

**VINS**

CAVAILLÉ : 70 ANS, L'ÂGE DE RAISIN

L'ENTREPRISE SAVOYARDE DE NÉGOCE DE VIN CÉLÈBRE SEPT DÉCENNIES D'EXISTENCE ET SONGE À REVENIR À SES RACINES EN ACQUÉRANT DE LA VIGNE.

Par Éric Renevier

Au sortir de la guerre, un pilote de chasse languedocien, Jean Cavaillé, posté à la base du Bourget-du-Lac, raccroche son uniforme. Issu d'une famille de vignerons, il décide de rester en Savoie et d'y ouvrir un négoce de vin : nous sommes en 1949, il y a tout juste 70 ans. D'emblée, Jean Cavaillé noue des partenariats avec des producteurs locaux et vise le marché des cafés, hôtels et restaurants (CHR) des environs. Près de 30 années plus tard, son fils, Michel, suit ses traces. D'abord, lui aussi, comme pilote de chasse, puis à la tête de la société où il va s'appliquer, d'une part, à diversifier les approvisionnements hors de la région et, d'autre part, à conquérir le marché des stations.

« Il a donné à l'entreprise un profil qu'elle conserve globalement aujourd'hui », commente Laurent Cavaillé, fils de Michel et actuel codirigeant (pdg), avec son frère Jean-Christophe (directeur général). À savoir une entreprise régionale, présente sur les Pays de Savoie, l'Isère, les Alpes-de-Haute-Provence et les Hautes-Alpes. Le Rhône et l'Ain voisins sont volontairement délaissés car trop sous influence d'autres terroirs (Bourgogne, Beaujolais, vallée du Rhône). « Nous avons une identité montagnarde », résume Laurent Cavaillé, même si la société a aussi mis un pied dans le Vaucluse (*lire par ailleurs*).

Cavaillé est au service de 1 500 clients CHR, en plaine et en stations. Elle est présente aussi dans la grande distribution (30% du chiffre d'affaires, uniquement via des liens directs avec les magasins) et à l'export (5%). Les vins de Savoie pèsent 20% des ventes totales et sont en grande majorité commercialisés sous l'étiquette Jean Cavaillé. Certains producteurs sont d'ailleurs les petits enfants des vignerons avec lesquels le fondateur avait noué ses premiers contrats. « Plus que des fournisseurs, ce sont de vrais partenaires », souligne le dirigeant pour mettre en valeur le travail réalisé en commun, de l'établissement du cahier des charges à la mise en bouteille, réalisée sur chaque propriété.

ROSÉS, WEB ET ACCUEIL DU PUBLIC

L'étiquetage et le stockage ont lieu à Aix-les-Bains dans un bâtiment de 3 000 mètres carrés pouvant accueillir jusqu'à 950 000 bouteilles, d'une valeur unitaire de 3 à... 40 000 euros ! Un lieu impressionnant que l'entreprise ouvre à ses clients et qu'elle a donc décidé d'équiper, il y a trois ans, d'une boutique avec salle d'accueil et de dégustation ouverte aussi au grand public, La Cave-Maison Cavaillé. Un véritable succès qui a contribué à valoriser



IDENTITÉ Cavaillé SAS

- Création : 1949, par Jean Cavaillé
- Siège : Aix-les-Bains, zone des Combaruches
- Chiffres d'affaires 2018 : environ 10 millions d'euros
- Effectif : 28 personnes
- Activités : négoce de vin, vente aux particuliers, accueil des entreprises, clubs et associations pour de l'événementiel lié au vin.
- Actualité : l'entreprise fête ses 70 ans. Elle est en croissance régulière, s'applique à élargir son périmètre d'activité (Vaucluse, vins rosés), suit les tendances (réflexion sur un site web marchand) et projette de racheter quelques hectares de vignes pour peaufiner son image.

FAMILLE

Après un début de carrière en solo, Jean-Christophe Cavaillé a rejoint l'entreprise familiale il y a une douzaine d'années. Il l'a notamment développée dans le Sud (la société est donc présente aussi dans le Vaucluse) et la codirige maintenant avec son frère Laurent (ils sont respectivement directeur général et pdg).

l'image et le savoir-faire. Si bien que la société réfléchit maintenant à ouvrir d'autres lieux d'accueil, en veillant à ne pas heurter de front ses clients professionnels. Alors qu'elle s'apprête à fêter ses 70 ans, l'entreprise, qui emploie 28 personnes pour un chiffre d'affaires de près de 10 millions d'euros en 2018 (en croissance régulière de plus de 5% par an), cultive aussi d'autres pistes de développement.

D'abord, en continuant d'étoffer sa liste de vins rosés, passées de 5 à 35 références en dix ans : « La consommation augmente depuis plusieurs années. Elle est de moins en moins saisonnière. Le phénomène est mondial et ne semble pas près de s'arrêter », explique le pdg.

Ensuite, elle veut progresser sur le web, avec un site marchand en plus de son site vitrine et de la page Facebook de La Cave-Maison Cavaillé. L'idée est de se différencier grâce à une gamme focalisée sur des producteurs indépendants.

Enfin, Cavaillé songe à acheter de la vigne. Un retour aux sources ? « Oui, même si nous ne souhaitons pas acquérir de grandes surfaces. » Plus que les volumes de production, c'est bien l'image qui est en jeu. Le terroir visé pourrait être la Savoie, mais aussi la vallée du Rhône ou même le Languedoc des origines familiales.