

DOSSIER VALLÉE DU RHÔNE

CAVE À VINS 85

SOMMAIRE

- P. 88**
Lidl en position de leader
- P. 90**
MDD : la prise de pouvoir du Bag-in-box®
- P. 91**
Vinsobres monte en puissance
- P. 92**
C'est la fête aux villages !

Dossier



Un recul qui n'affole pas !

LES CÔTES DU RHÔNE ROUGES CONNAISSENT UN FLÉCHISSEMENT DE LEURS VENTES EN GMS ASSEZ SIGNIFICATIF. CETTE SITUATION N'ALARME TOUTEFOIS PAS LES PROFESSIONNELS QUI JUGENT LA SITUATION ENCORE SAINE GRÂCE À DE FAIBLES STOCKS ET À DE BELLES PERFORMANCES SUR LES ROSÉS.

➤ Les côtes du Rhône rouges ne sont pas dans une bonne passe en GMS. Selon SymphonyIRI, l'appellation régionale enregistre à fin février 2012 une baisse de ses sorties annuelles en recul de - 4% à 53,1

millions. Ce résultat n'est a priori pas très encourageant. Ce n'est toutefois pas un phénomène isolé. Les principales appellations volumiques comme bordeaux, corbières ou encore bergerac connaissent aussi un repli

structurel des premiers prix. « L'appellation côtes du Rhône a souffert d'une baisse assez importante des entrées de gamme », précise Brice Eymard, responsable du service économie d'Inter Rhône.

Ce constat s'explique en partie par la hausse importante des cours des côtes du Rhône qui avoisinent aujourd'hui en moyenne les 110 €/hl contre 95 €/hl au début 2011. « L'augmentation des tarifs a joué un rôle sur les ventes car il ne faut pas négliger l'impact d'une hausse de quelques centimes d'euros sur les premiers prix », constate un négociant rhodanien. Toutefois, bon nombre de professionnels pensent que cette augmentation des cours n'a joué qu'à la marge. « La faible disponibilité de vin a favorisé la hausse, rappelle Gilles Le Besnerais, directeur général du Cel-

110
 €/hl

C'est le prix moyen d'un hectolitre de côtes du Rhône rouge sur le marché vrac.

juillet-Août 2012/N°209/Rayon Boissons

lier des Dauphins. Même les vins de cépages ont été touchés par ce phénomène. »

La perte de deux millions de litres sur un an pourrait toutefois avoir des répercussions sur les équilibres économiques de la région. Là encore, les acteurs ne montrent pas de signes d'affolement. Tout d'abord parce que la situation dans le vignoble reste globalement saine. Les niveaux des stocks n'ont jamais été aussi bas. « Même si les retraits de vin dans les caves sont en retard, les cours des vrac devraient se maintenir dans les mois à venir, souligne un directeur de cave coopérative. De plus, il semblerait que la récolte 2012 ne soit pas, une fois de plus, très importante en volume. Plusieurs parcelles de vieux grenache dans le Gard et le Vaucluse ont été en effet touchées par le gel en février dernier. »

Dont acte, la Vallée du Rhône ne devrait pas connaître une crise de surproduction dans les mois à venir entraînant une déflation des cours. De plus, les opérateurs rhodaniens connaissent une belle dynamique à l'export. La région a enregistré une hausse de + 5 % de ses expéditions à l'étranger. « La demande dans certains pays permet aujourd'hui d'absorber la contraction du marché français », analyse Jean-Pierre Durand, directeur général d'Ogier.

Les crus ont la cote

De plus, le repli des ventes se focalise aujourd'hui sur l'appellation régionale. De leurs côtés, les côtes du Rhône villages et les crus enregistrent dans leur ensemble des performances en progression.

