

C'est la saison des foires aux vins : que valent-elles réellement ?

COMMERCE

Rendez-vous incontournable de chaque rentrée, l'initiative vise à faire connaître des domaines peu connus. Avec des opportunités à la clé. Mais pas forcément.

Karim Maoudj

kmaoudj@midilibre.com

C'est la saison du rouge. Du blanc. Du rosé. voire du gris. Septembre rime à chaque rentrée avec vins. Avec ces foires qui, à l'initiative de la grande distribution, sont devenues des vitrines commerciales pour une viticulture française particulièrement dynamique. Les foires aux vins arrivent et, déjà, les amateurs affirmés affûtent leur stratégie d'achat. À la recherche d'opportunités à saisir.

« C'est pour nous l'occasion de mettre en avant certains produits de notre gamme. Nous sélectionnons des cuvées que nous voulons mettre en avant », affirme Christelle Sciorato, directrice commerciale de la cave coopérative de Gallicien, dans le Gard, qui bénéficie de l'AOP Costières de Nîmes.

« Cela permet aux consommateurs de découvrir certains grands vigneron du Languedoc à petites doses », ajoute Jean-Philippe Granier, directeur technique du syndicat AOC Languedoc. Il le reconnaît :

« Les foires aux vins sont l'occasion d'aller rechercher quelques pépites, de découvrir de grands vins. » « Pendant un mois, c'est la star de nos magasins. Il y a une profondeur de l'offre plus importante », renchérit Cyril Mondon, adhérent propriétaire du magasin Le-

clerc de Rouffiac-Tolosan, près de Toulouse.

Une offre de produits régionaux

Avec une douzaine d'hypermarchés qui participent à l'opération, Carrefour France fait du rendez-vous l'un des temps forts de sa rentrée. « Nous avons une offre de vins régionaux renforcée sur le Languedoc, mais aussi le Roussillon. La part des vins du Languedoc-Roussillon représente ainsi 25 % de l'offre sur nos hypermarchés de la région, contre 5 % à 10 % dans les autres versions de catalogue », argumente Audrey Sennendrecker, directrice du marché vins et effervescents au sein du géant de la grande distribution. Même volonté de mettre en avant les vins régionaux à Leclerc Rouffiac. « Les vins du Languedoc représentent entre 20 % et 30 % de notre sélection Occitanie. Avec, dedans, quelques pépites avec de petits prix », glisse Cyril Mondon.

« Diminuer les stocks »

Pour nombre de viticulteurs, l'événement peut, cette année, être l'occasion de diminuer les stocks des produits qui n'ont pu être vendus du fait de la pandémie du coronavirus. « Les foires aux vins sont très attendues car il y a aujourd'hui une vraie problématique de chiffre d'affaires liée au Covid-19. Beaucoup possèdent encore des stocks. Or, la nouvelle récolte

arrive. Il faut faire de la place. D'où la volonté de réduire les stocks. Pour le consommateur, c'est intéressant car il y a de vraies affaires à faire », explique Klaus Hansen, qui développe la collection Signature chef (avec notamment le chef étoilé toulousain Michel Saran et le chef nîmois Jérôme Nutile). Il a signé un partenariat avec les magasins Auchan de la région. Au point d'avoir des prix cassés ? « Tant que les foires aux vins respectent les prix et la qualité, il n'y a rien à redire. Mais quand je vois des bouteilles proposées à moins de 2 €, je ne peux m'empêcher de m'interroger sur le produit. Ça veut dire qu'une bouteille de vin est moins chère qu'une bouteille de soda ? C'est illogique et irresponsable. On ne peut forcément pas avoir de la qualité », s'emporte Jean-Philippe Granier.

Pour proposer une alternative au rendez-vous de la grande distribution, il a développé un événement propre à l'AOC Languedoc. Durant deux jours, les 17 et 18 octobre, il initiera, pour la première fois, dans le cadre de la Foire internationale de Montpellier, une foire aux vins inédite. « Ce sera l'occasion de rencontrer vraiment les vignerons et d'acheter au prix du vigneron », insiste-t-il. Si de bonnes affaires sont à faire, elles ne sont pas forcément toujours sur le prix. « Nous, nous ne sommes pas sur des prix cassés, mais sur du service. Nous investissons plutôt dans la mise à disposition des chefs de rayon de PLV (publicité sur le lieu de vente, NDLR) », glisse Christelle Sciorato. Mais l'esprit des foires aux vins ne serait-il

pas ailleurs ? Car, comme le dit Jean-Philippe Granier, « ces foires intéressent aussi les nouveaux arrivants de la région, qui auront l'occasion de découvrir les produits de notre viticulture ».

