

Commercialiser davantage les rouges

Centre-Loire

Président du BIVC depuis octobre, Emmanuel Charrier livre les axes de travail définis. Une priorité : mettre l'accent sur les rouges du Centre-Loire, qui manquent singulièrement de notoriété par rapport aux blancs.

Perrine Vuibert
perrine.vuibert@centrefrance.com

Avec Emmanuel Charrier comme nouveau président, le Bureau Interprofessionnel des Vins du Centre (BIVC), créé en 1994 et qui a son siège à Sancerre, poursuit de plus belle son objectif principal : mettre en avant la spécificité des vins du Centre-Loire, avec des appellations reconnues mondialement telles que Sancerre et Pouilly-Fumé ou à découvrir comme Menetou-Salon, Quincy ou encore la dernière née des AOC du Centre-Loire, Châteaumeillant.

Aides à l'export
« On est là pour la promotion des vins », expose le nouveau président, vigneron des Coteaux du Giennois. « InterLoire (*), qui englobe tout le val de Loire, depuis Nantes, voudrait nous "croquer" mais nos huit appellations seraient noyées dans la masse. On veut garder notre indépendance car ça fonctionne bien, on est plus forts comme ça pour les



AMBITION. Les rouges du Centre-Loire manquent de notoriété, alors que leurs qualités ne cessent d'être reconnues par de plus en plus de professionnels. Le BIVC va travailler là-dessus de façon plus pointue. PHOTO LIONEL BRUGGER

défendre. Il faut être présent, s'exprimer. »
Élu pour trois ans, il s'appuie sur toute une équipe pour traiter des dossiers variés : « Ça va de l'ouverture des droits de plantation jusqu'aux protections de grêle ». Deux axes prioritaires sont dévolopés : « Sensibiliser nos adhérents aux aides à l'export, car beaucoup ne connaissent pas ce qui existe. Et mettre l'accent

sur la commercialisation des rouges, car ils ne sont pas assez mis en avant ». Par quels moyens ? « On participe à des concours qui n'étaient réservés qu'aux blancs. Et en Asie, où il y a beaucoup de Bordeaux, on veut montrer que nos rouges, plus souples, peuvent plaire. Plein d'actions sont menées en collaboration avec InterLoire vers les États-Unis, la Chine, la Russie. Cette

collaboration sur les actions permet d'en supporter les coûts. Sancerre est là pour nous tirer, nous, Coteaux du Giennois. »
Optimisme de rigueur
Une certitude, pour Emmanuel Charrier : « Il ne faut pas qu'on reste dans le marché français ». L'optimisme est de rigueur : « Même si on parle de crise, il y a toujours une régulation qui se fait, une rotation au niveau des

puissances économiques : avant, il y a eu l'Angleterre comme débouché, maintenant c'est les États-Unis, après ce sera l'Asie. »
Son analyse du marché du vin, en France ? « Il est saturé, on prend souvent la place d'un autre. Et on constate que le mode de consommation a changé : désormais, ramener chez soi la bouteille du restaurant, c'est possible, comme aux États-Unis. On

achète plus souvent du vin pour boire chez soi, et moins au restaurant. »
Au plan local, le BIVC s'adapte à l'évolution des comportements en jouant la carte de l'œnotourisme : « Des balades gourmandes sont proposées dans les vignobles et on développe pas mal d'actions en partenariat avec Bourges ». ■
(* Interprofession des Vins du Val de Loire.

REPÈRES

Appellations. Sancerre, Pouilly-Fumé, Menetou-Salon, Quincy, Reuilly, Coteaux du Giennois, Châteaumeillant, Pouilly-sur-Loire.
Filière. 650 déclarants ; 400 professionnels commercialisant en bouteilles, dont 360 vignerons, 35 négociants, 5 caves coopératives.
Production 2010. 42 millions de bouteilles dont 82 % de vins blancs (+ 10 % par rapport à la moyenne des cinq dernières années).
Ventes sur douze mois à fin juillet 2011. 38,1 millions de bouteilles, dont 45 % à l'export dans 110 pays. Les blancs représentent plus de 92 % de l'export du Centre-Loire.
Principaux pays à l'export. Grande-Bretagne, États-Unis, Belgique, Allemagne, Pays-Bas, Norvège, Canada, Suède, Irlande et Suisse.

EN BREF

Surface. Le vignoble de l'épineau occupe coteaux et plateaux qui bordent la vallée de la Loire, de Pouilly à Cosne. Les 6 ha de vignes du domaine appartiennent à deux AOC différentes : 1 ha en Pouilly-Fumé et 5 ha en Coteaux du Giennois, dont 3,5 ha de Sauvignon, 1 ha de Pinot noir et 0,5 ha de Gamay.

Moin-d'œuvre. Elle fait défaut dans les métiers de la vigne, selon Emmanuel Charrier. « Il y a un gros souci au niveau de l'emploi. Il faut donner envie aux jeunes. On intervient déjà dans les écoles de sommellerie mais il faudrait aller dans les lycées agricoles. Il n'y a pas que le métier d'œnologue, mais plein de métiers manuels dans les vignes et les caves, il y a du boulot. Il faut changer l'image de ces métiers. Le problème est que le travail manuel ne plaît pas, peu sont motivés. »

Coteaux du Giennois

« L'appellation n'a pas encore de rythme de croisière »

Même s'il est « jeune dans le métier de vigneron », Emmanuel Charrier, 37 ans, viticulteur à Saint-Martin-sur-Nohain depuis 2004, a eu l'opportunité de prendre cette responsabilité à la tête du BIVC et il l'a saisie.
« J'étais déjà dans le bureau le coup d'avant, et j'ai été bien coaché chez un vigneron, à Menetou-Salon, où j'ai travaillé longtemps. » Pas du tout issu d'une génération de vignerons, Emmanuel Charrier a créé son entreprise. Le domaine de l'épineau.

« Je voulais m'installer, et au niveau prix, j'ai choisi les Coteaux du Giennois. C'est une appellation qui n'a pas encore de rythme de croisière. Il y a déjà de bonnes bases, il s'agit maintenant de suivre le rythme des autres en termes de promotion. »
Le potentiel est là. « On pensait que les Coteaux du Giennois, c'était beau-



POTENTIEL. Pour Emmanuel Charrier, les Coteaux du Giennois peuvent s'exporter. LIONEL BRUGGER

coup pour les particuliers, les touristes de passage ici, et en fait à l'export c'est possible. » Reste que

« ce n'est pas facile car on n'est pas nombreux et qu'on est à cheval sur deux départements, la

Nièvre et le Loiret. Il n'y a pas beaucoup de surface et pour vendre à l'export, il faut du volume. »

Sur une année, du 1^{er} août 2010 au 31 juillet 2011, les Coteaux du Giennois, c'est 2.788 hl vendus en France et 1.302 à l'export. « C'est en rouges qu'il faut qu'on développe nos actions », relève Emmanuel Charrier. Lui produit 25.000 bouteilles par an, dont deux tiers de blancs (dont un peu de Pouilly-Fumé, « un produit d'appel ») et un tiers de rouges et rosés. Il maintient son cap : se diversifier. Pour assurer l'avenir.

Conseils marketing

Le chef d'entreprise emploie une secrétaire à mi-temps et un salarié dans les vignes. Des stagiaires se succèdent chez lui. « Ce qui manque dans la région, c'est des conseils au niveau du marketing et des étiquettes, comment aborder un marché. Je ne sais pas si c'est au BIVC de réfléchir à ça, mais c'est une idée à creuser. » ■