L'agence de presse des Vins, Spiritueux & Boissons

VSB

www.vsb-lalettre.fr

LA LETTRE HEBDOMADAIRE DES PROFESSIONNELS DE LA PRODUCTION ET DE LA DISTRIBUTION

21 septembre 2018 - N°1659

■ L'ÉVÈNEMENT

Vinexpo veut conforter son déploiement à l'international

Patrick Seguin, président de la CCIB (chambre de commerce et d'industrie de Bordeaux) et, à ce titre, président du directoire du groupe Vinexpo, affiche de nouvelles ambitions. Il n'est pas question de faire la course au gigantisme avec Prowein, « avec qui il n'y a pas de concurrence frontale », mais de se positionner sur le créneau « premium, en étant le plus international des salons. L'ambition de Vinexpo est d'être une marque qui organise des symposiums avec des sachants mondiaux s'exprimant sur des sujets majeurs ». Vinexpo Bordeaux s'étend sur 25 000 m² pour un CA de 17 M€, devant Hong Kong, 15 000 m² pour 10 M€ de CA. A New York, la surface sera doublée en mars 2020. Le groupe s'implante à Paris avec Vinexpo Paris prévu du 13 au 15 janvier 2020 dans le nouveau pavillon de la porte de Versailles. Ce salon alternera avec Bordeaux et sera axé sur les spiritueux où les innovations liées à la mixologie et aux nouveaux modes de consommation sont nombreuses. A Bordeaux, Vinexpo veut faire revenir les grandes marques de Champagne, de Cognac et de Bourgogne, en rehaussant le niveau du salon, grâce notamment au nouveau hall en construction (budget : 60 M€), à un accueil personnalisé et en permettant aux exposants d'accueillir leurs invités lors de soirées de prestige dans les salons XVIIIe de la CCIB. A l'export, Vinexpo étudie des implantations dans des pays tels que la Russie, l'Inde, le Brésil, en partenariat avec des acteurs locaux. Objectif : qu'il n'y ait pas un continent sans Vinexpo au moins une fois par an. *Céline Vuillet*

■ L'ESSENTIEL

ENTREPRISES
Les Vignerons de Buzet investissent dans la pierre 2
Advini investit 3 millions d'euros dans la rénovation de Patache d'Aux.....2

FILIÈRES & APPELLATIONS
A Cheverny, une maison des vins innovante couronnée de succès.....3
Fin du désherbage total pour toutes les appellations d'Anjou-Saumur 3

IMPORT & EXPORT
Les pétillants progressent toujours au Royaume-Uni 6

■ L'ŒIL DE LA RÉDACTION

Mumm s'envoie en l'air

La maison Mumm (groupe Pernod Ricard) offrait la semaine dernière une dégustation en apesanteur de son Cordon rouge Stellar à quelques happy few dont l'athlète Usain Bolt, ambassadeur de la marque depuis deux ans, l'astronaute Jean-François Clervoy et Gérard Liger-Belair, chercheur spécialiste de l'effervescence. En l'absence de gravité, la difficulté était de forcer le liquide à sortir de la bouteille et de « piéger » ensuite l'écume mousseuse pour la boire. Les dégustateurs présents ont évoqué une expression du vin décuplée, le liquide tapissant toute la bouche avant une explosion de bulles et de saveurs… Des bouteilles spéciales et des verres fuselés ont été créés spécialement pour cette expérience alliant esprit scientifique et inspiration marketing. Si l'alcool est interdit aux astronautes en mission, la marque pourrait néanmoins se positionner sur les premiers vols dans l'espace proposés aux touristes. *Frédérique Hermine*

■ ENTREPRISES

Les Vignerons de Buzet investissent dans la pierre

La coopérative des vignerons de Buzet est sur le point de signer l'achat du château de Buzet, situé sur la hauteur de Buzet-sur-Baïse et entouré d'un parc de 12 hectares. « C'est l'un des symboles de la région. Cela a du sens que la coopérative le possède », estime David Bidegaray, responsable marketing des vignerons de Buzet. L'utilisation de ce château de 528 m^2 n'est pas encore définie mais l'oenotourisme sera évidemment étudié ainsi que probablement la plantation de vignes. Sur Internet, le château en vente depuis 2014 est proposé à 1,30 M€. La coopérative ne communique pas le montant effectif de la transaction. Elle évoque « un investissement important mais qui reste raisonnable par rapport au potentiel du lieu ». L'origine du château actuel remonte au XIIIe siècle.
Parallèlement, la coopérative s'apprête à sortir son premier vin certifié HVE, le château de Tauziat rouge 2017. Elle souhaite étendre l'an prochain à 500 ha la surface certifiée en HVE. *(CGe)*

Advini investit 3 millions d'euros dans la rénovation de Patache d'Aux

En 2016, Advini rachetait sept propriétés du Médoc à la famille Lapalu, le château Patache d'Aux en étant le fer de lance. Le groupe coopératif a décidé d'investir 3 M€ dans cet ancien cru bourgeois supérieur de 65 hectares situé à Bégadan. La première phase du chantier est un cuvier de 35 cuves en béton calibrées pour réaliser des vinifications parcellaires. Cet équipement accueillera la vendange 2018. Un chai à barriques d'une capacité de 1 400 fûts sera construit en 2019. Les bureaux et la salle de dégustation seront également rénovés. Les 300 hectares qu'Advini exploite en Gironde sont gérés par la société Antoine Moueix Propriétés, située à Libourne, dirigée par Thibaut de La Haye. *(CV)*

