



**ALORS QUE LES SALONS**, les tournées commerciales et les déplacements sont annulés, Gaylord Petrillo télétravaille. Il s'est inscrit au salon virtuel Hopwine pour rencontrer de nouveaux acheteurs. Il présente les échantillons de 2 cl de vin qu'il adressera aux intéressés. PHOTOS : F. BAL



**ISABELLE GREUZARD** et son fils Xavier se préparent à expédier 396 cols au club CénoloGif de Gif-sur-Yvette qui a passé une commande groupée après avoir dû annuler son salon.



**GAYLORD PETRILLO**, responsable commercial, a proposé ses offres « déconfinées » dès le 11 mai 2020.

## « Notre cible, cette année, c'est la clientèle locale »

Au Château de la Greffière, dans le Mâconnais, **GAYLORD PETRILLO** n'a pas ménagé sa peine pour maintenir ses ventes durant le confinement. Le voici à l'œuvre, soutenant le moral de ses vendeurs.

« **J'**ai failli vous serrer la main ! » Isabelle Greuzard m'accueille avec un geste qui était tout à fait naturel il y a quelques semaines encore. Je dois moi-même réprimer ce réflexe ! Ce mercredi 13 mai, deux jours après le déconfinement, nous expérimentons les nouvelles manières du monde d'après. Avec Vincent, son mari, Xavier, son fils, et Gaylord Petrillo, son gendre avec qui j'ai rendez-vous, Isabelle Greuzard dirige le Château de la Greffière, à la Roche-

Vineuse, en Saône-et-Loire. Il est 8 h 30. Elle prépare avec son fils une commande groupée pour le « formidable » club d'œnologie CénoloGif, de Gif-sur-Yvette. Ce dernier a dû annuler au pied levé, le 14 mars au soir, son salon programmé pour le 15. Mais il a eu l'excellente idée de le remplacer par une « market-place », une plateforme de commande en ligne ouverte à ses adhérents jusqu'au 10 mai. Résultat : le Château expédie ce matin 396 bouteilles pour 3 500 € TTC, au lieu des 600 bouteilles qu'il aurait ven-

dues sur place. Une belle surprise par les temps qui courent. Le Château de 60 ha de vignes vend 80 % de sa récolte en bouteilles, soit 250 000 cols par an. Sa gamme compte 18 vins : des mâcons, des saint-véran, des bourgognes et un saint-amour, vendus entre 8,70 et 17,50 € au caveau. Il emploie neuf salariés qui ont tous continué à travailler durant le confinement. Mais l'organisation commerciale a été bouleversée.

**Gaylord Petrillo, le responsable commercial, a très vite réagi en multipliant les actions.** Il a d'abord adressé une offre à ses 1 800 clients particuliers, avec la livraison franco de port dès 150 € d'achats contre 600 € auparavant. « On a aussi proposé la livraison gratuite à 30 km autour de chez nous pour un minimum de 18 bouteilles et l'enlèvement au

caveau en drive. Nous prenons les commandes par téléphone ou par e-mail, les paiements par virement, carte bleue ou chèque. On est content du résultat, mais l'activité est restée bien moindre qu'espérée malgré le soutien de nos clients fidèles. Les Français se sont vraiment confinés. Le drive a peu fonctionné », raconte le responsable du commerce. Gaylord a aussi répercuté ses offres sur Facebook et Instagram, invitant ceux qui avaient besoin de vin lors de leurs « apéro-visio pour supporter leurs conjoints, enfants, chats, chiens, hamsters ou simplement pour le plaisir de leurs papilles » à prendre contact avec lui par mail ou téléphone. « Je leur ai suggéré de nous téléphoner pour les conseiller en direct : c'est bien mieux, ajoute-t-il. On a eu de nouveaux clients et des demandes d'informations. » En revanche, le Château a perdu

toute la fréquentation œnotouristique liée à ses visites guidées, ses animations, son musée de la vigne et du vin et ses partenariats avec des croisiéristes et des agences de voyages, certaines très haut de gamme. « La saison est compromise, continue Gaylord. Notre cible cette année, c'est la clientèle locale. » Justement, Chloé Hascoet, la responsable de l'œnotourisme s'en occupe. Elle organise le lundi 15 juin un « éductour » par groupes de dix au maximum, pour faire découvrir ses prestations à tous les partenaires touristiques situés à moins de 100 km. 9 heures. Gaylord remplit les fiches de dédouanement pour

deux palettes panachées de quatre vins réservées par un nouveau client : J. H., importateur à Vancouver, au Canada. Il l'a rencontré au salon Wine Paris et a échangé depuis avec lui.

