

Vignerons Landais | La réhabilitation complète du site de Geaune doit accompagner un développement commercial ambitieux pour la cave coopérative.

Le projet d'entreprise sur les rails

Voté en conseil d'administration en 2009, le projet stratégique de la cave des Vignerons Landais est actuellement en pleine phase opérationnelle. Basé à la fois sur une réhabilitation complète du site de Geaune, mais aussi sur un développement commercial ambitieux, il vise à faire de la coopérative un acteur incontournable dans le paysage viticole français. Les résultats obtenus durant la campagne 2010-2011, objets de l'assemblée générale réunie à Geaune jeudi 23 février, rendent le président Francis Descazeaux et le directeur Régis Laporte, optimistes quant à sa mise en œuvre.

Tous les voyants au vert

Tout d'abord, avec 27 816 hectolitres en zone Tursan et 7 573 hectolitres en zone Chalosse, la récolte 2010 a été « *généreuse et magnifique en qualité* ». Avec celle de 2011, tout aussi « *intéressante en qualité et en volume* », elle

a été « *bienvenue pour regonfler les stocks utiles de la cave* », souligne Francis Descazeaux. Une condition indispensable pour assurer le développement commercial escompté.

« *Le socle de notre projet repose sur une production suffisante pour assurer les besoins des marchés et constituer des stocks qualitatifs* », rappelle Régis Laporte. De ce point de vue, tous les voyants sont donc au vert. D'autant que les mesures mises en place pour limiter les risques d'érosion des surfaces viticoles en Tursan et en Chalosse portent leurs fruits, avec une « *stabilité, voire une légère reprise* » des hectares plantés en vigne.

Du côté de la qualité, la cave a également de quoi se réjouir avec 17 médailles obtenues pour les millésimes 2010 lors des différents concours (Paris,

Toulouse, Bordeaux, Mâcon...). « *Mais la médaille de l'année, c'est bien sûr l'obtention de l'AOC en Tursan, reprend le président. Cette reconnaissance des professionnels était un palier qu'il nous fallait franchir. Un signe de qualité attendu et mérité, qui hisse les vins de notre coopérative au niveau d'autres AOC de France* ». La cave en attend bien évidemment des retombées positives. Le passage des vins de pays en IGP (Identification géographique protégée) est également bien perçu. « *Sur le long terme, cela clarifiera la lecture des signes de qualité au niveau européen* », estime

La médaille de l'année, c'est l'obtention de l'AOC

Francis Descazeaux. De plus, ces labels qui lient la production au territoire sont très importants au niveau commercial, comme l'a souligné Fabrice

Chaudier, conseil commercial des Vignerons Landais. « *Aujourd'hui, le consommateur perçoit le vin comme un produit culturel et gastronomique. La consommation est portée par une image qui n'est*

pas écornée par la crise, bien au contraire. Dans les périodes difficiles, la notion d'origine est une valeur refuge ». En se positionnant sur le segment des vins de qualité, la cave surfe également sur le bon créneau. « *Au niveau du marché français,*



Le président Francis Descazeaux (au premier plan) et le directeur Régis Laporte sont optimistes quant à la mise en place du projet stratégique d'entreprise de la cave des Vignerons Landais.

Photo C. A.
Le Sillon

on constate une forte chute des vins de consommation courante au profit des vins vendus entre 3 et 7 € la bouteille. Le cœur de gamme est un segment porteur et rémunérateur car moins sensible aux promotions ».

Reste à donner plus de visibilité aux produits de la coopérative pour atteindre les objectifs de vente fixés dans le projet d'entreprise. « *2 135 000 bouteilles - 61 % en Tursan et 39 % en IGP Landes - ont été commercialisées au cours de la campagne 2010-2011, indique Bernard Cerda, le chef des ventes. Un travail est en cours pour le développement des ventes à l'export et hors Sud-Ouest, avec un objectif de progression des ventes de vins embouteillés de 400 000 cols d'ici fin 2013* ».

Vitrine des vins dans les Landes

Concernant l'export, Fabrice Chaudier est optimiste quant aux capacités des Vignerons Landais à se faire une place au soleil. « *C'est un marché très dynamique où les vins français peuvent*

très bien tirer leur épingle du jeu à condition d'être présents sur le terrain comme ont su le faire les Italiens et les Espagnols ». Pour le hors Sud-Ouest, la cave mise beaucoup sur le caractère touristique du département qui attire chaque année deux millions de visiteurs.

Au travers de son réseau de vente directe de cinq magasins, dont deux nouveaux sur la côte à Capbreton et Messanges, et de partenariats noués avec les professionnels du tourisme pour l'organisation de visites dans ses chais, elle entend offrir « *une véritable vitrine de ses vins dans les Landes et donner la possibilité aux clients locaux et de passage de découvrir ses productions* », souligne Jérôme Carré, responsable de la communication.

Cécile Agusti