Autre point positif: le virage pris sur le rosé. Cette couleur a progressé de + 7 % en 2011 et représente désormais près de 15 % des débouchés de la Vallée du Rhône en GMS. Soit un gain de quatre points en deux ans. Une croissance qui profite aux appellations périphériques comme lubéron et ventoux. Cette dernière a gagné près de 900 000 l sur un an grâce à l'explosion du Bag-in-box® de 5 l en marques de distributeurs. Les côtes du Rhône rosés, qui ont gagné un peu de 400 000 litres l'an dernier, voient toutefois leurs performances ralentir à cause d'un début de saison 2012 peu favorable. Il n'empêche, l'essor de cette couleur permet encore d'atténuer l'impact de la mauvaise passe de l'AOP régionale rhodanienne sur les rouges. **Y.D.**

Performances en GMS

Le vignoble limite la casse

Ventes des AOP de la Vallée du Rhône en hypers et supers du 25/04/11 au 22/04/12 (évolutions à un an)

Volume

90,1

millions de litres (⊖ - 0,9 %)

Valeur

371,8

millions d'euros (⊕ + 1,4 %)

Prix moyen

3,10 €/le col

Nombre de références

47,5

Couleurs

84,2%



de vins rouges AOP
(⊖ - 2,2 %)

14,6%



de vins rosés AOP
(⊕ + 6,6 %)

1,3%



de vins blancs AOP
(⊕ + 5,1 %)

LES PRINCIPALES AOP ROSÉS

	Ventes en Ml	Evol. à un an	CA en M€	Evol. à un an
Côtes du Rhône	4	(+ 1 %)	14,8	(=)
Tavel	1,5	(- 1,1 %)	11,6	(=)
Costières de Nîmes	2,4	(- 8,2 %)	8,1	(- 2,7 %)
Lubéron	1,7	(+ 20 %)	5,8	(+ 20,2 %)
Ventoux	3,1	(+ 33 %)	9,1	(+ 27,7 %)

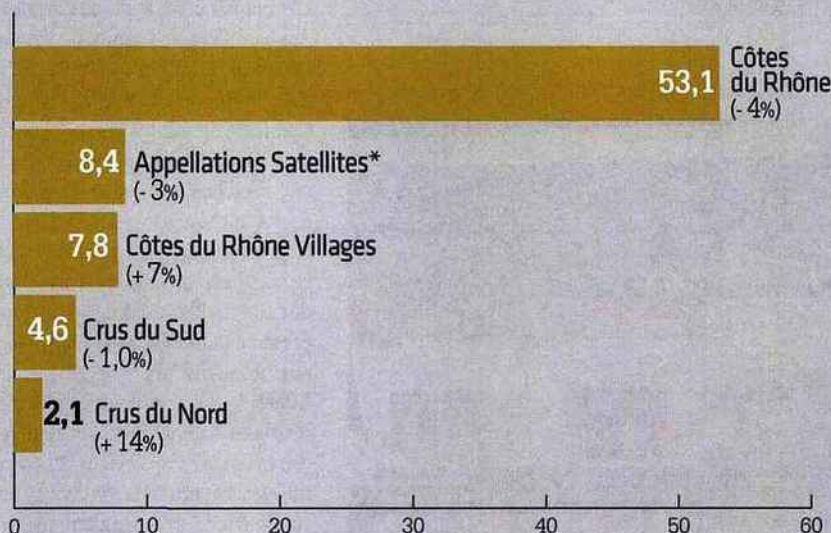
Ventes en GMS des appellations rhodaniennes en rosé du 25/04/2011 au 22/04/2012 (évolutions à un an).

Source: SymphonyIRI

Catégorie des rouges

Les côtes du Rhône villages performent

Ventes en GMS des principales familles rhodaniennes rouges en millions de litres 28/02/2011 et le 26/02/2012 (évolutions à un an).



* Appellations satellites : lubéron, ventoux, costières de Nîmes, grignan-les-adhémar et côtes du vivarais.

