Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 12 novembre 2026

Le Lirac a le vent en poupe



La maison Ogier a reçu des négociants et producteurs de Lirac afin d'évoquer les attentes du consommateur ainsi que l'appellation afin de tirer son épingle du jeu avec ses encombrants voisins de Châteauneuf- du-Pape et Tavel.

Classé 1er cru des Côtes- du-Rhône dès 1947 pour ses trois couleurs (rouge, rosé, blanc), le Lirac s'étend sur les communes de Lirac, évidemment, mais aussi de Saint-Laurent-des-Arbres, Roque- maure et Saint-Géniès-de-Comolas sur 795 hectares. En 2018, 23 864 hectolitres (85% rouge, 10% blanc, 5% rosé) ont été produits par les vignerons de cette Appelation d'origine contrôlée (AOC).

Près de 50% des cols sont exportés, d'abord vers les Etats-Unis (17% soit + 41% en 2019), le Royaume-Uni (15% soit +1%), l'Allemagne (12%, soit + 25%), mais « Nul n'est prophète en son pays » explique Anne Georget, la porte-parole de la cave coopérative. « C'est la presse étrangère qui parle le mieux du Lirac, comme le 'Daily telegraph' ou le 'Guardian' qui évoquent un vin profond, floral, soyeux, adapté à la

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 12 novembre 2026

gastronomie. Dans l'hexagone, c'est 'La revue des vins de France', 'Decanter' ou le guide 'Bettane et Desseauve' qui le citent en exemple, mais regrettent qu'il ne soit étouffé par la réputation internationale de ses encombrants voisins, Tavel et Châteauneuf-du-Pape. »

Or, entre cailloux, sables, calcaires, galets roulés et safres, assemblés à partir de Mourvèdre, Syrah, Grenache et Cinsault pour les rouges et les rosés, de Bourboulenc, Clairette et Roussanne pour les blancs, ces vins sont puissants, ronds, frais et intenses en bouche avec, en nez, des arômes de fruits rouges ou d'épices. C'est donc pour inciter les vignerons de Lirac à faire mieux connaître leur savoir- faire que 'La Maison Ogier', et son directeur commercial export François Miquel, ont invité à Château- neuf 22 négociants et 18 producteurs.

■ Une longueur d'avance sur les autres

Devant eux, Olivier Borneuf de 'L'Académie des vins et spiritueux' a déroulé une étude sur les attentes du consommateur qui correspondent, non pas à une mode mais à une tendance de fond. « Les jeunes d'aujourd'hui n'ont pas la même conception que leurs parents. Ils ne connaissent pas encore le Lirac, ils n'en ont donc pas d'image négative, contrairement au Bordeaux qui est connoté ancien, ils sont prêts à goûter, à tenter l'expérience du Lirac. Quand un paquet de cigarettes coûtera 10€ quelques copains pourront dépenser 20 à 30€ pour une soirée conviviale autour du Lirac. »

« Vous partez d'une page blanche, à vous de l'écrire, poursuit le spécialiste. Les Français boivent moins mais mieux. Vous avez un statut enviable avec une AOC en trois couleurs. Une longueur d'avance sur les autres, profitez-en ! Entre Tavel et Châteauneuf, vous pouvez tirer votre épingle du jeu, faire découvrir vos vignobles, vos caves, vos trésors, vous faire mieux connaître. En plus, maintenant les cavistes sont de vrais commerciaux, insistez sur votre savoir-faire sans complexe d'infériorité, vous pouvez encore améliorer vos marges, monter en gamme et surtout renchérir les prix. En Espagne, en Italie, des appellations peu connues ont réussi en insistant sur la notion de terroir, de cépage. Chez nous, l'expérience a été menée pour le Jura et le Muscadet, leur coût a grimpé, la bouteille a dépassé les 20€, qui l'aurait cru il y a encore 10 ans ? Dans un classement mondial des vins 'Qualité/ prix'», le châteauneuvois Beaucastel arrive 1er français en 40e place avec une bouteille à 77€, le 1er Lirac, 'La Mordorée' figure, lui, en 7637e position à 25€… Grande est encore la marge de progression. » Dans l'assistance, négociants et producteurs de Lirac, comme les Domaines Vaudieu, La Mordorée, Mont-Redon, Lampourdier, Lafond Roc Epine, Maby ou Pélaquié ont bien entendu le message.

Ecrit par le 12 novembre 2026