

Face à la bière, les viticulteurs de la région n'ont pas dit leur dernier mot

CONSOMMATION

Vin bio, de qualité, moins alcoolisé, promotion des rosés et des blancs... Le vignoble occitan s'adapte à la concurrence et aux nouvelles tendances, notamment chez les jeunes.

Yannick Povillon
ypovillon@midilibre.com

C'est un fait, les Français boivent de moins en moins de vin. De 120 litres par an et par habitant dans les années 1960 à moins de 40 litres aujourd'hui. Un rythme qui ne va cesser de s'accélérer dans les années à venir.

À l'heure du "Dry January" (le mois de janvier sans alcool), la filière viticole qui emploie plus de 500 000 personnes en France et près de 100 000 en Occitanie s'inquiète : « Cette baisse est

considérable, d'autant que depuis 2018, la profession a dû encaisser la taxe Trumpp puis la crise sanitaire et désormais l'inflation galopante où les consommateurs font des arbitrages souvent en défaveur du vin », regrette le viticulteur héraultais Jérôme Despey, secrétaire général de la FNSEA.

« Le vin comme boisson désaltérante, c'est fini »

L'affaire est entendue : « Les consommateurs veulent boire moins mais mieux », tranche Philippe Richard, caviste à Uzès dans le Gard, dont le frère, Jean-Michel et leur cave Trésors des vignes ont été distingués "Caviste de l'année" par la Revue du vin de France. Ce petit-fils de vigneron poursuit : « Les consommateurs veulent savoir comment travaillent les vignerons,

quelle est leur histoire, celle de leur terroir et de leur territoire, quelles sont leurs valeurs. »

On est aux antipodes d'une consommation quodénième, jursque dans les écoles. Les jeunes générations boivent beaucoup moins de vin. « Le vin comme boisson désaltérante au quotidien, c'est fini. Et la consommation du vin se fait au profit d'autres boissons, en particulier la bière », relève Jean-Louis Cazaubon, vice-président en charge de l'agriculture à la Région Occitanie.

La consommation mondiale augmente de 2 %

Les enjeux sont colossaux dans la région du plus grand vignoble de France et ses 250 000 hectares de vigne. Mais la filière est organisée pour éviter le pire : l'arrachage. Le vignoble bordelais devrait arracher 10 000 à 15 000 ha cette année pour préserver l'équilibre d'un marché en tension. « Il faut tout mettre en œuvre pour l'hiver en Occitanie et on a des raisons d'y croire », assure Jean-Louis Cazaubon.

Un optimisme que veut partager Jérôme Despey : « Le marché à l'export repart très fort avec une consommation mondiale qui, elle, augmente de 2 %. Il nous faut gagner des parts de marché. On a un budget de 270 M€ pour y parvenir et on dispose de grandes qualités pour cela. » Pour faire face à cette chute ver-



tigieuse, la filière s'adapte. Le bio devient peu à peu la règle. « Il faut poursuivre la montée en gamme, développer les vins autour de 5 €, améliorer le travail sur les AOC et transformer le vin de table en vin de cépage », plus conforme à la demande », souligne Mirren de Lorgeril, vigneronne audoise, à la tête du Comité interprofessionnel des vins du Languedoc (CIVL).

La professionnelle sait que l'avenir du vin passe par « la légèreté et la puissance aromatique. Et puis, notre région doit pousser fort sur le rosé, on ne sait pas assez que nous sommes la première région de France, c'est une carte maîtresse. » Les pro-

fessionnels n'oublient pas les blancs « légers avec moins d'alcool. Et surtout, il faut trouver des solutions pour éviter que l'inflation ne s'abatte sur le prix de nos vins », insiste Jérôme Despey.

« Une nouvelle aventure du vin »

Mais pour enrayer le crash, il faudra aussi regarder vers ces produits décriés des gastronomes. « On ne doit pas avoir de tabou. Le marché des vins en canette se développe fort, il faut pouvoir en proposer tout en préservant par ailleurs l'aspect qualitatif de nos appellations et soutenir les belles réussites qui



On boit moins d'alcool mais toujours trop

SANTÉ Alors que certains s'astreignent à respecter le mois de janvier sans alcool "Dry January" ou "janvier sec", il est à noter que la baisse de la consommation d'alcool est notable en France. Mais reste encore à un niveau trop élevé, au-dessus de la moyenne mondiale. Les données du baromètre de Santé publique France (SPF) mettent en avant que 23,7 % de la population âgée de 18 à 75 ans font une consommation excessive d'alcool. Et précise que ce problème touche presque 20 % plus d'hommes que de femmes.

Selon l'addictologue Laurent Karila, il faut suivre la norme de Santé publique France, soit « pas plus de dix verres par semaine avec deux jours off, c'est-à-dire sans alcool », auquel ajoute qu'il convient, lors des jours de sobriété, de limiter les produits trop gras ou trop sucrés. Selon SPF, l'excès d'alcool serait à l'origine de 49 000 décès par an. Bonne nouvelle, les jeunes boivent moins que leurs parents. En revanche, ils s'adonnent à une passion nouvelle : le "binge-drinking" qui consiste à boire une grande quantité d'alcool en un temps très court.

