



Coquerel



NORMINDIA

DOMAINE DU COQUEREL : UNE HISTOIRE DE FAMILLE DEPUIS 3 GÉNÉRATIONS

Le Domaine du Coquerel fut créé en 1937. L'histoire de la famille MARTIN avec cette distillerie s'inscrit à partir de 1971, lorsque François MARTIN - 1^{ère} génération de la famille - reprend le Domaine avec la famille Leroy avec qui ils possédaient déjà des distilleries dans les régions de Cognac, du Gers et de Bordeaux.

Pendant 20 ans, ils développent la réputation du Domaine, son expertise et la diversité de ses flacons. Le Domaine du Coquerel a d'ailleurs remporté à quatre reprises le grand prix d'honneur du Président de la République Française de la plus belle cave de Calvados.

En 1991, United Distillers (aujourd'hui Diageo), fait l'acquisition du Domaine du Coquerel. A cette époque Jean-François MARTIN, fils de François MARTIN, est Directeur France pour le groupe. Un peu plus tard, en 1996, Jean-François a l'opportunité de racheter le Domaine du Coquerel au géant anglais après y avoir travaillé plusieurs années.

18 ans plus tard, en 2015, c'est son fils Pierre MARTIN NEUHAUS qui reprend les rênes de la distillerie.



PIERRE MARTIN NEUHAUS : ÉTENDARD DU RENOUVEAU DU DOMAINE DU COQUEREL

Diplômé d'école de commerce. Pierre s'est d'abord orienté dans le domaine de la finance en France et aux USA, avant d'effectuer un virage professionnel significatif en 2015, en prenant la succession du domaine familial. Valoriser les traditions, embrasser le changement et naviguer parmi les défis générationnels : En France, plus de 80% des entreprises sont familiales; seuls 10 à 15% atteignent la troisième génération, et une maigre fraction - 3 à 5% - parvient à la quatrième.

Pierre Martin Neuhaus incarne cette exception et représente aujourd'hui la troisième génération. Il se distingue en tant que dirigeant visionnaire à la tête du Domaine du Coquerel, faisant face aux défis redoutables imposés par des environnements de marchés toujours plus compétitifs et complexes. Sa ligne directrice est simple : "Authentique par nature, innovant par conviction" - illustrant la nécessité absolue de respecter les savoir-faire authentiques historiques tout en apportant une approche et une vision moderne pour la gestion des marques et du domaine.

De nombreux challenges remportés avec succès

Depuis sa reprise en 2015, Pierre a orchestré une série de transformations audacieuses :

- *Refonte des gammes de produits existantes : Packaging innovant, assemblages et coupes repensés.*
- *Création de la gamme Coquerel Cask Finish Collection : Une gamme novatrice avec des affinages inédits.*
- *Lancement du Gin Normindia : Une collection de gin Made in France comprenant Normindia Classique, Barrel Aged, Bio, et le dernier-né, Pamplemousse.*
- *Expansion stratégique : Installation de la distribution en France au niveau national avec Dugas, et développement de marchés export. Installation de partenariats durables et de confiance avec des acteurs clés du secteur*
- *Gains de prix : Les réussites de Pierre ont été consacrées par la Palme d'Or du Patrimoine Gastronomique en 2023, suivie par l'obtention du prestigieux label d'Entreprise du Patrimoine Vivant.*



Les chiffres parlent d'eux-mêmes :

- 13% de parts de marché du Calvados.
- Chiffre d'affaires de 5,6 millions d'euros en 2023, multiplié par 1,8 en 5 ans
- Ouverture de 15 nouveaux marchés
- Plus de 35 marchés export actifs
- 70% du CA est réalisé à l'export, avec des marchés clés tels que l'Asie et les USA ainsi que le Benelux, l'Allemagne, la Scandinavie, les pays baltes et l'Afrique.
- 19 salariés
- La collection Normindia Gin se positionne comme l'une des références les plus importantes du Gin français en moins de 7 ans.

LES ALCOOLS VINTAGE ET LE CALVADOS FONT LEUR RÉVOLUTION

On remarque, ces dernières années, un engouement certain pour les alcools traditionnels, qui démontrent d'un fort intérêt pour le savoir-faire français dans l'hexagone et à l'étranger.

C'est le cas particulièrement du Calvados, qui revient sur le devant de la scène avec une très forte hausse de ses ventes (+4,7%) en 2022. En 2023, les ventes de Calvados se sont relativement stabilisées, avec un équivalent de 4,958 millions de bouteilles écoulées (vs 5,03 millions en 2022).

Côté exportations, ce sont 51,1% des expéditions de l'eau de vie normande qui ont été destinées à l'étranger (contre 51% en 2022). Bien entendu, la France reste le plus gros consommateur de Calvados (49,08%), suivi de nos voisins Allemand avec 17,11%, puis les USA, la Belgique et les Pays Bas. Également, les pays asiatiques se révèlent depuis quelques années amateurs de ce spiritueux français comme la Corée du Sud et le Japon.

Selon Pierre Martin Neuhaus, président et propriétaire de la distillerie Coquerel, le Calvados répond à différents critères recherchés par les consommateurs qui lui apportent ce succès :

- Une histoire, un patrimoine, un savoir-faire ancestral
- Un profil aromatique versatile
- Un produit éco-responsable dans un écosystème local :
- Matières premières: les fruits sont ramassés à une 20aine de kilomètres du Domaine
- Le pommier est l'arbre fruitier qui capte le plus de CO2, faible ou non utilisation de pesticides dans les vergers pollinisation: 100% naturelle et effectuée par les abeilles sauvages faible utilisation d'eau dans le processus de fabrication: l'irrigation et l'adjonction d'eau dans le processus de fermentation est prohibé, polyculture.

LA COLLECTION DE GIN NORMINDIA, L'ATOUT CHARME DU DOMAINE DU COQUEREL

Lancée en 2015, la collection de Gin français Normindia créée et imaginée par Pierre Martin Neuhaus, s'étoffe chaque année d'une nouvelle référence qui conquiert de plus en plus de consommateurs. La collection Normindia s'inspire des voyages et de l'approche gastronomique, en proposant aux consommateurs des palettes aromatiques et gustatives singulières, riches et variées. Le secret de son succès réside entre autres, dans son processus de fabrication, avec des macérations réalisées exclusivement à partir d'ingrédients naturels, et une distillation dans une colonne traditionnelle de calvados, permettant d'offrir une texture unique en bouche.

Normindia s'est imposé très rapidement comme une référence sur le marché du Gin français, avec une pénétration nationale forte grâce aux efforts initiés conjointement avec les équipes de Dugas. Présente à la fois chez les cavistes et en CHR, la gamme Normindia séduit les consommateurs par son goût, son packaging et son positionnement tarifaire. Avec un PVC qui oscille entre 30 et 32 euros, le Domaine du Coquerel assume un effort considérable pour maintenir ces niveaux de prix en période inflationniste et de crise, et ainsi soutenir le consommateur dans sa recherche de produits avec un rapport qualité/prix pertinent.



A propos du domaine du Coquerel :

Depuis 86 ans, chaque recette et cuvée est pensée dans une approche contemporaine, artisanale et authentique, véritable ADN de la maison. La production et la commercialisation de cette eau de vie normande permet aujourd'hui au Domaine d'affirmer un rayonnement à l'international, avec 70% de sa production exportée dans plus de 30 pays dont les USA, le Canada, le Japon ou encore des pays nordiques comme la Finlande, le Danemark ou la Norvège.