

Vins/Spiriteux

Monmousseau : le réveil pétillant d'une belle endormie en Vallée de la Loire

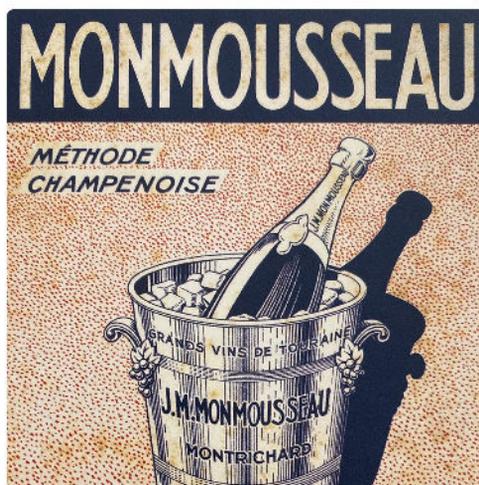
Par  Henri YADAN

• Une maison dont l'histoire a contribué à la renommée d'un terroir



Connu pour la finesse de ses bulles de **Touraine**, la Maison **Monmousseau** s'invente une nouvelle identité de marque. Cela, avec la complicité de l'**Agence-S**, membre du **Groupe Saguez & Partners**. Bien sûr, son image est rénovée mais l'esprit de famille est préservé dans un projet dévoilé lors du dernier Wine Paris & Vinexpo. Pas question de renier la belle histoire débutée en 1886, à **Montrichard**, sous la houlette d'Alcide Monmousseau, son fondateur. C'est lui qui crée avec succès un négoce de vins. Puis découvre, à la fin du 19e siècle, l'une des plus importantes carrières de tuffeau de la région. Et en fait le lieu idéal pour l'élaboration de vins, selon la méthode traditionnelle de la région.

La Maison Monmousseau au fil des siècles



C' est ensuite son neveu Justin-Marcel qui s'attache à mettre en œuvre la méthode de production des crémants de Touraine. Il contribue ainsi au rayonnement de l'entreprise à l'ère de l'**Art Nouveau**, ce mouvement artistique orienté vers l'élégance. Il en porte alors l'emblème dans toute l'Europe. Jusqu'à devenir le fournisseur officiel du roi Gustaf VI Adolf de Suède, tout en développant l'œnotourisme. Pour tous, les vins Monmousseau expriment les valeurs d'un terroir unique, sublimé par la pureté du **Chenin blanc**. Et dans la plus pure tradition artisanale. Un cépage régional qu'elle a su façonner au fil des ans pour qu'il exprime toutes ses qualités. Aujourd'hui, la renommée de l'enseigne prend un nouvel élan pour signaler son caractère singulier, avec des millésimes travaillés à la manière d'un orfèvre. L'objectif, c'est de s'appuyer sur ses fondations historiques pour se tourner vers l'avenir, tout en anticipant aux tendances de consommation.

Puiser dans l'héritage pour sublimer l'avenir



Le logo met désormais en valeur les armoiries de Monmousseau en l'associant à des ornements floraux qui révèlent l'élégance. Stratégie, branding et storytelling prennent un tout autre sens. Du côté des couleurs, des étiquettes et des packagings, le blanc fait écho au Chenin et à la pierre de tuffeau, tandis que le bleu rend hommage à la royauté. Ces éléments d'une communication plus impactante ont des allures ciselées et géométriques, tels des jardins à la française, pour souligner une modernité assumée. Sans oublier une recherche constante de qualité, critère incontournable pour chaque bouteille qui prend le temps de vieillir 36 mois minimum en cave de tuffeau.

Visite de caves, tasting de Crémant de Loire et de Touraine Blanc de Blancs



Sur place, la visite des caves débute par un point de vue unique sur le Cher et la Vallée des Rois. Avant de s'enfoncer dans un labyrinthe ponctué de murs habillés d'œuvres animées, en version XXL. Et de faire un stop à la boutique pour faire d'autres découvertes. La cuvée **J.M.** dédiée à l'apéritif, **Ciselée** adaptée aux fruits de mer et **Orfèvre**, à marier à un brochet au beurre blanc, ont déjà reçu leurs lots de récompenses et trophées dans plusieurs salons professionnels. Ce printemps, les occasions ne manqueront pas pour les adopter lors des repas festifs... [Site Internet](#)