

COOP DE FRANCE
Un déménagement
et un anniversaire

Page 7

SUD-EST VIN BIO

Un espace d'échange et d'accompagnement
pour la viticulture bio

Page 8

MARAÎCHAGE

Mieux connaître les **paillages**
biodégradables avant de les choisir

Page 12

DIVERSIFICATION

La **grenade**, un fruit
qui gagne du terrain

Page 18

L'AGRICULTEUR Provençal

L'hebdo des agricultures méditerranéennes

www.agriculteurprovençal.fr



n° 1842

VENDREDI 12 JUILLET 2019 - 3 €



VITICULTURE

L'IGP Méditerranée fête ses 20 ans de succès

> p. 5



CERISE

Enfin, une **année**

VINS DE PROVENCE

L'interprofession se
donne **les moyens**

L'IGP Méditerranée fête 20 ans de succès

responsables et adhérents de l'IGP la plus étendue de France étaient invités à souffler les 20 bougies de la dénomination vendredi dernier, à Marseille. L'occasion de célébrer une 'success-story', portée notamment par l'engouement pour les vins rosés, en France comme à l'étranger.

"On n'imaginait pas que cette belle idée aurait aussi bien germé." Vingt après la création et le succès de l'IGP Méditerranée, Jean-Louis Piton, président fondateur de l'ODG Intermed et initiateur du projet avec le Conseil économique des vins du Sud-Est, en reste encore émerveillé. Comme il le racontait vendredi dernier, lors du 20^e anniversaire de la création de l'Indication géographique protégée Méditerranée, qui se déroulait à l'Hôtel Intercontinental de Marseille, tout est parti d'un constat. "Nous sommes cinq ou six, au sein du Comité économique des vins du Sud-Est (Cevise), à penser qu'il serait peut-être intelligent d'avoir un produit commun, entre la Vallée du Rhône et la Provence", raconte Jean-Louis Piton. "L'idée génératrice, c'était d'avoir une IGP partagée entre ces deux territoires, pour renforcer les liens entre les vigneron et les metteurs en marché. Nous n'avions, en revanche, pas encore découvert le bon nom, le bon format, et la meilleure IGP à mettre en œuvre." Quoi qu'il en soit, l'idée de départ, impulsée par l'amont, était là, restait à la mettre en œuvre.

La première campagne en 1999/2000 a été modeste, avec une production de "seulement" 104 000 hectolitres et une couleur rouge alors prédominante.

LE CHIFFRE

10

C'est le nombre de départements réunis dans l'IGP Méditerranée : Ardèche, Bouches-du-Rhône, Drôme, Var, Vaucluse, Alpes-Maritimes, Alpes de Hautes-Provence, Hautes-Alpes, Haute-Corse, Corse-du-Sud.

te, avec 65 300 hl (contre seulement 23 000 hl de rosé). L'IGP Méditerranée, qui s'appellera, jusqu'en 2007, 'Vin de Pays des portes de Méditerranée', rassemble déjà dix départements répartis sur trois régions (Rhône-Alpes, Paca et Corse). "Dans cette vision partagée qui allait devenir l'IGP Méditerranée, nous avions convenu dès le départ qu'il fallait un espace de liberté : nous sommes des opérateurs qui faisons plusieurs couleurs de vins, des vins de pays (qui deviendront les IGP), des AOC et des vins de table", se souvient le président fondateur de l'ODG Intermed, désormais président de l'INAO.

2008/2009 : l'année du décollage

"Cet espace de liberté permettait à d'autres opérateurs, qui n'étaient pas issus de notre région, d'y venir. Il n'y avait pas, à l'époque, de cahier des charges très précis : l'idée était de voir ce que le marché construirait avec nous." Pour André Mercier, successeur de Jean-Louis Piton à la présidence d'Intermed, "le démarrage s'est avéré compliqué, parce qu'il y avait 24 dénominations. Nous avons donc souhaité transmettre un message simple à tous ceux qui nous rejoignent : adoptons une seule grande IGP régionale, et gardons les anciennes dénominations pour la créer". Malgré les efforts des fondateurs et de ceux qui les rejoignent, la production ne cesse jusqu'en 2004/2005, date à laquelle les volumes de production françaisissent le cap des 220 000 hl, avant de redescendre lors de la campagne suivante, puis de franchir à nouveau le cap des 200 000 hl en 2006/2007. La machine est définitivement lancée l'année suivante, avec presque 350 000 hl, et un quasi équilibre entre les volumes de production en rouge et en rosé. Denis Roume, premier président d'Intervins Sud-Est résume assez bien cette évolution : "Nous avions be-



Intervins Sud-Est

Pour l'avenir, plusieurs pistes sont à l'étude, notamment la place de l'export et celles contenants, Bib et bouteilles.

soin, pour obtenir une évolution positive, d'une conjonction d'éléments favorables. La première des choses, c'était la construction de l'IGP Méditerranée : elle rassurait les marchés, les opérateurs et les distributeurs, en France et à l'export, sur notre capacité à leur fournir un approvisionnement sécurisé. Il s'agissait ensuite de disposer d'opérateurs capables de vendre notre production et de disposer de la clientèle appropriée. Il fallait, dans un deuxième temps, un marché qui évolue favorablement", poursuit Denis Roume. "Celui du rosé a décollé de manière extraordinaire. Cela semble évident aujourd'hui. Mais ce n'était pas aussi naturel en 1999, même si chacun voyait bien que les rosés se vendaient désormais en dehors de la période estivale. Le 3^e élément, c'est l'extension du marché des rosés, avec un vaste éventail d'offres : les distributeurs nous ont demandés d'être en mesure de répondre à cette demande."