A Bordeaux, le Château Réaut crée de nouveaux chais et un restaurant

Sous l'impulsion de l'œnologue Yannick Evenou, le château Réaut, 26 hectares en appellation Côtes de Bordeaux, a été acheté en 2012 au groupe Roederer par un collectif de six bordelais et six bourguignons. Yannick Evenou quitte la direction des vignobles Fayat pour prendre celle de Réaut. Afin de financer une partie de l'acquisition ainsi que les investissements techniques nécessaires, le nouveau directeur de la propriété crée un GFA (Groupement foncier agricole) qui regroupe 427 actionnaires, professionnels et particuliers venant d'une quinzaine de pays. Ils viennent d'investir 2 M€ dans un nouveau chai inauguré à l'occasion des vendanges. Un restaurant est en construction pour une ouverture prévue au printemps 2019. *(CV)*

La distillerie bordelaise Moon Harbour lève 1 million d'euros

Le producteur de whisky Moon Harbour basé à Bordeaux vient de lever 1,02 M€ en financement participatif grâce à la plateforme Tudigo. L'entreprise lancée en 2014 par Jean-Philippe Ballanger (p.-d.g. du fabricant de crèmes desserts et préparations pâtissières Jock) et Yves Medina (ex-dirigeant du secteur de l'informatique médicale) fait vieillir ses whiskies dans des ex-barriques de Pessac-Léognan ou de Sauternes. Elle mise sur des projets encore plus novateurs comme un whisky élaboré à partir d'orges fumées aux algues du bassin d'Arcachon tout proche, ou encore un whisky issu de la distillation de maïs biologique, pour l'instant ardéchois mais à terme, cultivé localement.
Créée avec un budget initial de 3 M€, l'entreprise va utiliser le million d'euros supplémentaire pour poursuivre son développement à l'export, notamment en Asie, mais aussi pour étudier de nouveaux produits, et construire d'ici 2020 un restaurant-bar sur le toit de l'ancien bunker où elle est installée. Moon Harbour, qui a réalisé en 2017 un CA de 700 000 euros, espère atteindre 1,3 million d'euros en 2018. Les premiers whiskies distillés sur place en 2017 ne sortiront qu'en 2020, puisque 3 ans de vieillissement minimum sont nécessaires pour l'appellation whisky. Pour le moment, Moon Harbour exerce une activité de négoce et de finition et va commercialiser du spirit (spiritueux vieilli 8 à 12 mois). *(CGe avec Agra alimentation)*

■ PEOPLE

Raphaël Brandazzi, directeur aux AOC du Sud-Est

Raphaël Brandazzi est désormais le nouveau directeur de la fédération régionale des AOC du Sud-Est qui regroupe les productions de la Vallée du Rhône, de Provence et de Côte d'Azur ainsi que de Corse. Il remplace à ce poste Magali Jelila, qui avait rejoint cet été l'appellation Costières de Nîmes comme directrice. Raphaël Brandazzi était depuis dix-huit mois technicien de contrôle interne et juriste sur les dossiers contentieux au syndicat des appellations du Languedoc au Mas de Saporta. Raphaël Brandazzi a étudié à l'université d'Aix-en-Provence et l'université de la vigne et du vin de Suze-La-Rousse où il a obtenu un master en droit de la vigne et du vin. *(CG)*

Pfaff crée un poste de directeur technique

La cave des vignerons de Pfaffenheim et sa filiale Château de Riquewihr Dopff & Irion ont choisi Jérôme Poisson pour inaugurer un nouveau poste de Directeur technique Vins & Vignobles. Cet oenologue de 36 ans, ingénieur agronome Paris-Grignon, passé par Lapostolle Chili, Frescobaldi, Hennessy et Baron Philippe de Rothschild, travaillera sous la direction du directeur général Stéphane Raynaud en collaboration avec le maitre de chai Jean-François Kueny. L'ambition du groupe est de mieux positionner ses marques en accélérant la partie recherche & développement. Le groupe produit 3 Ml par an sur 300 ha et réalise un CA de 14 M€, dont 57 % à l'export. *(IB)*

Vinexpo piloté par la CCIB en attendant un éventuel directeur général

Le nom du nouveau directeur général de Vinexpo appelé à succéder à Guillaume Deglise, n'a pas été révélé lors de la conférence de presse Vinexpo du 18 septembre. Et pour cause, il n'est pas encore recruté. Patrick Seguin ne semble pas pressé, « la maison marche bien », affirme le président du directoire de Vinexpo bien décidé à reprendre la main. Pascal Faugères, directeur général de la CCIB, assume l'intérim. Il est secondé par l'équipe déjà en place du temps de Guillaume Deglise : Mathieu Van Halst, directeur commercial et marketing, Laurent Bos, directeur des opérations et Anne Cusson, directrice de la communication. Des recrutements sont en cours pour augmenter les compétences du groupe dans le numérique. *(CV)*