**À l'export, les commandes ont continué d'arriver** et Gaylord a lui-même poursuivi ses prospections. « Nous avons expédié des vins dans huit pays », commente-t-il, avant d'enchaîner sur une autre commande, pour la France celle-ci, de 300 bouteilles, reçue la veille au soir sur le site Le Petit Ballon. « L'e-mail mentionne : il nous faut les vins au plus tôt. C'est souligné en gras », me fait remarquer Gaylord qui répond au site que la com-



**LES IMPATIENTS** ont pu passer chercher leur commande en drive avant le déconfinement.

mande partira le lendemain. Le 15 mai, ce site passera une nouvelle commande d'une palette. C'est un partenariat fructueux. Comme celui noué avec Vinatis. Le 30 avril, le site de vente en ligne, qui avait déjà commandé huit palettes depuis fin février, demande à Gaylord d'augmenter son allocation annuelle de

mâcon-la-roche-vineuse pour passer de 4 200 à 9 000 cols. Accepté bien sûr ! Ce site recommandera lui aussi deux palettes, le 15 mai. Autre demande reçue le 12 mars : celle de Michel R. C'est un nouveau client à qui Gaylord avait envoyé des échantillons de saint-véran et de saint-amour mi-mars. Dans son courriel, ce particulier habitant Blois écrit : « Le confinement a été propice à recueillir les commandes de mes amis, fins connaisseurs de bons vins. J'ai enregistré 63 cartons de saint-amour et 17 de saint-véran. » « J'ai confirmé et je lui ai offert le port, bien entendu », commente Gaylord ravi. 10 heures, ce 13 mai. Faute de tournées commerciales, Gaylord entreprend d'appeler des clients professionnels « pour

### L'exportation résiste mieux que la vente en France

« **C'est une catastrophe** », commente Gaylord Petrillo, responsable commercial du Château de la Greffière. Pendant le confinement, il n'a réalisé que la moitié de son chiffre d'affaires qu'à la même période de 2019. En France, les ventes à la restauration se sont effondrées, celles à la propriété ont été divisées par sept, et celles aux cavistes et à la grande distribution par deux. En revanche, le Château a davantage reçu des commandes groupées de particuliers et sur les deux sites internet avec lesquels il travaille. L'export a mieux résisté. Contre toute attente,

un caviste italien a passé commande en mars alors qu'il ne les contacte habituellement qu'en juin, à Noël et en mai. Un importateur new-yorkais a demandé sept palettes de plus que prévu. « Il y a eu une explosion des ventes car les gens ont davantage consommé chez eux, c'était mieux que l'effet Noël », explique Gaylord. Enfin, son importateur norvégien lui a commandé près de 1 200 Bib de 3 l début avril et début mai. En 2019, le Château avait réalisé 40 % de son CA à l'export, 17 % auprès des particuliers, 13 % avec la GD, 7 % auprès des cavistes et 8 % vers les grossistes et les sites internet.



**ISABELLE GREUZARD, son fils Xavier (à gauche) et son gendre Gaylord Petrillo dans le caveau de vente où ils font respecter les consignes sanitaires. PHOTOS : F. BAL**



●●● *prendre la température* ». Lundi 11 mai, il avait envoyé ses « offres déconfinées » à une cinquantaine d'entre eux dont ses dix agents commerciaux recrutés en 2019. Pour concevoir ces offres, il a tenu compte de leurs retours, à savoir que les entrées de gamme marchaient mieux en ces temps difficiles. « J'ai proposé 11 cols + 1 offert sur le mâcon-la-roche-vineuse et le bourgogne aligoté, une offre de lancement de 5 cols + 1 offert pour notre saint-amour, nouvelle appellation dans notre gamme. J'offre aussi un magnum de bourgogne pinot noir 2016 par tranche d'achat de 300 € HT. »

