



Les Jamelles fait monter en gamme le vin de cépage

Originaires de Bourgogne, Catherine et Laurent Delaunay ont fondé Badet Clément & co en 1995 pour développer des vins de cépages en Languedoc. En 23 ans, leur entreprise a bien grandi autour des Jamelles, leur marque phare.

Céologues issus de familles de professionnels du vin, Catherine et Laurent Delaunay ont eu envie de créer leurs propres vins peu après la fin de leurs études. C'était en 1995. Ils ont parié sur le Languedoc, attirés par la qualité et diversité méconnues de ses terroirs ainsi que par la palette étendue des cépages possibles. Depuis Nuits Saint Georges, près de leur berceau familial, ils ont fait de Badet Clément l'un des spécialistes des vins de cépages languedociens avec la marque Les Jamelles.



Depuis 20 ans, les Delaunay arpentent les terroirs languedociens pour repérer les parcelles adaptées aux vins qu'ils veulent faire et assurer la régularité de la qualité. Afin de sécuriser leurs approvisionnements, Badet Clément s'est mis à acheter ses propres vignes. L'entreprise a ainsi acquis en 2015 le domaine du Trésor, une propriété de 94 ha près de Narbonne à Ouveillan.

« Pour les Jamelles, notre projet pour 2018 est de développer des sélections parcellaires sur les monocépages avec des vins 10 à 15 € », confie Laurent

Delaunay qui y voit une façon de prouver l'ancrage dans le terroir et le savoir-faire de la marque.

Nouvelle approche

Tout en mettant les marchés et les consommateurs au cœur de leur démarche, ils ont recherché un style inspiré par leurs origines bourguignonnes : viser la générosité, l'expression du cépage mais avec finesse, en évitant la puissance solaire des vins trop massifs.

La gamme Les Jamelles affiche une trentaine de cuvées dont une collection de 17 cépages. S'y côtoient des grands classiques comme le merlot ou le chardonnay, des cépages locaux comme le cinsault ou le grenache mais aussi des curiosités comme le gewurztraminer ou le pinot gris.

« Ce sont des vins décomplexés, sans prétention, que nous voulons faciles à boire. Nous avons trouvé un positionnement cohérent autour de 7 ou 8 €. Nous cherchons toujours comment nous améliorer. Nous voulons « over deliver », c'est à dire satisfaire le consommateur au-delà de ce qu'il attend pour le prix proposé », raconte Laurent Delaunay.

Un principe qui a réussi à la marque, qui avec sa part de 60 % du chiffre d'affaires et ses 5 millions de bouteilles est le fleuron de la maison. « Selon les pays, il y a des préférences de cépages », observe Laurent Delaunay. En France, le mourvèdre est le vin rouge vedette de la gamme.

Assurer le sourcing

« Notre challenge c'est d'organiser les approvisionnements en développant des partenariats à long terme avec les viticulteurs », souligne Laurent Delaunay.

Une offre étendue

Ces créateurs de vins de marques ont déjà investi le marché haut de gamme avec leur gamme Abbotts & Delaunay développée à partir de 2011. Elle propose des vins plus concentrés, issus de terroirs en altitude. A la Métairie d'Alon, acquise en 2015 sur Limoux, ils développent une logique de hiérarchie très bourguignonne avec des cuvées village ou lieux-dits élaborées à partir de 25 ha de vignes de chardonnay et pinot noir cultivés en bio et biodynamie.

Le Languedoc n'est plus leur seul univers. S'y ajoutent la Provence, des propriétés familiales situées dans le Rhône et en Beaujolais, ainsi que la Bourgogne. Badet Clément y a acquis en 2003 Domaines et Vins de Propriété (DVP), un distributeur de vins de producteurs indépendants. Et fin 2017, en rachetant à la Maison Boisset la Maison Edouard Delaunay fondée par son arrière-grand-père, Laurent Delaunay s'est lancé de nouveaux défis sur sa terre natale.

Au total, Badet Clément diffuse 15,6 M de bouteilles pour un chiffre d'affaires de 42,70 M€ et exporte à 64 % dans 55 pays. Au premier semestre 2018, les résultats étaient en hausse de 22 %. La distribution est une préoccupation croissante de Badet Clément. L'entreprise a investi dans des start-up innovantes de la winetech avec l'objectif d'être en pointe sur la commercialisation digitale en e-commerce et m-commerce (sur mobiles).

Catherine Gerbod

Rédaction : Catherine Gerbod et les correspondants régionaux.

Tél. : 01 42 74 28 12 - 01 42 74 29 46 • E-mail : cgerbod@agrappresse.fr