■ FILIÈRES & APPELLATIONS

A Cheverny, une maison des vins innovante couronnée de succès

La maison des vins de Cheverny vient de fêter ses 10 ans. Située en face de l'entrée du château, elle propose à la dégustation une centaine de cuvées d'une trentaine de vignerons, selon un concept innovant : une dégustation libre avec un verre équipé d'une puce électronique. Le visiteur choisit sa cuvée et se voit servir automatiquement une dose de 3 cl. Le kit de dégustation de sept vins en AOC Cheverny et Cour-Cheverny est à 6,50 €. La formule (dupliquée depuis dans une autre maison à Chambord) a d'emblée attiré les touristes. « 700 000 personnes sont venues à la maison des vins depuis l'ouverture, un pari réussi », se réjouit le président de la structure, le vigneron Michel Quenioux. 490 000 bouteilles ont été vendues en 10 ans à la maison des vins. Sur la saison 2017, plus de 51 000 cols y ont été achetés. Ce lieu de vente comprend aussi une salle multimédia où sont diffusées plusieurs vidéos sur le vignoble, les terroirs et la vinification. *(IP)*

Fin du désherbage total pour toutes les appellations d'Anjou-Saumur

Après des mois d'attente, les nouveaux cahiers des charges de l'ensemble des appellations d'Anjou-Saumur (soit 27 appellations) ont enfin été votés par le Comité national de l'INAO. Ils comportent deux points essentiels. Le premier est l'interdiction du désherbage chimique total qui entrera en vigueur début 2019. Bien que la pratique de l'enherbement ou du travail du sol soit largement répandue dans le vignoble, il reste, selon les organismes techniques, quelque 10 % de surface irréductibles qu'il faut donc contraindre par le texte.

Second point : la suppression des bans de vendanges. Les opposants à ce rituel de lancement officiel des vendanges par signature d'un arrêté préfectoral ont fini par l'emporter. Les vignerons seront donc libres de débuter leur récolte quand ils le jugent opportun. Les cahiers des charges entrent désormais dans la phase classique de PNO (procédure nationale d'opposition) de deux mois, qui permet à chaque opérateur de s'exprimer sur le sujet. Ces AOC représentent une surface de 18 000 hectares. *(PT)*

Volume complémentaire individuel en hausse en Muscadet

Après deux années de disette, le vignoble nantais renoue avec le volume cette année, à l'image de ses voisins ligériens. Pour ne pas trop déstabiliser les marchés avec une offre surabondante, les appellations de Muscadet ont joué la carte du rendement de base en y ajoutant la possibilité pour chaque vigneron de constituer un volume complémentaire individuel (VCI). Au départ, validé par le CRINAO Val de Loire à 8 hl/ha pour les appellations sous-régionales (Sèvre et Maine, Coteaux de la Loire et Côte de Grandlieu), il a été porté à 11 hl/ha, en ce milieu de vendanges, face à la générosité du millésime. La requête devra être validée par le Comité national de l'INAO de novembre, comme tous les autres VCI français. *(PT)*

Un salon professionnel local pour les AOC du Languedoc au Mas de Saporta

Le syndicat des AOC du Languedoc propose pour le 27 janvier 2019, un salon d'une journée au Mas de Saporta à Lattes près de Montpellier (Hérault), en amont de Sudvinbio (Parc des expositions de Montpellier du 28 au 39 juin). Cette possibilité de déguster le nouveau millésime s'adresse aux petits domaines qui n'auront pas les moyens financiers de rejoindre Wine Paris, la nouvelle version annualisée de Vinisud qui se tiendra à Paris du 11 au 13 février. La participation à ce grand salon international induit des frais supplémentaires importants, notamment de logistique pour se déplacer et se loger en supplément du stand lui-même. Le salon de Saporta promet une infrastructure simple et peu coûteuse pour 150 domaines, voire plus si la demande en exposants est très importante. *(CG)*

■ MARKETING & COMMUNICATION

Un programme pédagogique sur la vigne pour les collégiens

InterLoire et les autres interprofessions viticoles ont lancé Les Chemins de la Vigne, un programme pédagogique destiné aux collégiens. Il vise à leur faire découvrir la vigne et le vin, et les métiers de la filière, avec des modules interactifs et des fiches d'activités utilisables par les enseignants en cours de maths, biologie, français, histoire, géographie etc. Des visites de collégiens dans des domaines viticoles seront aussi organisées. Ce dispositif élaboré avec l'entreprise Le Web Pédagogique et agréé par l'Education nationale est financé par les interprofessions, à hauteur de 75 000 € au total. Le Val de Loire est l'une des régions pilotes. A Chinon en juin dernier, des collégiens ont visité le domaine Couly et un centre de formation. « Ils ont été étonnés qu'un tractoriste puisse gagner plus de 2 000 € nets par mois et ils ont été très intéressés par les perspectives d'emploi », indique Jean-Pierre Gouvazé, référent du programme à InterLoire. *(IP)*

Partenariat Nicolas Feuillatte-Cirque du Soleil

Le champagne Nicolas Feuillatte a annoncé la signature d'un contrat pluriannuel avec le Cirque du Soleil aux Etats-Unis et au Canada. La marque qui a pour slogan dans ses campagnes « Enchanter la vie » devient jusqu'en décembre 2020 le fournisseur officiel exclusif de l'un des plus grands créateurs de spectacles de cirque contemporain pour sa tournée nord-américaine dans plus d'une quarantaine de villes aux Etats-Unis et une vingtaine au Canada. L'objectif est de renforcer encore la visibilité de la marque sur un marché où elle est déjà au quatrième rang des ventes de champagne. *(FH)*