L'explosion des boissons sans alcool, une « tendance de fond »

ALTERNATIVE

Le marché mondial raffole désormais des vins dits sans alcool. Près de Béziers, les domaines Pierre Chavin se sont spécialisés et la géante Mathilde Boulachin confirme le succès grandissant de ces boissons.

« Nous avons une croissance à deux chiffres chaque année depuis dix ans et nous faisons 50 % de notre chiffre d'affaires de 13 M€ avec les boissons sans alcool », résume Mathilde Boulachin. La cheffe d'entreprise, négociante en vin des domaines Pierre Chavin, installée près de Béziers (Hérault), a eu du nez en se lançant dans le vin sans alcool. Elle rayonne désormais dans 60 pays et travaille à 90 % à l'export.

Car à la baisse de la consommation du vin s'accompagne une explosion de la consommation d'alternatives non alcoolisées, principalement à l'étranger. Dont cette géante Chavin qui ne peut pas être qualifiée de vin, rapelle-t-elle, comme toute boisson qui se situe en dessous de 9°.

La consommation de vin en France est mondiale : elle n'affiche plus qu'une croissance de 1 % elle sera bientôt en déclin de 10 %, voir + 20 à + 30 % dans certains pays : Japon, Corée du Sud, mais aussi au Canada, aux États-Unis, en Scandinavie, en Allemagne et qu'en Autriche », énumère la champenoise d'origine. Elle se félicite du succès du "Dry January", cette quatrième édition du mois de janvier sans alcool en France, qui serait suivi pour tout ou partie par 35 % des Français. Mais son analyse va au-delà du simple effet de mode.

« La boisson sans alcool, ce n'est pas une niche, mais une tendance de fond », insiste Mathilde Boulachin, actuellement hyper-sollicitée médiatiquement. « La



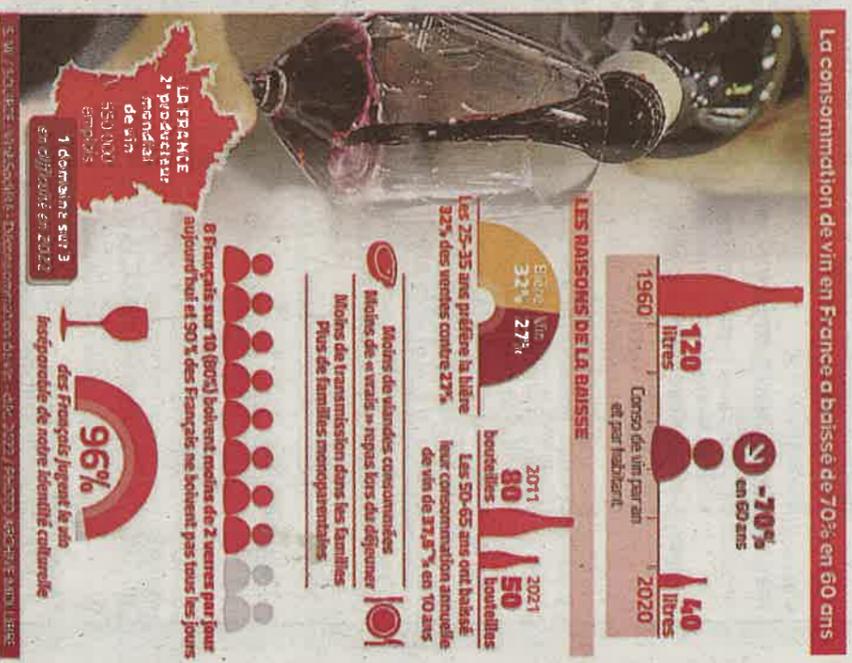
Mathilde Boulachin. M. BECUE/YOANN

à la modération ou à la diminution d'un mois sans alcool pour voir ce que cela donne. » Surtout, elle explique qu'il n'y a pas que les femmes enceintes qui sont en demande, mais aussi une frange croissante de personnes actives, citadines, qui veulent concilier vie professionnelle, vie de famille, vie sociale et activités sportives en étant performant partout. Plus de place pour l'ivresse !

« Comprendre ce que les consommateurs veulent »

« Il y a cette tendance à vouloir rester en contrôle, en Asie notamment, des gens qui veulent être au top de leur image et de la maîtrise de leurs moyens, analyse la géante et fondatrice des domaines Chavin. Les générations X, Y, Z n'aiment pas l'alcool et vont vers ces tendances instaurables. »

Même en France, dit-elle, les produits progressent et elle se félicite d'être à la carte d'étiquettes comme d'être en rayon dans la moyenne distribution.



Yannick Philipponnat