⊖ L'appellation régionale enregistre pour la deuxième année consécutive un recul des ventes en affichant une baisse de - 4 % en GMS à 53,1 millions de litres. L'AOP côtes du Rhône revient ainsi au niveau de 2007. Ce repli s'explique par une baisse importante de la bouteille 75 cl, spécifiquement les entrées de gamme à 1,50 € la bouteille. Ce segment a perdu entre 2009 et 2011 plus de 200 000 cols. Des pertes qui n'ont pas été compensées par la progression du Bag-in-box®. Si la dénomination régionale connaît un coup d'arrêt, les côtes du Rhône villages sans nom connaissent une belle dynamique avec une progression de + 7 % à 4,8 millions de litres.

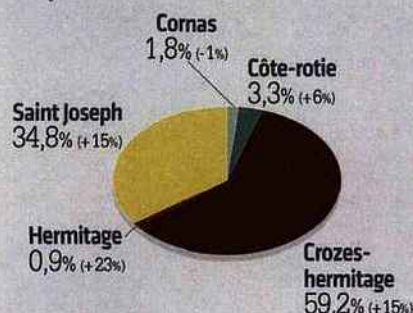
Source : SymphonyIRI d'après Inter Rhône

Zoom sur les crus

Répartition des ventes des crus méridionaux et septentrionaux de la Vallée du Rhône en GMS entre le 28/02/2011 et le 26/02/2012 (évolutions à un an).

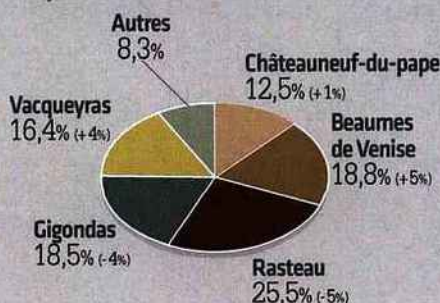
Total crus septentrionaux

2,1 millions de litres (⊕ + 14 %)



Total crus méridionaux

4,6 millions de litres (⊖ - 1,0 %)



Crozes-hermitage en grande forme

⊕ En 2011, l'appellation crozes-hermitage est le premier cru rhodanien vendu en GMS avec plus de 1,2 million de litres. Seul rasteau dépasse le cap du million de litres. Beaumes de Venise et gigondas suivent avec plus de 850 000 litres.

Source SymphonyIRI d'après Inter Rhône

Lidl en position de leader

LIDL EN TÊTE SUR LES VINS DE LA VALLÉE DU RHÔNE AVEC UNE PART DE MARCHÉ VOLUME SUPÉRIEURE À CELLES DES GRANDES ENSEIGNES D'HYPERS ET SUPERS. LE HARD-DISCOUNT, IL EST VRAI, RESTE UNE PLACE FORTE DES VINS RHODANIENS.

➤ Le premier vendeur de vins rhodaniens en 2011 s'appelle... Lidl. Selon le panel consommateurs Kantar Worldpanel que s'est procuré Rayon Boissons, l'enseigne de hard-discount devance en volume Leclerc, Carrefour et consorts avec une part de marché de 11,9%. « Ce résultat est logique car le hard-discount a contribué au développement commercial de notre vignoble, constate un négociant. Il pèse 10% des ventes totales du vignoble et demeure un débouché incontournable. » À titre de comparaison, les GMS classiques représentent, selon Inter Rhône, 31% des ventes totales (121 millions de cols).

Assortiments. Historiquement, la Vallée du Rhône a vite trouvé sa place dans les assortiments des hard-discounters grâce à son potentiel de production important. « Notre région était en plus souvent moins chère que Bordeaux. Ce qui n'est plus forcément le cas aujourd'hui », précise un opérateur. Lidl compte par exemple aujourd'hui une demi-douzaine de produits dont un côtes du Rhône générique, un domaine et un village sans nom, le tout positionné entre 1,49 € et 1,89 € la bouteille. Sans oublier la présence d'appellations périphériques comme costières de Nîmes, dénomination très bien implantée dans ce circuit, ou encore le lubéron en rosé vendu à un peu plus de deux euros la bouteille. « C'est certes un débouché important mais qui reste très mal valorisé, regrette un directeur de cave coopérative. L'avenir n'est pas là. »

Un point de vue que ne partage pas l'ensemble des acteurs de la région.



