



Bordeaux FACE À LA CRISE, LES PRODUCTEURS S'ORGANISENT SOUS DIFFÉRENTES FORMES POUR TROUVER DE NOUVEAUX DÉBOUCHÉS. LE COLLECTIF DES VITICULTEURS GIRONDINS ET LE GIE DES VIGNERONS D'AQUITAINE ENTENDENT PESER COMMERCIALEMENT EN GMS.

LES VIGNERONS GIRONDINS JOUENT COLLECTIF

> C'est l'un des effets positifs de la crise du Bordelais. Pour faire face aux difficultés, les vignerons font preuve d'une solidarité à toute épreuve. Sur le terrain de la commercialisation, la mutualisation offre une possibilité de répondre aux attentes de clients comme les GMS. Tel est l'objectif des deux nouvelles structures qui ont récemment vu le jour : le Collectif des Viticulteurs Girondins et le GIE des Vignerons d'Aquitaine.

Animations. Le premier nommé regroupe ainsi une dizaine de propriétaires qui font des animations sur le lieu de vente leur principal argument. « L'objectif est d'aller à l'encontre des consommateurs et de personnaliser au maximum les étiquettes, souligne Chantal Séguillon, membre du collectif. En 2010, la démarche a permis d'écouler près de 50 000 bouteilles en hypers et supers grâce aux animations-dégustations. » Et chaque vigneron est tenu de réaliser un certain nombre de jours en magasins. Pour compenser cet

investissement humain, le collectif prend non seulement en charge les frais de chaque vigneron, mais il finance aussi son remplacement sur la propriété le temps de son absence. La philosophie du GIE des Vignerons d'Aquitaine est sensiblement la même. Pour faire face aux difficultés économiques, une trentaine de vignerons et

C'EST QUOI LE COMMERCE ÉQUITABLE EN GIRONDE ?

> Si la notion de commerce équitable est bien comprise pour un café issu d'Amérique du Sud, elle semble plus délicate à justifier pour un vin de Bordeaux. Les acquis et les droits sociaux mais aussi la valeur ajoutée étant tout de même difficilement comparables. Pour autant, le collectif des Viticulteurs Girondins et le GIE des Vignerons d'Aquitaine font du commerce équitable un argument majeur de leur démarche. Au point, pour le GIE, de le signaler sur la bouteille avec un logo estampillé « Commerce Équitable Français, Vigneron Paysan ». Pour le justifier, Fabrice Chaudier est parti du principe qu'avec un prix moyen en rayons de 3,09 € (source : *SymphonyIRI*) pour un Bordeaux, le prix payé en vrac aux producteurs devrait tourner autour de 1350 € le tonneau de 900 litres. Sauf que ce dernier s'échange en réalité à 800 € en moyenne. CQFD ?

Les membres du collectif des Viticulteurs Girondins prennent la pose dans ce magasin Auchan de Pau (64) lors d'un week-end d'animation.

deux caves coopératives (Saint-Pierre d'Aurillac et Gironde-sur-Dropt) ont constitué cette structure en septembre 2009 avec la volonté de maîtriser la commercialisation et de créer de la valeur ajoutée sur les produits.

Humanité. « Il s'agit d'une réflexion humaine, économique et marketing qui a débouché sur une stratégie commerciale clairement définie, analyse Fabrice Chaudier, consultant pour le GIE des Vignerons d'Aquitaine. Tous les membres ont adhéré à l'idée de commerce équitable que nous avons formalisée avec la création d'un logo spécifique (cf. encadré ci-dessous). » D'une part, le GIE cherche à répondre au marché du vrac en concentrant les volumes de ses différents membres. D'autre part, il tente bien évidemment de développer l'activité bouteilles. En hypers et supers, les Vignerons d'Aquitaine formalisent actuellement les premiers contacts et quelques magasins Leclerc ou Système U se montrent réceptifs à leur démarche. Reste néanmoins à séduire les consommateurs. **F.G.**

Rachat de Boisset en Bâtard-Montrachet

> Le domaine de la Vougeraie, qui regroupe les vignes les plus prestigieuses de la famille Boisset, et la maison Alex Gambal viennent de s'associer pour racheter une vingtaine d'ares du célèbre grand cru Bâtard-Montrachet. Ils pourront ainsi en produire environ 1200 bouteilles par an. Avec cette nouvelle acquisition, Boisset confirme sa volonté de développer son vignoble dans les appellations bourguignonnes de prestige.

UBE Baarsma France distribue les vins chiliens Vina Maipo

> On connaissait en France Gato Negro, Casillero Del Diablo ou Frontera. Une autre marque de vins chiliens, propriété du groupe Concha Y Toro, va faire son apparition en France : Vina Maipo. Cette signature, représentant 26 millions de bouteilles exportées à travers 60 pays, sera distribuée de façon exclusive par UBE Baarsma France, la branche vin de Tradelink.

Alliance Loire animera sa marque Secrets de Chai en mai 2011

> Le groupe de coopératives a décidé d'accentuer ses efforts sur la marque Secrets de Chai. Déclinée notamment sur les appellations muscadet Sèvre et Maine sur lie, cabernet d'Anjou et saumur champigny, la signature se développe en hypers et supers, particulièrement au sein du groupe Carrefour. Pour renforcer ses positions, Alliance Loire animera Secrets de Chai en GMS via un jeu concours annoncé en magasins par des collerettes. Lesquelles renverront les consommateurs sur le site www.secretsdechai.fr.