**Gaylord appelle S., agent commercial à Lyon.** Ce dernier n'a pas eu le temps de regarder son offre. « Les cavistes sont prudents, précise-t-il à Gaylord. Ils commanderont moins. De ton côté, c'est toujours OK pour l'animation prévue chez le caviste mi-juin ? » « Oui, j'y serai, répond Gaylord. Vois l'offre et si tu veux faire une tournée, n'hésite pas. »

Gaylord enchaîne en appelant son agent pour la grande distribution, secteur où, à sa grande surprise, ses ventes ont été divisées par deux. Répondeur. Gaylord laisse un message : « J'espère que tu vas bien, [...] je t'appelle pour voir quelles mesures tu juges pertinentes pour t'aider à relancer l'activité. J'ai quelques pistes comme proposer des quarts de box aux clients. À voir. » 10 h 30. Gaylord appelle Nico-

las Guillaume, patron de l'auberge Larochette, à Bourgvilain. Les employés de ce restaurateur qu'il connaît bien sont en chômage partiel mais lui et son épouse travaillent : ils vendent des burgers et des menus traiteurs à emporter. « Les clients jouent assez bien le jeu », dit-il. « As-tu vendu du vin ? », enchaîne Gaylord. « Eh bien pas trop, répond Nicolas. Je voulais voir avec toi ce qu'on peut faire. » « Je t'envoie mon offre. Ça peut te permettre d'avoir des bouteilles accessibles. » « Oui, envoie, on va regarder rapidement. » « Bon, je suis content que vous gardiez le moral. À vendredi, je viendrai chercher des burgers. »

12 heures. Après avoir appelé une agente qui propose des prestations à l'export, il enchaîne avec son agente parisienne, Laurence G., spécialiste de la restauration qui regrette de ne pas s'être diversifiée plutôt auprès des cavistes. L'échange sera très long. Laurence doute énormément de l'avenir de son secteur où l'on annonce 30% de disparition d'entreprises. L'offre de Gaylord ? « C'est mal venu de les appeler maintenant », répond-elle. Elle n'a pas non plus besoin d'échantillons. Gaylord enchaîne : « Passer à Paris durant l'été pour visiter quelques clients, c'est prématuré d'en parler ? » « C'est certain ! » répond-elle. « Si tu as des idées, des suggestions, on est là pour partager l'effort, aller de l'avant et passer cette étape difficile », soutient Gay-



**LE CAVEAU est rouvert depuis le 11 mai.**

lord. Laurence : « J'espère que tout reprendra en septembre, mais il va y avoir un nombre considérable d'offres à prix très bas. Il va falloir jouer des coudes. Je réfléchis. Quant à une visite à Paris en juillet et chez certains cavistes, pourquoi pas ? On se rappelle. »

**Gaylord raccroche et me montre le salon professionnel en ligne Hopwine** auquel il s'est inscrit pour 290 € du 18 au 25 mai et grâce auquel, fin mai, il avait reçu 36 demandes d'échantillons d'acheteurs français et étrangers.

13 h 15. Gaylord apporte le bon de commande à Constance Charvies, l'œnologue : 50 cartons pour Le Petit Ballon. Elle s'y

met illico. Puis il prépare une livraison de 24 bouteilles pour un montant de 295 € TTC pour Étienne B., un client particulier à Vinzelles. Il charge les quatre cartons dans le coffre de sa voiture. Je le suis. Arrivé sur place, il met son masque, ouvre le coffre tandis que son client enfle aussi son masque sur le pas de sa porte avant de venir prendre les quatre cartons et de les ranger dans son garage. « C'est le client qui décharge, c'est bon pour ton dos », lance-t-il en plaisantant à Gaylord qui attend en tenant ses distances.

Il est temps de m'éclipser. De loin je les salue. Je ne leur serre pas la main. Bien entendu, ils comprennent. **FLORENCE BAL**