L'offre de la Vallée du Rhône est essentiellement positionnée en dessous de 2 € la bouteille chez Lidl.

Loin de là ! « C'est peut-être un mal nécessaire mais il ne faut pas oublier que le hard-discount commercialise aussi des côtes du Rhône villages et des crus lors d'opérations thématiques comme les foires aux vins, rappelle un négociant rhodanien. Elles contribuent aussi à

faire découvrir nos appellations mieux positionnées. »

À l'inverse de Lidl, Aldi et consorts, les enseignes d'hypers et de supers jouent plus la diversité en termes d'offres mais écoulent moins de volumes. Reste que certaines d'entre elles se montrent plus performantes sur les produits rhodaniens que sur le total du marché des vins tranquilles. C'est notamment le cas de Carrefour, Auchan, Cora et Casino. Ce dernier bénéficie de sa bonne implantation dans le Rhône-Alpes et la Provence Cotes-d'Azur qui favorise la vente des vins rhodaniens. C'est également le cas d'Auchan, qui, avec sa présence importante dans le quart Sud-Est, est aussi sur-vendeur sur les vins de cette région. De même, la consommation de côtes du Rhône est également importante dans l'Est de la France, terrain de jeu de Cora.

Ouest. A contrario, les enseignes bien installées dans l'Ouest accusent un certain retard sur ce vignoble. Système U, mais surtout Leclerc sont sous-vendeurs de vins rhodaniens. « Je pense que nous pouvons faire beaucoup mieux sur les grands vins de la Vallée du Rhône, notamment lors des foires aux vins », indiquait en septembre 2010 à Rayon Boissons, Sébastien Polard, adhérent à St-Pol-de-Léon (29) et responsable vins de la centrale régionale bretonne de la Scamor. Avec une part de marché inférieure de deux points à celle de Lidl, Leclerc a encore une belle marge de progression sur ce vignoble. Une bonne nouvelle pour les producteurs rhodaniens. **Y.D.**

LECLERC A DU RETARD SUR LE RHÔNE

Parts de marché des enseignes en volume sur les vins de la Vallée du Rhône en 2011.





Ortas veut s'installer en GMS

> La cave de Rasteau veut lancer à travers sa structure commerciale Vignerons de Rasteau et de Tain l'Hermitage sa signature Ortas en GMS. Lancée en 2007, cette marque était jusqu'à présent commercialisée dans le secteur traditionnel et à l'export. L'opérateur veut faire d'Ortas la référence en grande distribution de ce nouveau cru méridional de la Vallée du Rhône. Cette cuvée se positionne sur le segment premium de l'appellation entre 6,50 € et 7 € la bouteille. L'habillage reste assez sobre et moderne avec une étiquette blanche illustrée par une gravure qui symbolise les trois clochers du village de Rasteau.



La cave de Beaumes prend le temps de VIVRE

> Les Vignerons de Balma Venitia présentent une nouvelle cuvée baptisée Vivre en cru beaumes de Venise. Cette signature fait référence au nom de la charte lancée par la cave en 1998 : Vignerons Investis en Viticulture Respectueuse de l'Environnement. Le produit est issu d'un assemblage à part égale de syrah et de grenache complété par 2 % de mourvèdre et de grenache blanc. Présenté dans la bouteille de la cave, Vivre revêt un habillage épuré avec une étiquette blanche issue de papier certifié FSC. Cette référence haut de gamme sera proposée chez Monoprix autour de 10 € la bouteille.

