

G

Génération de la valeur

Porteur(s)

Formé par ses grands-parents, conforté par une solide expérience dans de grands domaines bordelais, aguerris par de difficiles expériences personnelles, Patrick Grisard (PG) réalise en 2004, à quarante ans passés, son rêve d'enfant : créer son propre domaine viticole pour faire le vin qu'il aime et le partager.

Proposition de la valeur

Le domaine propose principalement deux vins : Château Cornélie (prix public autour de 15€) et son second vin, Meduli (10€), aboutissement de vingt ans d'expérience(s) de PG qui, peu soucieux des effets de mode, impose son propre style et promet pour ces vins d'appellation Haut-Médoc authenticité, sincérité et plaisir.

Fabrication de la valeur

Malgré des conditions précaires (vignes en fermage peu productives, chais loués équipés du strict nécessaire, moyens financiers réduits), PG, quasiment sans aide extérieure, parvient à vinifier, commercialiser et distribuer des vins de qualité en mobilisant tous les savoir-faire acquis et peaufinés au cours de sa carrière.

R

Rémunération de la valeur

Sources des revenus

Les revenus de château Cornélie proviennent de la vente de vins du domaine commercialisés en direct par PG auprès de particuliers et professionnels, en France (80%) et à l'export (20%) : Château Cornélie (84% des ventes), Meduli (15%) et, marginalement, les Perles de Cornélie (rosé) ainsi que Amabilis Vinea (rouge, ponctuellement).

Volume des revenus

En 2012, le chiffre d'affaires de Château Cornélie s'élève à 127K€, principalement grâce à une progression sur le marché français (25K€ en 2006, 106K€ en 2012), la vente en primeur (autour de 40K€ en 2012) croît chaque année, tirée par les clients fidèles en Suisse, au Luxembourg et les particuliers.

Performances

PG porte seul ce projet de création totale d'un domaine, mais son acharnement au travail et sa frugalité permettent de générer des résultats positifs et une CAF assurant la confiance du Crédit Agricole, lequel a permis le développement, pas à pas, d'une entité économique cohérente mais fragile car reposant uniquement sur l'entrepreneur.

P

Partage de la valeur

Parties prenantes

La nature du projet de PG, dont il est l'homme-orchestre, et sa personnalité donnent aux relations avec les parties prenantes de Cornélie une couleur particulière avec des succès (comme la relation de confiance bâtie avec le Crédit Agricole), des tensions avec certains membres de la profession et des échecs (relation hostile avec le bailleur de ses vignes à Saint Sauveur).

Conventions

En créant ex nihilo et sans argent un domaine dans l'appellation très hétérogène du Haut-Médoc, PG, vigneron au franc parler, a une démarche exceptionnelle, d'autant qu'il fait les choses à sa manière, plus souvent affective que politique, avec des techniques issues de son expérience, une commercialisation hors place de Bordeaux et une communication très orientée sur son histoire.

Écosystème

Château Cornélie compose avec un écosystème où la réglementation est contraignante, les aléas climatiques importants avec des conséquences sur la demande et les coûts, le prix des vignes élevé, le poids des faiseurs d'opinion déterminant et la concurrence large et diffuse auprès d'une clientèle dont les habitudes de consommation sont en pleine évolution.

Business Model Château Cornélie, Haut-Médoc



Poster

Situation à mai 2013 Auteur : Gérard Néraudau, diplômé HEC, consultant

www.grp-lab.com

Date: 12/11/2016