Les bourgognes en tournée

De septembre à décembre, les 12e « Rencontres avec les Bourgognes » permettent aux vignerons, négociants et caves coopératives des 84 appellations bourguignonnes d'aller au contact direct de leurs consommateurs dans toute la France. Environ 600 manifestations dans 200 villes sont programmées sur ces quatre mois.
Au départ de ces rencontres, seuls les cavistes accueillaient les dégustations. Elles sont désormais étendues aux foires aux vins, salons, marchés de Noël, clubs de dégustation et portes ouvertes chez les producteurs.
Cette 12e édition a aussi pour objectif de faire découvrir au grand public les appellations « village », premiers crus et grands crus. Les domaines viticoles en profitent pour dynamiser leurs ventes pendant le dernier trimestre, période clé de l'année, et cultiver les liens avec le secteur traditionnel. Un site géolocalise les évènements. *(FH)*

www.rencontresaveclesbourgognes.fr

Le domaine bourguignon Roux rentre à Vignobles & Signatures

Le domaine Roux en Côte d'Or vient d'entrer dans le club Vignobles & Signatures pour la partie Bourgogne-Mâconnais, en remplacement du domaine Antonin Guyon. Créée en 1885 à Saint-Aubin, la propriété est dirigée depuis 2003 par Sébastien et Matthieu Roux, la cinquième génération. Elle compte 70 ha de vignes réparties sur 14 communes et 123 lieux-dits. Elle commercialise environ 800 000 bouteilles par an pour un CA de 7 M€.
Le club a été créé il y a 34 ans pour mutualiser les forces commerciales et promotionnelles de domaines familiaux. Il rassemble 16 domaines représentant 1 550 ha de vignes et 11,5 M de bouteilles pour un CA de 84 M€. A la suite du rachat du domaine Rolet (Jura) par les Domaines Devillard (Bourgogne), les membres du club n'avaient pas souhaité avoir un même représentant pour les deux régions. Reste donc à trouver un candidat pour le Jura. *(FH)*

En Muscadet, opération de séduction pour Gorges

Gorges vient de fêter les 20 ans de l'association des vignerons ayant présidé à la naissance du premier cru du muscadet Sèvre et Maine reconnu par l'INAO en 2011. L'association regroupe désormais une vingtaine de vignerons répartis sur environ 150 ha de vignes délimitées et avec une production moyenne de 60 000 bouteilles par an.
La moitié des vignerons ont gardé l'étiquette commune initiée à l'origine, l'autre moitié n'a conservé que la typologie manuscrite obligatoire de Gorges mais a changé la couleur de l'étiquette et/ou la bouteille, même si la ligérienne à fleur de lys est encore fortement recommandée. Des dégustations pour les cavistes, les restaurateurs et le grand public ont lieu pendant un mois à Nantes avec un budget de l'ordre de 30 000 €, dont la moitié prise en charge par des sponsors. Objectif : améliorer la notoriété du cru parrainé par le meilleur sommelier du monde 1992 Philippe Faure-Brac. *(FH)*

Les ambitions télévisées des IGP Pays d'Oc

Le syndicat des producteurs IGP Pays d'Oc s'offre une nouvelle campagne de communication télévisuelle dans le cadre de la série « 1 minute, 1 vignoble » (voir VSB n° 1657) à laquelle elle avait déjà participé en 2017. Parmi les seize films oenotouristiques de la saison 2018, deux mettent en scène des acteurs des terroirs et des cépages de l'IGP Pays d'OC avec pour thèmes « un périmètre de créativité » et « 58 cépages, des milliers d'expressions ».
« C'est pour nous une occasion unique d'informer le grand public, de façon didactique, sur nos spécificités et sur cette notion d'IGP. Ainsi nous incitons à venir à la rencontre des vignerons », explique Jacques Gravegeal, président d'Inter Oc, l'inteprofession des vins de Pays d'Oc.
Cette année, l'IGP vise une audience moyenne de 4 et 5 millions de personnes, soit le double de celle enregistrée en 2017. Les petits films sont programmés sur les chaînes métropolitaines de France Télévisions ainsi que sur BFM jusqu'en décembre prochain. Le montant de l'investissement de cette campagne n'a pas été communiqué. *(CG)*

■ EVÈNEMENTS

Vinexpo Explorer parcourt la Sonoma Valley du 23 au 25 septembre

Vinexpo Explorer est un événement itinérant mettant en présence des acheteurs internationaux et des producteurs d'une région du monde. 70 acheteurs venus de 27 pays vont rencontrer 60 viticulteurs de la Sonoma Valley en Californie, du 23 au 25 septembre. L'événement est organisé en partenariat avec Sonoma County Vintners (SCV) qui représente plus de 200 vignobles de la région. *(CV)*