Inter Rhône réalise une opération coupon

> Sur le dernier trimestre 2012, l'interprofession Inter Rhône va réaliser une opération coupon avec la société spécialisée Catalina. Dans un premier temps, les clients, consommateurs de vins, recevront en caisse, lors de leurs achats, des coupons des conseils d'accords mets et vins, en lien avec les produits de la Vallée du Rhône. Cette opération devrait dans un second temps aiguiller les clients vers un jeu concours. Lequel permettra de gagner des séjours dans le vignoble.

vite lu

MDD : la prise de pouvoir du Bag-in-box®

LES MARQUES DE DISTRIBUTEURS SE SONT MASSIVEMENT DÉVELOPPÉES SUR L'AOP CÔTES DU RHÔNE ROUGE EN BAG-IN-BOX® DE CINQ LITRES. QUELQUES ENSEIGNES ONT MÊME CONSERVÉ LEURS RÉFÉRENCES DE TROIS LITRES. L'ESSOR DE CE CONDITIONNEMENT VOLUMIQUE ENTRAÎNE TOUTEFOIS UN TRANSFERT DES VENTES ET NE COMPENSE PAS LE REcul DU FORMAT BOUTEILLE.

➤ La tendance s'est clairement accélérée. Depuis deux ans, toutes les enseignes se sont positionnées sur un Bag-in-box® de cinq litres pour leurs références MDD en côtes du Rhône rouge. Carrefour, Leclerc, Casino ou encore Cora ont ainsi rejoint Intermarché, Auchan et Système U. Ces derniers avaient opté dès le départ pour le format cinq litres dédié aux appellations génériques. Auchan consacre en effet le trois litres à des appellations plus huppées de la Vallée du Rhône comme rasteau ou crozes-hermitage lancés en 2010 avec un côtes du Rhône villages cinq litres.

10 litres. À l'inverse, Système U compte, selon nos informations, enrichir à la rentrée sa gamme avec un Bag-in-box® de 10 litres en côtes du Rhône rouge. Un gros conditionnement généralement dédié aux vins de cépages.

Système U proposera donc une double offre en fontaine à vins sur l'appellation régionale rhodanienne. À l'instar de Carrefour, Leclerc, Cora et Casino conservent, eux, pour le moment, leurs références de trois litres. Lesquelles affichent, au plus grand bonheur des consommateurs, un prix de vente très inférieur à celui de la bouteille 75 cl. Seul Casino se démarque en présentant un Bib® de trois litres légèrement plus chers que la concurrence. La raison : l'enseigne est la seule à proposer un « Bag-In-



Système U va élargir à la rentrée son assortiment MDD avec un côtes du Rhône en Bag-in-box® de 10 litres. Un gros conditionnement généralement dédié aux vins de cépages.

nov® ». Ces poches souples ayant remplacé le Bib® traditionnel sur le format trois litres sur toutes les catégories, IGP compris.

Sur le cinq litres, Casino se montre toutefois plus compétitif avec un prix au litre inférieur de - 25 % à celui de la bouteille 75 cl. En moyenne, l'écart avoisine les - 30 % avec une mention particulière pour Carrefour qui adopte un positionnement très agressif avec un PVC de 12,60 € l'unité sur le cinq litres de côtes du Rhône rouge. L'enseigne distance assez nettement Leclerc et Système U qui ont positionné leurs cinq litres à moins de 13,50 €. Ce qui placent toutefois ces références à un prix encore très avantageux pour les clients avec une différence de tarifs entre la bouteille 75 cl et du Bag-in-box® proche de celle de Carrefour. « Cela est en effet

intéressant pour les consommateurs des côtes du Rhône, constate un opérateur rhodanien. Il n'empêche que ce constat n'est guère réjouissant car ce différentiel est synonyme de perte de valeur. »

Pas étonnant dès lors d'observer une montée en puissance du Bag-in-box® au niveau des ventes. Selon SymphonyIRI, les fontaines à vin MDD cinq litres en côtes du Rhône ont vu leurs ventes progresser en 2011 de + 6 % à 5,8 millions de litres. Un gain qui ne compense malheureusement pas le recul du Bib® trois litres MDD (- 22 % à deux millions de litres), ni de celui de la bouteille 75 cl MDD (- 3,6 % à 11,6 millions de litres).

