

Remettre le château au milieu du vignoble

Publié le 08/04/2021 - 08:00 • par Audrey Domenach



Comme on pourrait « remettre l'église au milieu du village », le château de Crémat en AOP bellet remet son château au milieu du vignoble ! Repensant ses fondamentaux, ce petit domaine viticole qui surplombe la ville de Nice travaille dorénavant main dans la main avec un autre domaine voisin : le Domaine de Toasc. Au programme : une gamme de vins clarifiée, un packaging revu et corrigé, des travaux de réfection du château engagés.

Le Domaine de Toasc et le Château de Crémat sont dorénavant les propriétés d'un seul et même propriétaire, M. Derichebourg. Alain Valles est responsable vigne et vin et Kathleen Moreau, responsable commerciale, sur ces deux domaines. Comment fonctionnent ces deux propriétés voisines ?

Alain Valles : Depuis le rachat du Domaine de Toasc en 2019, nous couvrons 30 % de l'aire de production de l'appellation bellet qui compte plus ou moins 60 hectares, tout en agriculture biologique. Le fait d'offrir une gamme de vin plus complète aujourd'hui nous permet de séduire de nouveaux clients, qui bénéficient d'une offre plus large : le Château de Crémat pour ses cuvées élaborées et son style soigné ; le Domaine de Toasc pour sa modernité, son style décalé (la gamme Lou Vin d'Aqui avec les étiquettes dessinées par l'artiste Ben), la fraîcheur et le fruit croquant de ses vins. Ces deux domaines sont complémentaires, car ils proposent des cuvées avec des styles différents (cuve ou bois), dans l'expression du terroir de Bellet et sa typicité gustative. Ainsi, nous avons des vins adaptés à chaque instant de dégustation et qui s'accordent

avec des plats variés. Les points communs essentiels entre les deux domaines ? Le vigneron et le terroir ! Ce sont les mêmes équipes qui travaillent la vigne et le vin sur la même appellation, bellet. La différence majeure ? Le domaine de Toasc propose une production de vin rosé. Techniquement, nous « jouons » avec une palette incroyable de terroirs et d'expositions, car le vignoble est en terrasses, avec des cépages totalement locaux et endémiques de la région (la folle noire, le braquet...). Nous travaillons nos vignes en bio depuis dix ans, et ce au sein d'un espace naturel préservé d'un point de vue sanitaire (pesticides). C'est un vrai plus pour notre démarche de production de vins sains, et cela ne laisse pas les clients indifférents. Nous avons pour projet de planter de nouvelles vignes autour du château, afin de mettre en place des essais sur de nouveaux terrains, et d'être en capacité de montrer les vignes lors de visites.

Qui achète les vins du Château de Crémat ?

Kathleen Moreau : Les vins du Château de Crémat sont principalement vendus en distribution locale, au plus proche de son environnement et de sa gastronomie provençale. Nos clients sont à 70 % des professionnels CHR et à 30 % des particuliers. Cela s'explique par la forte activité touristique de la Côte d'Azur et par la volonté des consommateurs de se déplacer pour acheter en direct les vins qu'ils ont dégustés et découverts aux restaurants, à l'hôtel ou chez les cavistes, qui sont nos vitrines. Nous sommes référencés au Negresco, à La Petite Maison, à Lou Pantail ou sur la plage du Magellan, ou encore aux Caves Caprioglio et à la cave Bianchi, dans le Vieux-Nice. Ainsi, ces amateurs de vin, locaux, internationaux, touristes ou non, montent ensuite au château pour en savoir plus, et découvrir le cadre ainsi que les méthodes de production, l'histoire du lieu... Nous fonctionnons sur un réseau consommé-acheté.

Insistez-vous sur un de vos circuits de distribution en particulier ?

K. M. : Nous ne négligeons aucun circuit. Avec une toute nouvelle équipe commerciale interne, nous privilégions le circuit court et direct auprès des particuliers à travers la vente au caveau, l'œnotourisme, l'organisation d'événements dans nos espaces en location, en développant le e-commerce et nos nouveaux sites Internet.

Sur le circuit CHR local, nous avons un attaché commercial interne et nous gardons le soutien d'un agent local. Sur Paris, le recrutement d'un nouveau commercial, toujours en interne, nous permet d'envisager plus particulièrement notre expansion.