Succès pour le 4e salon France Quintessence

La 4e édition du salon France Quintessence consacré aux spiritueux français affiche une hausse de fréquentation de 5 % par rapport à l'édition 2017. Elle s'est déroulée les 9 et 10 septembre dernier. Le salon a la particularité de consacrer une journée aux particuliers qui ont été 850 au rendez-vous le dimanche. Plus de 1 700 professionnels ont été accueillis le lundi. Au total, ce sont donc plus de 2 500 visiteurs qui ont pu constater la diversité et le dynamisme de l'offre « made in France ». *(CGe)*

■ IMPORT & EXPORT

Les pétillants progressent toujours au Royaume-Uni

Au Royaume-Uni, les ventes des pétillants progressent encore, mais plus doucement qu'en 2017. Le Prosecco domine toujours le marché. C'est la conclusion de l'enquête annuelle de The Wine Intelligence. La progression du segment pour 2017 s'est établie à + 4 % pour le marché des pétillants, contre + 8 % pour l'année précédente ce qui permet au Royaume-Uni de conserver sa sixième place dans le classement des pays consommateurs de pétillants. Les consommateurs anglais associent toujours ce type de vins à des occasions spéciales et des moments de sociabilité et les trois-quarts d'entre eux ont bu du Prosecco au moins une fois dans l'année. Le champagne reste, lui, synonyme de qualité. Surfant ce sur marché, le distributeur ASDA vient de lancer un pétillant anglais sous sa marque et réalisé par Denbies wine Estate. Il est vendu à 25 £ (28 €) le col et réalisé avec des raisins de la vendange 2015 récoltés dans le Surrey. *(YK)*

■ MARCHÉ

Les whiskies et rhums plébiscités par les Français

Le Whisky Live Paris a révélé un sondage Ipsos à la veille de son édition 2018. Selon ce sondage, 53 % des Français déclarent avoir acheté au moins un spiritueux au cours des 12 derniers mois, 31 % du whisky, 26 % du rhum (un tiers des acheteurs dit en consommer davantage depuis deux ans). Les consommateurs de whisky ont pour la moitié plus de 50 ans et 69 % sont des hommes. 87 % le dégustent pur, avec ou sans glace, 80 % pensent que c'est un spiritueux adéquat pour l'apéritif. Deux tiers des amateurs de rhum ont moins de 50 ans. 56 % le dégustent en ti'punch et 39 % l'utilisent en cuisine. La majorité des consommateurs de rhum et whisky (81 %) estiment que ce sont des boissons de dégustation à consommer en faible quantité. Le 1er critère de choix reste la qualité devant l'origine géographique : Ecosse, Irlande, États-Unis, France et Japon pour le top 5 des whiskies, aux trois-quarts Caraïbes pour les rhums. Un Français sur deux consomme des cocktails, les trois quarts à domicile, un tiers dans les bars à cocktails. Seuls un tiers des consommateurs de rhum ou de whisky estiment facile le choix d'une bouteille. *(FH)*

Le Whisky Live Paris du 22 au 23 septembre à la Cité de la mode et du design

VSB est éditée par AGRA SAS au capital de 330 846 € - RCS Caen 538 582 636 00030 - APE 6391 Z. Principaux actionnaires : Réussir SA et Agra Investissement 1, rue Léopold Sédar Senghor - 14460 COLOMBELLES - Tél. : 02 31 35 77 00 - Bureaux parisiens : 4/14 rue Ferrus Hall B - CS 41442 - 75683 PARIS Cedex 14 - Tél. : 01 42 74 28 00 - Groupe **RÉUSSIR** - **Directeur de la publication :** Thibaut De Jaegher - **Directrice des rédactions :** Nicole Ouvrard. **Rédactrice en chef :** Nicole Ouvrard (01 42 74 29 46 - fax : 01 42 74 28 84) - nouvrard@agrapresse.fr - **Rédactrice :** Catherine Gerbod (01 42 74 28 12) - cgerbod@agrapresse.fr - **Rédaction :** Isabelle Bachelard (Alsace - 01 43 57 01 82) - Frédérique Hermine (Spiritueux, Distribution - 01 43 96 16 16) - Yann Kerveno (Sud-Ouest - 06 08 49 89 54) - Ingrid Proust (Touraine-Centre - 06 12 94 31 16) - Christian Goutorbe (Languedoc-Roussillon, Provence, Vallée du Rhône - 06 66 40 04 80) - Patrick Touchais (Anjou, Saumur, Pays nantais - 06 09 33 58 99) - Céline Vuillet (Bordeaux - 05 57 92 60 05).
Abonnements : France métropolitaine : 929 € HT; Autres pays : nous contacter ; service abonnement : 1, rue Léopold Sédar Senghor - 14460 COLOMBELLES - Tél. : 02 31 35 87 28 - E-mail : abonnement@agrapresse.fr.