Des prix encore "raisonnables"

Vingt après la création de l'IGP Méditerranée, le rosé règne désormais en maître incontesté, avec 492 500 hl produits en 2018/2019, sur un volume total de 672 300 hl. Les cours du vrac ont évolué à la hausse eux aussi : le vin rosé approchait les 120 €/hl lors de la dernière campagne, et celui du blanc les 110 €/hl, soit des prix quasi doublés en 20 ans.

Les producteurs de l'IGP Méditerranée ont, certes, séduit les consommateurs par leur qualité et leur diversité, mais aussi par des prix encore "raisonnables", quand ceux des Côtes de Provence s'envolent, comme l'explique Xavier Leclerc, directeur des achats vins pour le groupe Auchan : "Nous avons renforcé la présence de l'IGP Méditerranée au sein de notre offre ces dernières années, sur les trois couleurs. La montée des prix de certaines AOP, mais aussi le côté porteur du terme 'Méditerranée' qui a su convaincre les consommateurs". Denis Bonnet, responsable vin pour France Boissons, pointe aussi les qualités de l'IGP Méditerranée : "Elle présente d'excellents rapports qualité/prix face à la hausse tarifaire très élevée sur les rosés de Provence. (...) Elle est amenée à prendre une place plus importante dans les années à venir, aux côtés d'autres, pour pallier au manque de disponibilité des AOP provençales"

Intervins Sud-Est



Une centaine d'adhérents et de dirigeants, passés et présents, de l'IGP Méditerranée étaient réunis pour une série de conférences à l'occasion des 20 ans de l'indication géographique.



Intervins Sud-Est

Marine Gayraud et Axelle Fichtner, respectivement directrices d'InterVins Sud-Est et d'IGP Med, Joël Reynaud, président de la dénomination Vaucluse, Thierry Icard, président de l'IGP Méditerranée, Jean-Claude Pellegrin, président de l'IGP Pays des Bouches du Rhône, et Roger Ravoire, président d'InterVins Sud-Est.



Intervins Sud-Est

Pour prolonger la soirée, Lionel Lévy, chef étoilé de l'Intercontinental à Marseille, a proposé des accords mets-vins autour d'un carnet de dégustation de près de 50 domaines IGP Méditerranée.

Export et contenants, pistes d'avenir

L'anniversaire de l'IGP Méditerranée est aussi l'occasion pour ses fondateurs de s'interroger sur son avenir, à l'image de Jean-Louis Piton : "Malgré le grand succès actuel lié à celui du rosé, l'IGP Méditerranée a-t-elle une identité qui lui appartient en propre, auprès des consommateurs, ou s'agit-il d'un halo général de la région provençale ? Il est important que les acteurs futurs de l'IGP Méditerranée se concentrent sur cette question et sur celle de l'affirmation de leurs valeurs, de leur identité. Il ne faut pas être suiveur, mais constructeur de sa propre image."

Denis Roume voit, quant à lui, l'occasion d'une remise en question et de garder la tête froide : "Nous n'aurions jamais imaginé l'évolution des prix sur les marchés. Beaucoup d'éléments favorables nous ont aidés, même si on s'est mis en situation de les saisir et de réussir cette période. A nous d'être maintenant en mesure de les maintenir, de progresser. Cet anniversaire, c'est le moment de

se remettre en question, d'être imaginatif". Pour Jean-Claude Pellegrin, producteur et président de l'ODG Pays des Bouches-du-Rhône, "la place de l'IGP Méditerranée deviendra de plus en plus forte dans les années à venir, en raison de son rapport qualité/prix, mais aussi grâce à l'originalité de nos vins, offerte par la mosaïque de territoires qui la compose".

Plusieurs pistes sont pour cela à l'étude, comme la place de l'export - qui représente aujourd'hui 26 % des volumes produits depuis janvier 2019, date de l'obtention d'un code douanier - et celle des contenants. Si la majorité des contenants commercialisés en grande distribution sont des bouteilles pour le rouge et le blanc (respectivement 84% et 70%), le rosé est, quant à lui, essentiellement vendu en Bib (89 %). S'il correspond à une image de vin convivial, à partager entre amis, il risque de freiner une éventuelle montée en gamme destinée à empiéter sur le marché des Côtes-de-Provence. ■

JULIEN DUKMEDJIAN



Vingt après la création de l'IGP Méditerranée, le rosé règne désormais en maître incontesté, avec 492 500 hl produits en 2018/2019, sur un volume total de 672 300 hl.

Intervins Sud-Est