Le marché à l'export n'a pas été développé jusqu'ici. Nous y travaillons dorénavant. À l'export, les marchés qui affectionnent plus particulièrement les vins français sont l'Allemagne, la Belgique, le Royaume-Uni et la Chine, suivis du Canada, du Japon, de la Suède et du Danemark. Les marchés export porteurs prioritaires pour nous sont aussi les marchés de visiteurs particuliers étrangers qui affectionnent nos vins et qui seront heureux de pouvoir les retrouver chez eux (Belgique, Scandinavie).

Notre vin est un produit de niche, et cela suppose un accompagnement dans sa commercialisation. Dès lors, un simple contact n'est pas suffisant. Il faut une rencontre pour susciter l'intérêt et la confiance. Nos prix à la bouteille sont alignés sur les vins de Provence comme Bandol, Cassis, Palette, Beaux de Provence.



chateaucremat • Abonné(e)
Château de Crémat

...



chateaucremat Pour cette toute nouvelle cuvée 🍷 #2019 🍷 nouvelle bouteille, nouvelle étiquette et nouvelle capsule!!!... Hâte de vous la



chateaucremat • Abonné(e)
Château de Crémât

chateaucremat Pour cette toute nouvelle cuvée 🍷 #2019 🍷 nouvelle bouteille, nouvelle étiquette et nouvelle capsule!!!!... Hâte de vous la faire déguster 😊... Une pure merveille!!... 🍷 Dans notre magnifique @chateaucremat à @villedenice ❤️

2 sem

marjoryelain Bravo à Julien pour ce nouveau millésime!!! 🍷

2 sem Répondre

joveislikearose 🍷🍷🍷

2 sem 1 mention J'aime Répondre

❤️ 💬 📌

Aimé par **drinkfluentfrench** et **162 autres personnes**

28 FÉVRIER

😊 Ajouter un commentaire... [Publier](#)

Participez-vous à des concours, des Salons ?

K. M. : Pour la clientèle particulière en local, nous participons à deux Salons qui se tiennent à Cagnes-sur-Mer : le Salon des vigneronns et le Salon du palais gourmand. Cette année, nous tentons aussi le Salon « ID Weekend » de Nice. Lors de ces Salons, nous faisons la promotion de nos activités, notre château, nos espaces de réception, nos visites, nos vins. Nous donnons envie de découvrir l'appellation bellet qui reste mal connue, même au niveau local... Nous participons aussi au Salon Bio organisé par les Vignerons indépendants de France qui se tient à Paris Porte de Champerret. Pour les professionnels, Millésime Bio, à Montpellier, est le rendez-vous des vignobles en agriculture bio. Cette année, c'est une expérience 100 % digitale. Surprenant mais efficace ! Avec notamment de bonnes rencontres parisiennes. Le Salon Vins d'azur est aussi au programme en avril 2021. Nous avons participé à l'édition d'octobre à Juan-les-Pins en formule adaptée. Ce Salon est aussi une bonne occasion pour nous de rencontrer nos voisins italiens pour échanger, déguster et se tenir informés. En juin 2021, nous souhaitons participer à Wine Paris, l'occasion de rencontrer nos clients parisiens, leur faire déguster les nouveautés et avoir un retour sur nos propositions.

Concernant les concours, notre préférence s'oriente vers les concours d'envergure internationale de type Decanter avec des dégustateurs reconnus : Robert Parker, Jancis Robinson. Ou encore le Grand Tasting de Hong Kong organisé par Bettane+Desseauve pour l'année prochaine... et le Concours mondial de Bruxelles. En France, les concours Terre de vins, Guide Hachette, Guide RVF et Bettane+Desseauve nous semblent incontournables. C'est une façon de mettre nos vins et notre travail à l'épreuve, mais aussi de communiquer avec une clientèle sur des actualités et l'amener à goûter nos vins, grâce aux médailles et aux coups de cœur obtenus.

Comment se démarquer de la concurrence ?

K. M. : Sur le marché du vin local, les sept autres vignobles de Bellet sont nos confrères. Les professionnels niçois référencient jusqu'à trois bellets sur leur carte, et plus chez les cavistes. C'est la communication sur nos vins et la représentativité, notre histoire ainsi que l'investissement dans l'accueil et l'ouverture de nos espaces qui nous permettent de nous démarquer, en plus de la création d'ateliers de dégustation comparatifs avec des millésimes anciens que nous avons conservés.