La demande de bulles de Loire en hausse à fin juillet

Les échanges de bulles de Loire entre production et négoce sont en grosse progression sur la dernière campagne arrêtée au 31 juillet. Parmi les appellations de volume, le Crémant de Loire enregistre une hausse de 11 % à plus de 95 000 hl, avec un prix du vin de base à 185 € (+ 3 %). A Saumur, la demande a également été soutenue. Avec 68 000 hl, les négociants ont augmenté leurs achats de 21 %, en poussant légèrement le cours de 3 %, à 155 €/hl. Le Vouvray, après des années un peu maigres, affiche + 57 %, soit 22 000 hl, avec un cours soutenu de 229 €/hl, en hausse de 4 %. Sur les deux dernières années, plutôt faibles en volume, les cours ont été largement à l'avantage des producteurs. L'un des enjeux sera de les maintenir cette année, avec une récolte qu'on annonce plutôt généreuse. *(PT)*

■ DISTRIBUTION

Magasins U réorganise son équipe d'achats de vins

L'équipe vins de Système U vient de recruter un nouveau chef de produits Benjamin Bidault, ex-Galec où il était en charge du site Ma Cave E.Leclerc. Il s'occupera des vignobles de l'Est, de l'Alsace à la vallée du Rhône (y compris Jura et Savoie), et de la catégorie des boissons aromatisées à base de vin. Renaud Guerre-Genton est en charge des vignobles de Bordeaux, Sud-Ouest et Loire ; Céline Saint-Marc, des effervescents, du Languedoc-Roussillon, de la Provence, de la Corse, des vins étrangers et des IGP et vins de France. Lucie Dufau remplace Sébastien Bruder en tant que chef de produits soft-drinks, eaux, bières et spiritueux. Xavier Mimiague est en charge des marques de distributeurs en tranquilles et en effervescents, Annabelle Fisson chapeaute le développement des ventes-merchandising. Basée à Rungis (94), l'équipe est toujours pilotée par Jean-François Rovire, chef de groupe, et par l'associé U Gérard Brégeon. *(FH)*

L'application Epicery étend son offre aux vins

Opérant sur Paris et Lyon, l'application Epicery permet de commander en ligne chez des commerçants de son quartier tout en se faisant livrer à domicile. Elle étend son offre à des cavistes ainsi qu'aux rayons vins des magasins Monoprix et Naturalia (groupe Casino). L'offre débute avec 25 points de vente parisiens et lyonnais et une livraison offerte (sauf pour les Naturalia) jusqu'à la fin du mois de septembre à l'occasion des foires aux vins. Actuellement, l'appli lancée fin 2016 permet d'accéder à l'offre de 300 commerces sur Paris et 50 à Lyon pour les achats alimentaires. Monoprix s'est rapproché de la start-up dès la fin 2017 en prenant une participation pour l'instant minoritaire. *(CGe)*

Dans le Sud-Ouest, une caravane devient une cave ambulante

Inventer une cave ambulante, c'est le projet original lancé par Fanny Pasquiet, ex collaboratrice de Plaimont. Faute de pouvoir s'offrir le wine truck de ses rêves, c'est une caravane qu'elle a transformé en « CaraVin ». Sa cave ambulante ne propose que des vins de femmes. « Attention, je ne cherche pas que des vins qui seraient entièrement faits par des femmes, mais bien des vins sur lesquels les femmes ont une influence ! D'autres font du bio, du nature, moi ce sont des vins de femmes », précise-t-elle en expliquant qu'au final, le monde du vin est encore bien machiste, « qu'on le veuille ou non ». Elle a débuté son activité en juin, en écumant les marchés nocturnes, les anniversaires, les mariages et le marché d'Auch le jeudi matin. Pour cet automne, des festivals et des conventions sont au programme, ainsi que des tournées de vignobles pour développer et faire évoluer son offre. *(YK)*

■ ÉTRANGER

Recul des bénéfices vinicoles de wineries chinoises

Changyu, la plus ancienne des wineries chinoises a enregistré un recul de 5,11 % de son bénéfice net (563 M de yuans ou 74 M€) au premier semestre de son exercice fiscal en cours. Paradoxalement, le chiffre d'affaires a lui progressé de

2,21 % pour s'établir à 2,8 milliards de yuans (353 M€). L'entreprise chinoise attribue cette (relative) contre-performance à la hausse des coûts de production et à la concurrence accrue, dans le commerce électronique ou dans les linéaires, d'autres vins produits en Chine ou importés.
Les produits d'entrée de gamme commercialisés par la joint-venture conclue entre Changyu et Castel sont parmi les plus touchés, enregistrant sur presque tous les segments des pertes de parts de marché. Selon The Drink Business, qui rapporte ces informations, le haut de gamme enregistre quelques gains.
Les propriétés que possède Changyu à l'étranger n'ont pas non plus été performantes, que ce soit au Chili, en France ou en Australie.
Par ailleurs, nos confrères soulignent qu'une autre winery chinoise, Zhong Pu, a aussi annoncé un recul de 48 M de yuans (6 M€) de son bénéfice pour la même période. *(YK)*

Près de 600 M de cols de Prosecco attendus cette année

Les 23 000 ha de vignobles de l'appellation Prosecco devraient donner cette année une vendange de 3,7 Mhl. De quoi élaborer 493 M de bouteilles contre seulement 400 M l'an dernier alors que le gel avait aussi frappé l'Italie de plein fouet. Les 5 000 ha agréés pour la production de Prosecco supérieur devraient aussi donner une vendange plus importante que les 100 M de cols de l'an dernier avec en plus une qualité supérieure.
C'est aussi avec cette récolte qu'entre en vigueur pour le Prosecco le mécanisme de réserve inspiré de celui du champagne et destiné à maintenir les marchés en cas de coup dur. 450 000 hl (60 millions de cols) pourraient ainsi être « épargnés » pour le futur.
En revanche, aucune décision n'a encore été prise pour autoriser le Prosecco rosé. Il faudra donc attendre, au mieux, la vendange 2019. *(YK)*

