

# Pineau des Charentes

## OU LA NÉCESSITÉ DE SE DISTINGUER

Dans un contexte difficile, où les apéritifs sont en perte de vitesse, surtout s'ils sont assimilés à des « vins cuits », le Pineau des Charentes a l'obligation de se distinguer. Comment ? C'est ce à quoi réfléchit la filière. Innovations techniques, nouvelle segmentation des âges, identité visuelle renforcée... Un panel d'outils existe, dont l'ouverture du cahier des charges fin 2015-début 2016 devrait faciliter la mise en œuvre.



La réunion de secteur de Gemozac.

Les réunions de secteurs du Syndicat des producteurs de Pineau, préalables à l'assemblée générale, sont toujours l'occasion d'échanges sans tabou ni langue de bois. Impression encore vérifiée ce jeudi 12 février 2015 à Gemozac. Le changement, s'il y en avait un, est venu de l'auditoire, rajeuni. Parmi les participants, un bon tiers de jeunes voire de très jeunes adhérents (deux petits-enfants dont l'un dans son couffin). Une première ! Au-delà du clin d'œil, cela signifie bien que la filière attire de nouvelles recrues ou, qu'au moins, les exploitations à orientation Pineau suscitent des envies de reprise. L'ancien président du syndicat, Jean-Marie Baillif, l'a bien noté. « Cela fait plaisir ! ».

Le Plan de sauvegarde de l'appellation, traduit par l'attribution de 400 ha de droits nouveaux (voir article pages 41-42) n'y est certainement pas étranger. Justifié par une érosion de la production – en dix ans, perte d'une année de récolte – il ne donnera son plein effet guère avant 2020, quand toutes les surfaces arriveront en production. Malgré tout, il représente dès aujourd'hui un signal fort de maintien de la place du Pineau dans l'éventail régional des débouchés.

### Reconquête des ventes

Est-ce pour cela que la filière s'est attaquée d'arrache-pied à l'autre versant de l'équation : la reconquête de ses ventes. Le sommet des sorties Pineau a été atteint en 2006 avec 112 000 hl vol. commercialisés. Pourtant, dès 2008, les ventes repassaient sous la barre des 100 000 hl vol. Fin 2014, où en sont les sorties Pineau ? Elles tournent autour de 88 000 hl vol. En dix ans, les ventes ont perdu 20 % de leur substance.

Le Pineau n'est pas la seule boisson alcoolisée à subir ce genre de contre-performance. Tous les produits concurrents sont taxés à même enseigne et parfois plus durement. Por-

to, VDN, Vermouth... « Le rayon apéritif est en perte de vitesse » n'hésite pas à dire Claire Floch, directrice du Comité national du Pineau des Charentes, histoire de réveiller les consciences. Les raisons en sont assez bien repérées : baisse du pouvoir d'achat, qui pousse les ménages à limiter les produits non essentiels, mesures anti-alcooliques, tendance à faire l'impasse sur « l'apéro » au profit d'un ou deux verres de vin durant le repas... A cela s'ajoute pour le Pineau l'éventuelle difficulté de trouver des références en grande distribution « de Marseille à Béthune », c'est-à-dire hors de sa région de production. Faut-il déplorer que le Pineau soit fort chez lui ? « Non, s'est exclamée Cl. Floch. C'est une chance. La Charente-Maritime est le deuxième département touristique de l'Hexagone et nous en profitons. » Maintenant, il ne faudrait pas que le Pineau se replie sur ses terres et pâtisse d'une

LA RÉPONSE EXISTE !

## ALIMENTATION SOUTENUE ET PRODUCTIONS DE QUALITÉ

- + Matières premières sélectionnées
- + Base organique élevée
- + Azote organique progressif 1%
- + Stimulation biologique

MADE IN FRANCE



FERTILISATION  
**ORGANIQUE**

CLASSIC OM 8.2.11  
ENGUS ORGANIC-MINERAL NPK 420/21

**FRAYSSINET**  
www.groupe-frayssinet.fr