Segmentation. « Les Bag-in-box® cinq litres MDD prennent très clairement le pas sur les trois litres, analyse Brice Eymard, responsable du service économie d'Inter Rhône. Le marché s'oriente sur le cinq litres pour les marques de distributeurs. Le trois litres étant plutôt réservé aux signatures nationales. »

Les marques et génériques connaissent une bonne dynamique en Bib® de trois litres. Selon Inter Rhône, ce format affiche une progression de + 5 % à 4,1 millions de litres. Un volume cinq fois plus important que celui du cinq litres. Ce dernier pèse un peu plus de 826 000 litres en hypers et supers. Ces ventes ont du reste chuté de - 15 % en deux ans.

Aujourd'hui, le Bag-in-box® détient une part de marché de 25 % sur le marché des côtes du Rhône rouge en GMS et près de 40 % sur le seul segment des MDD. Un poids encore très éloigné de ce conditionnement sur les vins de cépages. Pour le moment encore !

Y.D.

CARREFOUR AGRESSIF SUR SON CÔTES DU RHÔNE

	75 cl	Bib 3 l	Bib 5 l
Auchan	3,47 €/l		2,79 €/l
Carrefour	3,40 €/l	2,60 €/l	2,52 €/l
Cora	3,99 €/l	2,77 €/l	2,88 €/l
Casino	3,87 €/l	3,32 €/l	3,10 €/l
Intermarché	3,33 €/l		2,90 €/l
Leclerc	3,40 €/l	2,70 €/l	2,68 €/l
Système U	3,45 €/l		2,69 €/l

Prix de vente de l'offre MDD 75 cl et Bag-in-box® en AOP côtes du Rhône rouge rapportés au litre.

Source : Rayon Boissons relevés juin 2012

Vinsobres monte en puissance

EN MANQUE DE NOTORIÉTÉ, L'APPELLATION VEUT COMBLER SON RETARD SUR LES AUTRES CRUS DE LA VALLÉE DU RHÔNE, NOTAMMENT EN GMS. CINQ ANS APRÈS SON PASSAGE EN CRU, ELLE SUSCITE DE PLUS EN PLUS D'INTÉRÊT DE LA PART DES OPÉRATEURS ET DES DISTRIBUTEURS.

➤ Dans l'ombre de gigondas, vacqueyras, beaumes de Venise ou encore de rasteau, l'appellation vinsobres a du mal à se faire une place parmi le club des crus méridionaux de la Vallée du Rhône. Notamment en hypers et supers ! Alors que les ventes de ces dénominations oscillent entre 760 000 litres pour vacqueyras et près de 1,2 million de litres pour rasteau, l'AOP vinsobres plafonne autour de 200 000 litres en hypers et supers. Lequel circuit représente, selon Inter Rhône, 20 % des débouchés de cette appellation située en Drôme provençale. « Vinsobres connaît en effet un déficit de notoriété par rapport aux autres crus », reconnaît Roger Glaize, président de l'appellation.

Trou d'air. La raison ? Selon les acteurs du vignoble, cette dénomination a souffert de la disparition de la cave du Prieuré au début des années 2000. Cette structure, qui rassemblait des producteurs indépendants et des coopérateurs, portait commercialement la dénomination côtes du Rhône villages vinsobres. « Entre 2004 et 2007, l'appellation a connu un véritable trou d'air. Ce qui explique notre retard », précise Pascal Monier, directeur de la cave La Vinsobraise qui pèse 60 % de la production de vinsobres (8 000 hl). Au moment du passage en cru en 2007, cette cave coopérative, qui fait partie du groupement du Cellier des Dauphins, a donc choisi de s'occuper directement de la vente de sa produc-



tion. « En accord avec le Cellier des Dauphins, nous avons recruté un responsable commercial, ajoute Pascal Monier. L'objectif étant de développer en priorité les débouchés du cru vinsobres. »

