



## Marie Césaire, un **CHAMPAGNE DE QUALITÉ**, à la touche antillaise

**Lancée en 2015, la marque de champagne Marie Césaire est née de la volonté de sa créatrice, la Guadeloupéenne Marie-Inès Romelle, d'apporter une note antillaise à un produit d'exception.**

Une passion est, en général, difficile à expliquer. Marie-Inès Romelle, elle, a vu naître la sienne dans la curiosité suscitée par un produit bien particulier, le champagne. Ses petites bulles ont attisé l'intérêt de celle qui travaillait comme responsable d'une épicerie fine dans un aéroport de région parisienne. La Guadeloupéenne a alors une idée : lancer sa propre marque de champagne, teinté de ses origines antillaises, « propre aux îles » et « fait par une Antillaise vivant dans l'hexagone », explique-t-elle.

Son projet : créer un produit de qualité, bien souvent associé au luxe, même si elle vit à l'époque dans l'une des « villes les plus pauvres de France », à Grigny, dans l'Essonne, en banlieue parisienne. Marie-Inès Romelle entend ainsi dire « aux gens originaires des cités qu'il est possible de rentrer dans un univers dans lequel on ne nous attend pas ».

Et ce qui n'était qu'un projet finit par voir le jour une dizaine d'années plus tard. En 2014, Marie-Inès et sa famille déménagent à Reims. La jeune femme y retrouve le viticulteur Christophe Lefèvre, rencontré quelques années



auparavant, alors qu'elle travaillait dans l'univers de la banque. « À l'époque, je lui avais dit : je viendrai faire ma marque de champagne avec vous. Je n'avais rien à perdre, je l'ai donc rappelé. »

Pendant un an, elle se forme à ses côtés et devient négociante. Puis, elle retourne sur les bancs de l'école pour décrocher un master en droit, économie et gestion, option administration des entreprises, et crée sa marque dans la

*« Nous avons été fortement impactés, avons perdu beaucoup de chiffres d'affaires », explique Marie-Inès Romelle à propos de la crise Covid-19.*







les clients sont eux aussi toujours au rendez-vous. « Leur reconnaissance, leur fidélité, c'est du bonheur ! »

Ces difficultés, ces aléas de la vie, Marie-Inès Romelle les prend avec philosophie : « Quand on veut faire quelque chose qui sort de l'ordinaire, on a forcément des embûches. Ça ne m'empêchera jamais d'avancer. » Et d'ajouter : « Quand on prend des risques, il faut accepter les échecs. Quand j'ai voulu me faire connaître, j'ai donné bien trop de bouteilles ! (rires) J'ai mal géré, mais cet échec m'a fait grandir. »

À l'heure où les événements reprennent doucement leur cours, Marie-Inès Romelle a en tête de futurs projets, notamment l'ouverture d'une maison Marie Césaire à Ecueil, dans la Marne. L'idée est de pouvoir accueillir certains clients, étrangers notamment, lors des dégustations. « Je ne veux pas vendre en grande distribution. Nous n'avons pas cette force de frappe. Je veux continuer à vendre un produit artisanal de manière directe à des amateurs de champagne. »

Les collaborations avec les restaurateurs devraient reprendre courant 2022 tout comme, l'espère Marie-Inès, les dégustations en Guadeloupe et en Martinique.

Clémence Apetogbor

 @champagne\_marie\_cesaire  
 @ChampagneMarieCesaire

*L'abus d'alcool est dangereux pour la santé, à consommer avec modération.*

foulée. « Pour se lancer dans le champagne, la qualité est primordiale. On va peut-être mettre 24 euros au lieu de 17 dans une bouteille, mais le produit sera réalisé à partir de raisins de premier cru, avec peu de soufre. Et on n'aura pas mal à la tête le lendemain », assure-t-elle.

Son produit est un champagne élaboré avec du sucre de canne et non de betterave, comme cela est parfois le cas. Objectif : proposer à ses clients un goût différent. En hommage aux parents de Marie-Inès Romelle, sa maman Marie et son papa Césaire, aujourd'hui disparu, la marque est baptisée Marie Césaire.

Très vite, l'entrepreneure, épaulée par son frère Jairo, directeur général de l'entreprise, est dépassée par l'engouement suscité par la toute jeune marque qui s'envole. Ce sont 10 000 bouteilles qui sont vendues en quelques mois. « Un viticulteur qui s'installe vend plutôt entre 1 000 et 2 000 bouteilles », explique Marie-Inès Romelle qui reconnaît avoir « laissé des plumes » lors de cette « période folle ». « Je n'étais pas habituée aux projecteurs. Cela a été une année particulière. Et la deuxième année, on en ressent forcément le contrecoup. »

### Savoir « prendre des risques »

Cependant, les difficultés n'entachent pas sa volonté. Un an et demi après le début de la pandémie, l'entreprise, fortement impactée, est d'ailleurs toujours là. « Quarante-vingt pour cent de nos ventes se font grâce à l'évènementiel. Nous avons donc été fortement impactés, avons perdu beaucoup de chiffres d'affaires. Néanmoins, paradoxalement, nous sommes toujours là. Nous avons de la trésorerie, nous avons fait des dépenses maîtrisées. » Et

## EPICERIE FINE DE BEAUPORT

« PAYS DE LA CANNE »



Ouverture de l'épicerie :  
**premier trimestre 2022**

Commandes en ligne et livraisons  
**à partir de décembre 2021**

Epicerie fine et spiritueux  
Section Lalanne  
97 117 Port-Louis  
Tél. : 0690 24 66 93