

• Maison Trenel à Chamay-lès-Mâcon

La crème de cassis pour emblème

Du haut de ses 87 ans, cette vieille dame qu'est la maison Trenel entend poursuivre dans son positionnement haut de gamme tout en rajeunissant sa clientèle et en trouvant de nouveaux débouchés à sa célèbre crème de cassis. Découverte.

Installée à Chamay-lès-Mâcon, l'entreprise Trenel s'agrippe sur deux secteurs. D'une part, le négoce de vins du Beaujolais et du Mâconnais ; d'autre part, la crème de cassis qui représente 25 % de son activité. « Nous utilisons exclusivement des cassis de Bourgogne », précise Grégoire Moppenot, directeur de la structure qui emploie six personnes. Trenel écoule 250 000 bouteilles alors que l'établissement en comptait jusqu'à 500 000 coté à la fin des années 1990. « Nous avons renoué en une image très qualitative. Nous entretenons une relation forte avec les producteurs. Cela implique une attention rigoureuse des matières premières les meilleurs cassis ».

Pour se procurer de tels cassis, Trenel a fait le choix d'acheter la production en Maconnais-Côte de Nuits « car nous y trouvons de la qualité ». Installée sur des parcelles très calcaires dans des secteurs amés entre 400 et 600 mètres d'altitude,



Le cassis peut être un vrai cadeau.

les cassis subissent une sélection minutieuse. Quant au nouveau cahier des charges de 1992 (indication géographique), il implique pas de changement des pratiques de l'entreprise. « Nous avons des crèmes peu sucrées, très concentrées en fruits, fraîches. Nous allons au-delà de ce qui est demandé dans le cahier des charges ».

avec, par exemple, cinq semaines de macération.

Développement à l'international

Racheté en avril dernier par M&C, la holding de la Maison Chagnon, Trenel dispose de l'image de son produit d'un niveau de commercialisation très qualitatif. On retrouve en effet ses produits dans la capitale chez Fauchon, chez Lambert ou encore à La Tour d'Argent ainsi que chez Blanc plus près de chez nous. Sans oublier le réseau des épiceries. Néanmoins, l'ambition est de développer encore davantage le réseau de distribution en France entre CHR (Café, Hôtels, Restaurants) et cavistes ainsi qu'à l'étranger, même si la crème est déjà présente au Japon. Trenel entend s'implanter sur de nouveaux marchés et notamment aux États-Unis. Pour cela, l'entreprise compte s'appuyer sur le savoir-faire de notoriété apporté par V&G. « Cela légitime notre processus de production. Nos recettes ne sont pas évolutives. Sucre, cassis et alcool sont dans la recette et rien d'autre. Nous fabriquons en Bourgogne ».



Lors de la mise en bouteille.



Bruno Chambard est le directeur technique.



Grégoire Moppenot entend renforcer le positionnement premium de la marque.



Lors de la récolte du cassis.

partir d'une matière première bourgeoise. Notre expertise a l'ambition de rester positionnée sur le haut de gamme ».

Pour séduire une nouvelle clientèle, Trenel dispose de plusieurs gammes. La première compte 15 % d'alcool, cette formule est davantage sur le fruit, une gourmandise avec une concentration de 300 grammes par litre, plus abordable en terme de prix, et de goût. La deuxième affiche 18 % d'alcool avec une concentration de 400 à 500 grammes par litre ; elle est très intense, très tendue et très fraîche pour offrir une vraie crème de terrain. À signaler, également, l'existence d'une gamme bio qui va être développée cette année.

Rajeunir la clientèle

L'eau ajoutée est de manière la clientèle. L'entreprise vise clairement les touristes à quai sans CSP (catégorie socio-professionnelle supérieure). Pour cela, elle va travailler sur le packaging, plus coloré et plus distingué. Parmi les autres objectifs, Trenel entend s'appuyer sur ses axes de développement qui sont le milieu de la plâtrerie et du chocolat, la dégusta-

tion en fin de repas ainsi que les cocktails pour devenir un produit tendance. « Nous souhaitons faire évoluer nos crèmes de cassis, décliner des sensations, des émotions ». Pour ce qui est du futur, le but est de revenir à un niveau de 500 000 bouteilles par an avec une attention qualitative. Ce qui renforce le positionnement premium et accroît la notoriété auprès du grand public.

RÉGIS GALLIARD



Le cassis pourrait devenir un produit tendance.

«Une longue histoire

Restaurateur à Chazy, Henri-Claude Trenel décide en 1928 de créer son négoce de vins. Il rachète rapidement les vignobles Lamour. Situé à Chamay-lès-Mâcon, l'entreprise dirigeée de 1945 à 1988 par André Trenel devient une référence locale. Il la développe avec son ami Julia Chagnon. Maison que rachète ensuite Trenel. En 1988, André Trenel passe la main à son beau-frère, Henri de Boissias et son neveu, Bruno Chambard, prend la direction technique. En 2015, la maison est rachetée le 30 mars par un actionnaire ambitieux M&C, la holding familiale de Michel Chagnon, créée en 1993.