

écoute du consommateur, terroir, cohérence

Agnants en viticulture



Agnants réunis en débat face au public : Jean-Marie Chadronnier, président de Vinexpo, Franck Crouzet et Groupe Castel, Jacques Cauquill, de la cave Victor Contis.

choix de stratégies
isées.

ure par le président
Michel Bernard, il
révélé Pichon, respon-
sable d'Inter Rhône, et
professeur à l'École
commerciaux à Paris,
s débats.

roquait la segmenta-
comme moyen de re-
consommateurs afin
lecture de l'offre et
comportements iden-
tification du comporte-
ment du consommateur restant le
stratégie. "C'est la
vite par la confiture
!"

trait le fort intérêt
commerciales pour la

notion de "terroir" qui permet de rendre rentables les produits présentés sous cette dénomination. Les raisons ? Les consommateurs ont besoin de repères d'authenticité dans une société chamboulée. De plus, les GMS offrent, selon ces mêmes consommateurs, un rapport qualité-prix intéressant si l'on sait dénicher les perles rares. Et il s'avère que les productions différenciées liées à l'origine ont une ampleur croissante dans les rayons. Et de donner des exemples comme "L'âme du terroir" par Cora, "Reflets de France" par Carrefour, "Extra Spécial" par ASDA, etc.

Au final, le vin reste bien un "produit à inventer". Il a une fonction désaltérante avec une "expression sensorielle évidente et agréable" qui

doit bien se marier avec différents types de repas. Succès évident si l'on sait multiplier les informations consommateur avec ou sans indication géographique. Le tout, bien sûr, avec un prix attractif et justifié dans le référentiel des boissons.

Rien de bien nouveau sous le soleil, donc, si ce n'est une radioscopie nette et précise de ce qu'il faut faire. C'était le but de cette journée d'information. Aux producteurs eux-mêmes d'en prendre le meilleur et de l'adapter à leur stratégie de développement.

"Servons-nous de toutes ces démonstrations", concluait le président Bernard à l'issue des travaux, "et poursuivons notre travail sans perdre de vue la nécessité d'agir enfin. La commercialisation des vins en Vallée du Rhône concerne trois millions d'hectolitres déployés sur plusieurs créniaux. Nous en savons désormais suffisamment pour savoir quels moyens mettre en œuvre. Toutes les démarches ont leur sens même si les lourdeurs de la réglementation et de la politique nous empêchent de gérer correctement nos produits. La multitude des réformes ne doit pas troubler l'image des AOC et encourager leur vente à des prix bradés. Maintenons notre vigilance et notre priorité au marché Premium."

Si tout commence à la conduite du vignoble pour s'achever sur la table du consommateur, les vignerons n'ont pas fini d'investir le champ du commercial, nouvelle frontière d'un monde économiquement de plus en plus sauvage.

enbref

Concours national des Vins de Pays

Les inscriptions pour participer au 5^e Concours national des Vins de Pays, organisé par l'Anivit, seront closes le 25 février.

Le concours a lieu les 19 et 20 mars à Paris, sous l'égide de l'Union des œnologues de France.

L'édition 2007, avec 1 336 échantillons de vins de pays présentés dans les millésimes 2005 et 2006, aura consacré 398 vins dans les trois couleurs.

Le concours, qui encourage la qualité et la diversité des vins de pays, est ouvert en 2008 à tous les vins de pays agréés et produits en France dans les millésimes 2006 et 2007.

Les vins seront classés dans les deux grandes catégories suivantes :

Les vins d'assemblage, qu'ils appartiennent à des dénominations départementales, de zones locales ou de régions. Ils constituent une seule et même catégorie.

Les vins de cépages, classés par cépage.

A l'issue de cette épreuve, les lauréats recevront un diplôme ainsi qu'un macaron de la distinction qui pourra être reproduit sur les bouteilles ou tous supports permettant de promouvoir les vins ayant obtenu des médailles, celles-ci étant l'un des gages de reconnaissance de la qualité des vins par les consommateurs.

Pour plus de renseignements : Anivit, tél. 01 47 03 45 44.

Antys : des antioxydants naturels pour la vigne

Le groupe Frayssinet développe depuis deux ans un antioxydant naturel en application foliaire sur vigne, Antys.

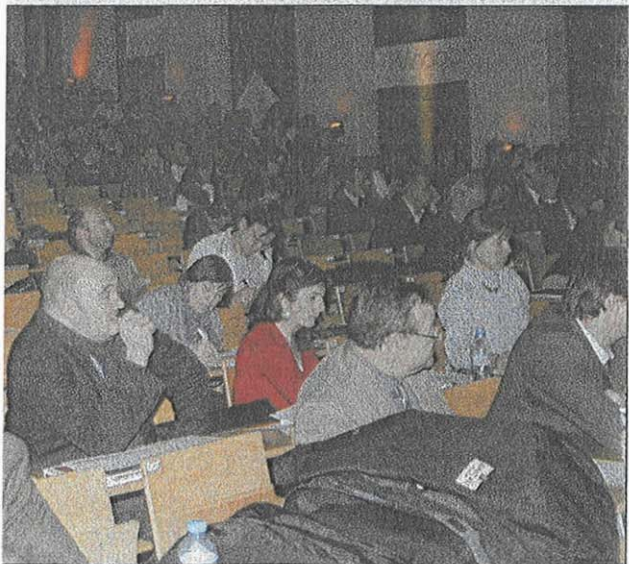
Ce produit est issu d'un programme de recherche en association avec des Universités scientifiques, le Cirad et des Centres d'expérimentation, pour caractériser de nouvelles molécules naturelles issues des matières végétales.

La molécule Antys est un ortho-diphénol, de la famille des polyphénols. Son application par voie foliaire, dit le fabricant, améliore la résistance des cultures en situation de stress, de carence et apporte "une amélioration de la qualité des vendanges"

Anticiper les besoins

La Fédération française de la pépinière viticole veut pouvoir anticiper les besoins de la Viticulture.

"L'année 2007 a été peu propice, dans de nombreuses régions, pour la production des plants, et les pourcentages de reprises obtenus sont souvent en retraits par rapport



Places pour les deux cents personnes présentes.