BULLETIN D'ABONNEMENT

Nouveau AGRA ACCESS
Donnez accès à VSB à vos collaborateurs et membres de direction
Contactez-nous pour une offre adaptée : 02 31 35 77 02 ou abonnement@agrapresse.fr

OUI, je m'abonne pour 1 an :	**VSB NUMÉRIQUE**
FRANCE Métropolitaine	☐ **929€HT** (948,51€TTC)
Autres pays, nous consulter	

VSB www.vsb-lalettre.fr

MES COORDONNÉES

Nom Prénom
Société Adresse
Code postal Ville
Pays
Tél. Port
E-mail *(obligatoire pour la version numérique)*
SIRET
Code APE N° TVA intra

RÉGLEMENT

Je règle par :

☐ Chèque à l'ordre de AGRA
☐ Virement *(voir ci-dessous)*
Domiciliation bancaire CCM-CADP-CAEN
BIC CMCIFR2A
IBAN FR76 1027 8021 0100 0204 1580 318
☐ Je souhaite recevoir une facture.

Date et signature obligatoires :

AGRA1801-05 Offre valable jusqu'au 30/11/2018.

A retourner à : AGRA Service abonnement - 1 rue Léopold Sédar Senghor - 14460 COLOMBELLES
Tél. 02 31 35 77 02 - Fax : 02 31 35 77 18 - **abonnement@agrapresse.fr**

TVA à 2,1% pour la France métropolitaine. Version numérique monoposte non transférable. L'adresse email de réception de la publication doit être une adresse professionnelle individuelle (les adresses de type générique ou alias seront refusées, sauf autorisation exceptionnelle de REUSSIR). Conformément à la loi Informatique et Libertés de 06/01/78, vous disposez d'un droit d'accès et de rectification aux informations vous concernant auprès de notre service abonnements.

Ou abonnez-vous sur : www.vsb-lalettre.fr

VSB PLUS
www.vsb-lalettre.fr

Les vins de Bergerac-Duras misent sur leurs paysages

L'interprofession axe sa stratégie sur une démarche environnementale forte pour redynamiser la filière et valoriser l'image de ses vins.

Les vins de Bergerac-Duras affichent déjà 20 % de vins en bio et entendent accélérer une stratégie de territoire plus globale en valorisant les paysages et en développant l'œnotourisme. « *La biodiversité de notre territoire qui n'est pas une grande mer de vignes a longtemps été considérée comme un retard, voire un handicap. Elle est finalement devenue un atout à renforcer pour se différencier. Nous ne pouvons le faire que difficilement sur nos vins élaborés avec les mêmes cépages que nos voisins, mais quand on emprunte la magnifique route entre Bergerac et Duras, on comprend mieux la richesse de notre patrimoine* », considère Vincent Bergeon, le directeur du comité Interprofessionnel des Vins de Bergerac Duras. En parallèle, l'interprofession associée à ses voisines bordelaise et cognaçaise fait partie des 24 lauréats des projets Tiga (Territoires d'Innovations de Grandes Ambitions) lancés par l'Etat et la Caisse de Dépôts. « *Il s'agit d'inventer la viticulture de demain avec moins de pesticides et augmenter la biodiversité en créant un laboratoire d'initiatives territoriales par petites zones et reproductibles et en s'appuyant sur une viticulture plus familiale. Pas d'objectif zéro pesticide à court terme ; nous voulons d'abord amorcer une prise de conscience collective* », précise Vincent Bergeon. Sont à l'étude des actions comme la réimplantation des haies, l'enherbement dans les vignes, la réintroduction de chauve-souris, l'implantation de cépages résistants…

François MILLO

Doper l'œnotourisme

La valorisation du territoire passe aussi par le développement de l'œnotourisme. En 2019, après travaux d'un montant de plus de 2 M€, la Maison des vins du cloître des Récollets à Bergerac deviendra "la Maison des Vins et du Tourisme", en partenariat avec l'office de tourisme et les collectivités territoriales. Outre l'extension de la voie verte cyclable, la route des Vins a été redynamisée en mettant en avant les 10 meilleures expériences du vignoble, relayées sur une brochure et sur le web. Deux projets innovants en matière d'œnotourisme ont été subventionnés : une balade en gyropode au domaine de Siorac et un geocatching à Montravel. En attendant le millésime 2018, cette dynamique tente de compenser les difficultés rencontrées suite au millésime 2017 qui a enregistré 40 % de pertes de récolte. Un plan d'actions a été enclenché avec l'aide de FranceAgriMer pour proposer un diagnostic quasi-gratuit des entreprises « *afin d'aider les vignerons à rebondir, pas seulement ceux qui vont mal mais ceux qui ont besoin d'un oeil extérieur sur leur activité ou qui cherchent un repreneur* », détaille Vincent Bergeon. L'objectif est d'en réaliser une centaine. L'interprofession s'est également penchée sur les mises aux normes d'accessibilité des entreprises viticoles, pour les handicapés et les familles. Une personne a été embauchée pour aider à remplir les dossiers avant la réalisation des travaux. D'ici fin novembre, ceux de 110 propriétés de la route des vins devraient être bouclés dont une dizaine dans le cadre de Tourisme Handicap. En matière de numérique, une cinquantaine de diagnostics et formations ont été financés pour permettre aux domaines de mieux maîtriser le web et les réseaux sociaux.