Cellier des Dauphins. De son côté, Cellier des Dauphins, qui se consacre prioritairement à sa marque de côtes du Rhône, n'a pas toutefois fait l'impasse sur vinsobres. À l'export, l'appellation s'est développée, notamment en Grande Bretagne il y a cinq ans. Plus récemment, la gamme premium Signature de Cellier des Dauphins s'est déclinée sur ce cru. « Nous avons voulu intégrer vinsobres dans la stratégie de valorisation de notre marque », précise Gilles Lebesnerais, directeur général des Celliers des Dauphins.

Au-delà des acteurs coopératifs, de nombreux opérateurs de la région s'intéressent aux vinsobres. Parmi les plus connus, on trouve les maisons Brotte, Ogier ou Meffre. La famille Perrin, propriétaire du château Beau-

castel à Châteauneuf-du-Pape, possède même une propriété sur ce terroir. « Nous assistons à un regain d'intérêt pour l'appellation, déclare Pascal Monier. Même du côté des acheteurs. »

Carrefour. Pour preuve, en 2012, Carrefour a référencé dans son assortiment permanent un vinsobres de la cave. « Et des opérations nationales devraient voir le jour dans d'autres enseignes », poursuit Pascal Monier.

Vinsobres ne manque pas d'atouts. « À commencer par la qualité de ses vins, rappelle Gilles Lebesnerais. Ce cru présente de plus un excellent rapport qualité prix. » Selon Inter Rhône, le PVC moyen d'un vinsobres s'élève à 5 € la bouteille en GMS. De plus, la structure de production garantit une certaine stabilité des cours. « Nous produisons seulement 40 % du potentiel de l'appellation », rappelle Roger Glaize. De quoi encore monter en puissance.

Y.D.

L'AOP vinsobres plafonne autour de 200 000 litres en hypers et supers. Le tiers est écoulé lors des foires aux vins. Ce circuit représente 20 % des débouchés de l'appellation.

La cave de Laudun-Chusclan lance Terra Vitae

> Les Vignerons de Laudun-Chusclan présentent une nouvelle gamme baptisée Terra Vitae (terre vivante) produite en agriculture biologique. Elle se compose de cinq références : deux côtes du Rhône villages Laudun blanc et rouge, un côtes du Rhône rouge ainsi qu'un IGP Pays d'Oc rouge. La cave coopérative dispose aujourd'hui de 110 ha de vignes conduites dans cette démarche. Ce qui représente une production de 200 000 cols. PVC conseillés : entre 3,80 et 6,10 € selon les références.



Meffre a le sens Inné bio

> Le négociant basé à Gigondas lance Inné, une gamme de vins bio rhodaniens. Elle comprend quatre rouges (côtes du Rhône rouge, côtes du Rhône villages, costières de Nîmes, IGP), un ventoux rosé et IGP blanc. L'opérateur a opté pour un habillage respectueux de l'environnement avec des bouteilles allégées, des impressions d'étiquettes réalisées avec des fournisseurs certifiés Imprim'Vert ou encore des cartons en papier recyclé. Gabriel Meffre vise aussi bien les opérations promotionnelles que les assortiments permanents. PVC conseillés : entre 4 € et 8 € la bouteille selon les appellations.



5 000 ha de vignes bio

> Selon une enquête d'Inter Rhône, le vignoble conduit en agriculture biologique s'élèverait à 5 000 ha en 2011. Soit 74 % des surfaces totales de la Vallée du Rhône. La moitié des surfaces déclarées se situe en AOP côtes du Rhône alors que les crus représentent près de 20 % des vignes certifiées AB. Ventoux, Lubéron et consorts regroupent, pour leur part, plus d'un millier d'hectares. Selon Inter Rhône, 10 % des parcelles sont conduites en biodynamie. Au final, le bio concerne 250 caves particulières et 35 caves coopératives. La production est évaluée à près de 200 000 hl.