La concurrence directe sur ce marché pour bellet, ce sont les vins de Provence, et en particulier les vins de Bandol et Palette, mais également les vins de Corse et d'Italie. Les vins de Bellet ont besoin d'être mis en avant. Ce sont des vins de sommeliers. C'est notre présence et le contact direct qui nous différencient. Maintenant que nous travaillons sur deux propriétés à Bellet, nous apportons des alternatives avec notre gamme de vins de niche.

Le marché parisien apprécie les vins de niche, les petites pépites. C'est notre typicité qui nous sort du lot, en particulier pour les rouges et les rosés qui n'ont pas d'équivalent dans d'autres régions viticoles.

Comment valorisez-vous vos gammes de vins dans votre packaging ?

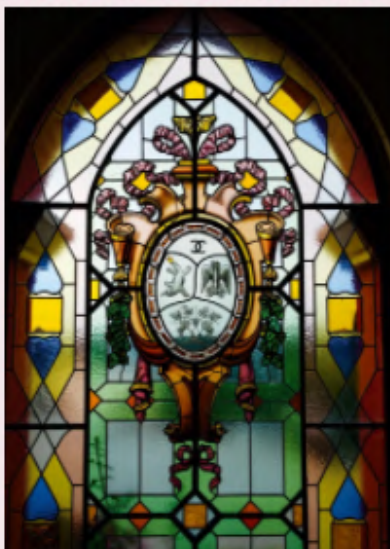
K. M. : Nous voulions développer et travailler sur une communication qui reflète notre état d'esprit, à savoir un mélange de modernité, d'élégance et d'authenticité dans le respect de son histoire. Concernant la nouvelle charte graphique, nous avons du nouveau ! De nouveaux logos, repensés dans des styles plus minimalistes, plus immédiats, élégants, plus aérés. De nouvelles étiquettes, plus chics et modernes, remettant le château au milieu du vignoble. De nouvelles bouteilles plus élancées et élégantes pour Crémât, et plus modernes et décalées pour Toasc.

Le coût des matières sèches d'une bouteille s'élève à 2,25 € HT.

Faites-vous des investissements techniques afin d'affiner vos gammes de vins et de satisfaire cette clientèle ?

A. V. : Nous avons fait l'acquisition de nouveaux matériels : un égreneur pour un meilleur tri du raisin, plus de cuves tronconiques afin de rajeunir les vins et d'obtenir un boisé plus fondu, des plus grands contenants pour la vinification en blanc (600 litres thermorégulées) qui permettront d'essayer des vinifications intégrales en barrique sur différents cépages.

Histoire : le Château de Crémât et l'appellation bellet



Cette année 2021, l'AOP bellet fête ses 80 ans. Avec sa soixantaine d'hectares, bellet est une des plus petites AOP de France, et la seule AOP urbaine ! Nichés en terrasses au cœur de la cinquième ville de France, Nice, ses cépages sont autochtones : en rouge la folle noire, en rosé le braquet, et en blanc le vermentino. Le terroir se situe dans une zone tempérée par l'air, le long de la vallée du Var : l'air marin de la Méditerranée réchauffe les hivers, et le massif alpin tout proche, rafraîchit les étés. Le sol est de type silico-calcaire – appelé « poudingue » (compacté de sable et de galets) – et comprend quelques lentilles argileuses. Cette typicité est une vraie signature viticole !

Il y a près de 2000 ans. les Romains s'installèrent sur le



Il y a près de 2000 ans, les Romains s'installèrent sur le site actuel du Château de Crémât et creusèrent des galeries... qui sont toujours utilisées aujourd'hui pour l'élevage et la conservation des vins. Une des petites histoires du Château de Crémât : Coco Chanel était une amie de l'une des propriétaires historiques, Irène Bretz, qui fut aussi propriétaire du Negresco. Le « CC » de Château de Crémât l'aurait inspirée pour son propre logo !

INFO+

Château de Crémât en rouge et blanc : à partir de 23 €

Domaine de Toasc : à partir de 13 € en rosé, 15 € en blanc et 19 € en rouge

Lou Vin d'Aqui : 9 €

Article paru dans Viti Leaders 460 d'avril 2021

[château de cremat](#) [bellet](#) [Nice](#) [packaging](#) [oenotourisme](#)