Jouer sur la gastronomie

L'interprofession, qui dispose d'un budget communication annuel de plus d'1 M€, a renforcé sa communication collective avec d'autres filières (foie gras, canards…) via des subventions européennes et régionales. Elle a également dopé ses actions auprès des cavistes, tout en poursuivant les actions en GD (plus de 500 animations par an) où le millésime 2017 a fait perdre 30 % de PDM. Des efforts vont également cibler l'export, très irrégulier en volume et dont le prix moyen est en forte baisse. L'action de promotion aux Etats-Unis (16 % de l'export) avec les vins du Sud-Ouest devrait être maintenue ainsi que des opérations RP-web en Grande-Bretagne, aux Pays-Bas, en Belgique et en Allemagne, les quatre premiers débouchés des vins de Duras et Bergerac avec la Chine.

Frédérique Hermine

Rédaction : *Catherine Gerbod et les correspondants régionaux.*
Tél. : 01 42 74 28 12 - 01 42 74 29 46 • E-mail : cgerbod@agrapresse.fr

Inscriptions : **www.agrofinance.fr**

LE 20 NOVEMBRE 2018
de 14 h à 19 h 30
Maison de la Chimie - 75007 PARIS

13e ÉDITION
20/11/2018

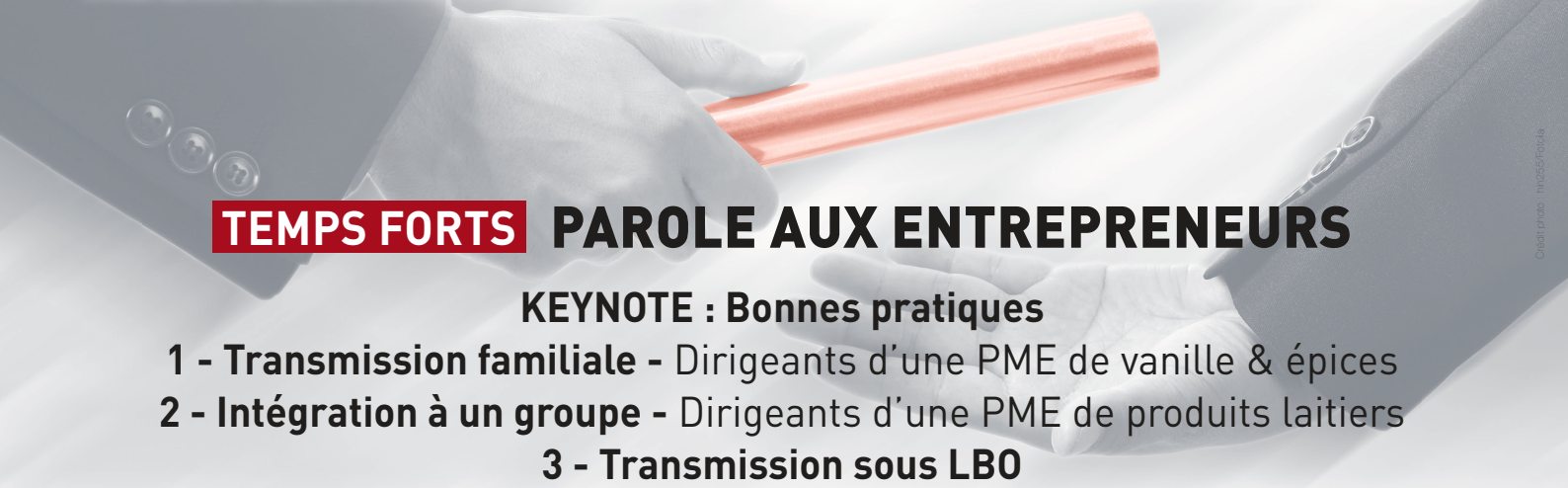
AGROfinance

Le colloque des entreprises de l'Agroalimentaire

#AgroFinance2018

LES CLÉS POUR ANTICIPER & REUSSIR SA TRANSMISSION

TRANSMISSION FAMILIALE, CESSION À UN INDUSTRIEL, LBO



TEMPS FORTS **PAROLE AUX ENTREPRENEURS**

KEYNOTE : Bonnes pratiques
1 - Transmission familiale - Dirigeants d'une PME de vanille & épices
2 - Intégration à un groupe - Dirigeants d'une PME de produits laitiers
3 - Transmission sous LBO

Partenaires :

CM-CIC Investissement
Agro Invest
Avril
AZULIS capital
UNIGRAINS
IDIA CAPITAL INVESTISSEMENT
SODICA CORPORATE FINANCE

CONTACTEZ-NOUS POUR ÊTRE PARTENAIRE :

Antoine Defert
a.defert@reussir.fr - 01 49 84 03 30

Axelle Chrismann
achrismann@agrapresse.fr - 01 42 74 29 07

Organisé par Agra Alimentation avec le soutien de :

AGRA alimentation Le média des enjeux de l'industrie agroalimentaire

HEC PARIS ALUMNI Agroalimentaire

Agro ParisTech Alumni Un lien vers l'avenir