C'est la fête aux villages !

LES CÔTES DU RHÔNE ARBORANT UN NOM DE VILLAGES* ENREGISTRENT DE BONS RÉSULTATS EN HYPERS ET SUPERS, NOTAMMENT LORS DES FOIRES AUX VINS. CAIRANNE, PLAN DE DIEU ET CONSORTS ONT, IL EST VRAI, DE BEAUX ATOUTS À FAIRE VALOIR À COMMENCER PAR LEUR RAPPORT QUALITÉ PRIX.

> Carrefour a annoncé la couleur ! L'enseigne d'hypermarchés a choisi de mettre à l'honneur la Vallée du Rhône lors de sa prochaine foire aux vins d'automne. Au milieu d'un châteauneuf-du-Pape, d'un beaumes de Venise et d'un St-Joseph, l'offre Carrefour présente aussi des AOP à plus faible notoriété comme les côtes du Rhône villages Laudun et St-Gervais. Système U a, pour sa part, parié sur un Cairanne, le dernier-né du négociant éleveur Dauvergne et Ranvier, ou encore un plan de Dieu. Les autres enseignes ne sont pas en reste...

Découverte. Les côtes du Rhône qui portent un nom de villages* ont le vent en poupe lors des foires aux vins. Selon Inter Rhône, les ventes ont enregistré une augmentation significative lors deux dernières éditions. « Sur la période du mois d'octobre qui correspond à celles des foires aux vins, les ventes sont passées de 840 000 cols en 2009 à 930 000 cols en 2011 », explique Dominique Toillon, analyste de marché à Inter Rhône. Positionnés généralement entre 4 € et 5 € la bouteille en moyenne, ces vins présentent un excellent rapport qualité pour les consommateurs. « Les côtes du Rhône avec nom de villages constituent de jolis produits découvertes pour les distributeurs », explique Serges Cosialls, directeur de Terranea.

Cette dynamique permet aussi à ces

appellations de se développer tout au long de l'année. Selon Inter Rhône, les sorties de côtes du Rhône avec nom de communes affichent une hausse de + 15 % à près de 2,5 millions de litres. Parmi les principales dénominations, l'appellation plan de Dieu se taille la part du lion avec près de 710 000 litres (+ 56 %) ravissant au passage la première place à Cairanne (690 000 litres). « Plan de Dieu présente l'avantage d'être porté par de nombreux opérateurs du vignoble car cette AOP est composée essentiellement de caves particulières », précise Serges Cosialls. Carrefour a même décidé fin 2010 de se positionner sur ce vignoble avec une référence Reflets de France.

Leadership. La hiérarchie de cette famille pourrait aussi évoluer avec le passage en cru de Cairanne prévu d'ici un à deux ans. Si plan de Dieu suscite l'intérêt, d'autres villages pourraient tirer leur épingle du jeu comme Laudun et Chusclan dans le Gard, visan dans la Drôme provençale, ou encore Sablet et Séguret situés au pied des Dentelles de Montmirail à côté de crus comme Gigondas. Ces appellations sont seulement présentes dans moins d'un tiers des magasins de l'Hexagone. Pour l'instant en tous cas ! **Y.D.**

* La Vallée du Rhône compte 17 dénominations en côtes du Rhône villages avec noms : Cairanne, Chusclan, Laudun, Massif d'Uchaux, Plan de Dieu, Puyméras, Roaix, Rochegude, Rousset-les-Vignes, Sablet, Saint-Gervais, Saint-Maurice, Saint-Pantaléon-les-Vignes, Séguret, Signargues, Valréas, Visan.