Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par Didier Bailleux le 13 mars 2023

Vin ne va plus !

Dans le flot de mauvaises nouvelles qui s'abattent sur nous depuis quelques mois maintenant, on n'avait pas vu celles concernant la situation de nos vignerons français. Ils sont nombreux à rencontrer, aujourd'hui, de sérieuses difficultés et en particulier dans les Côtes-du-Rhône. Une fatalité ou une opportunité ?

Dans les Côtes-du-Rhône, les vignerons sont dans une situation difficile et compliquée. Mais, ils ne sont pas tous logés à la même enseigne. Pour le haut de gamme et le très haut de gamme les choses vont plutôt bien. Pour les autres c'est un peu la galère. En premier lieu, (attention la liste est longue), il y a les tendances de fond. Les français consomment de moins en moins d'alcool (- 25% entre 2000 et 2020) et encore moins de vin, avec un recul de 30% sur la même période. Et comme si la coupe n'était pas assez pleine, c'est la consommation de vin rouge qui recule le plus. C'est justement 86 % de la production des Côtes-du-Rhône*. Faute à pas de chance.

"**Les vins produits sont trop concentrés et n'entrent plus dans les goûts actuels**"

Ensuite, il y a la conjoncture. La hausse des prix de l'énergie et des manières premières impactent

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par Didier Bailleux le 13 mars 2023

lourdement les charges d'exploitation sans que l'augmentation des prix de vente ne puisse les compenser (et encore moins les volumes).
Et c'est pas fini ! L'impact du réchauffement climatique se fait sentir dans les Côtes-du-Rhône plus fortement qu'ailleurs. Les vins produits sont trop concentrés et n'entrent plus dans les goûts actuels où les vins, plus légers, plus frais, plus minéraux sont préférés. Avouez quand même que ça fait beaucoup !
Mais, il y a cependant encore quelques bonnes raisons de conserver la foi. Au niveau mondial la consommation de vin se maintient à des niveaux importants et plutôt stables. C'est un marché qui est de plus en plus sensible au respect de la nature et de l'environnement. Comprenez par-là que les consommateurs privilégient de plus en plus les vins qui font dans le bio. En langage marketing ça veut dire : « faites des vins blancs et bio ! ». On pourrait même les inciter à faire des vins pétillants, très en vogue aujourd'hui…

"**Il vaut mieux labourer profond que ratisser large !**"

Bien sûr il faut tenir compte des évolutions des goûts des consommateurs, mais de-là à renoncer à ce qui fait l'ADN et les caractéristiques des Côtes-du-Rhône, c'est creuser un autre sillon, une limite à ne pas franchir. Franchement qui pourrait imaginer les Côtes-du-Rhône produire un pétillant blanc ou des rouges légers comme l'air ?
Supposons que certains vignerons se laissent convaincre par l'aventure. Il leur faudra attendre au moins 5 ans avant que les efforts de cette reconversion puissent produire leurs premiers effets. En attendant que font-ils ? Et que seront devenus d'ici là les goûts des consommateurs ? Non sérieusement… que les Côtes- du-Rhône conservent toutes leurs particularismes et leurs identités. Dans ce domaine, il vaut mieux labourer profond que ratisser large !
Que les vins des Côtes-du-Rhône dépoussièrent leur image, c'est sans doute nécessaire, qu'ils soient encore plus vertueux sur le plan environnemental, c'est vital, qu'ils valorisent d'avantage leurs productions (terminologie consensuelle pour dire « faire plus qualitatif ») on sera tous d'accord la dessus, mais qu'ils ne renoncent surtout pas à ce qui en ont fait la renommée et leur raison d'être. Des vins aromatiques, expressifs, généreux, puissants et délicats. Des vins du soleil quoi !

Il faut savoir parfois garder de la distance avec les gens du marketing.
Comme disait le publicitaire Jacques Séguéla : « moins de test, plus de testicules »!

**Tous les chiffres sont issus du syndicat des vignerons des Côtes-du-Rhône.*