a besoin de soutien, estime t-il. Mais il faut faire attention à rester perceptible par le mass market ». Sur les nombreux marchés à la consommation émergente, la quantité de clients à séduire est énorme.

Et dans tous ces pays, les vins de la vallée du Rhône plaisent. « La région est magnifique observe Christophe. Elle réunit tout ce que les étrangers adorent : les monuments anciens, les paysages, l'art de vivre. Il faut jouer là-dessus en insistant sur le fil qui nous réunit. Et de Vienne à Avignon, ce fil, c'est le Rhône ».



**Castel Frères**

**69803 Saint Priest Cedex**

**+33 (0)4 72 23 36 36**

**[christophe.chagnot@vins-castel.wine](mailto:christophe.chagnot@vins-castel.wine)**

**[www.groupe-castel.com](http://www.groupe-castel.com)**

**Contact UMVR**

**+33 (0)4 90 27 24 16 / 18**

**[presse@umvr.fr](mailto:presse@umvr.fr)**

**[www.umvr.fr](http://www.umvr.fr)**