



FACE AUX MUTATIONS DU MARCHÉ, JAILLANCE FINALISE SA TRANSFORMATION ET ADAPTE SON ORGANISATION

Jaillance ouvre une nouvelle étape, dans la continuité du travail engagé.

En plein accord avec Guillaume de Laforcade et les administrateurs-coopérateurs, la direction de la coopérative sera progressivement transmise à Nicolas Fermond, actuel directeur technique. Cette période de transition débute dès aujourd'hui afin d'assurer une passation fluide. La priorité est inchangée : préserver durablement la capacité de près de 200 familles de viticulteurs à vivre de leur culture et adapter le modèle de la coopérative aux nouveaux usages de consommation.

UNE NOUVELLE ÉTAPE POUR LA COOPÉRATIVE

Dans un marché du vin structurellement en recul, Jaillance a engagé ces dernières années une transformation profonde : modernisation de la marque, refonte des gammes et packagings, développement du circuit CHR*, relance de l'export, nouveaux usages autour de la Clairéttologie (mixologie) et du sans-alcool, renforcement de ses engagements environnementaux...

Une dynamique que la coopérative entend poursuivre en faisant évoluer son organisation.

"Au nom des viticulteurs de Jaillance, je tiens à saluer le travail accompli par Guillaume de Laforcade et ses équipes pour faire évoluer notre coopérative. Une nouvelle page s'ouvre. Nous accueillons Nicolas Fermond avec confiance et la volonté de construire, ensemble, notre prochaine étape."
Patrick Berthet, Président-viticulteur Jaillance

"Après avoir mené cette transformation, il est aujourd'hui naturel de passer le relais à Nicolas Fermond, dont la connaissance de l'entreprise, des équipes, des terroirs et de notre production est un atout majeur. Je l'accompagnerai pleinement durant cette transition afin d'assurer la continuité des dynamiques engagées."
Guillaume de Laforcade, CEO Jaillance



De g. à d. : Nicolas Fermond, Patrick Berthet et Guillaume de Laforcade

"Je remercie Guillaume de Laforcade et le Conseil d'administration pour leur confiance. Notre responsabilité est de regarder avec lucidité le marché et de préparer l'avenir. Jaillance dispose d'atouts forts : ses appellations, ses viticulteurs et équipes, plus de 75 ans de savoir-faire et une marque qui se renouvelle. Nous voulons concentrer nos moyens sur les attentes consommateurs, tout en préservant l'essentiel, la pérennité de notre coopérative."
Nicolas Fermond, futur CEO Jaillance en 2027

2027 : DU RENOUVEAU À LA CONSOLIDATION, POUR INSTALLER UNE CROISSANCE DURABLE

Après une première phase consacrée au renouveau de la marque et à la conquête de nouveaux référencements, Jaillance veut désormais consolider les positions acquises.

La feuille de route s'articule autour de plusieurs enjeux :

- Améliorer sa présence et sa disponibilité en rayon, en **musclant sa force de vente sur le terrain**, tout en travaillant avec les enseignes à la **réduction des ruptures de stock**
- **Continuer à faire émerger de nouveaux usages**, notamment autour de la mixologie et le **contact direct avec les consommateurs**
- **Accélérer sur les Crémants, le Brut et le sans-alcool**
- Amplifier sa **présence en CHR et à l'export**.

L'innovation reste au cœur de cette dynamique, avec **le retour, début 2027, de l'AOC Clairette de Die Rosé**.

Une cuvée qui vient enrichir la gamme et valoriser toute la diversité de l'appellation.

Une feuille de route qui vise à **préservier durablement la coopérative française, son terroir et celles et ceux qui le font vivre**. Pour lui donner les moyens de cette ambition, Jaillance adaptera également son organisation au niveau de l'activité, afin de gagner en agilité, consolider son modèle économique et sa capacité d'investissement.

QUELQUES DONNÉES

+16 % en volume / +9 % en chiffre d'affaires : croissance du circuit cafés, hôtels et restaurants (CHR) à fin août 2026

10 nouveaux comptes ouverts en Europe en 2026, avec de nouveaux projets engagés en Allemagne, au Royaume-Uni, en Belgique et aussi en Asie.

Les Crémants comme moteur de développement à l'international, aux côtés de la Clairette de Die Brut.

+2 points de notoriété* assistée en un an pour Jaillance. Une progression qui traduit le travail de fond engagé sur la marque.

58 % de notoriété* pour la Clairette de Die qui se classe au 4^e rang des vins effervescents, derrière le Champagne, le Crémant d'Alsace et le Prosecco.

De nouveaux territoires de consommation : Mixologie, Clairette-Lime et offre 0,0 % issue du Muscat des viticulteurs de la coopérative accompagnent la diversification des usages.

*Etude IWSR 2025

LE DERNIER TRIMESTRE, UN TEMPS STRATÉGIQUE

Période clé pour le marché des effervescents, le dernier trimestre doit permettre à Jaillance de transformer la dynamique engagée et de préparer 2027.

La coopérative aborde ce temps fort avec une marque qui gagne en visibilité, une présence commerciale renforcée, et une offre en phase avec les nouvelles attentes de consommation : mixologie, modération et sans-alcool.

Cette période sera également l'occasion de réaffirmer ce qui fonde la singularité de Jaillance : une marque ancrée dans son territoire, engagée aux côtés des consommateurs, de ses viticulteurs et de ses équipes, qui entend conjuguer désirabilité et consommation responsable.



À propos de Jaillance :

Maison d'excellence depuis 1950, Jaillance incarne le savoir-faire français des vins effervescents AOC. Leader de la Clairette de Die et acteur majeur des Crémants de Die et de Bordeaux, la coopérative rassemble près de 200 familles de viticulteurs. Entre Provence et Vercors, ses vignes s'étendent sur des terroirs de montagne pouvant atteindre 700 mètres d'altitude. Membre fondateur de Vignerons Engagés, Jaillance développe une démarche responsable de la vigne au verre et commercialise ses cuvées en France et à l'international.

En savoir plus : www.jaillance.com - Cave Jaillance - 355 avenue de la Clairette - 26150 Die | +33 (0)4 75 22 30 00

Suivre l'actualité de la @MaisonJaillance sur :



Contacts média



Sophie Roussel
s.roussel@monet-rp.com
0743308381

Marie Boguet
m.boguet@monet-rp.com
0640731069

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ, À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.