



Des vins ancrés dans leur territoire

MAGALI SAGNES

Entré dans la zone de lutte obligatoire de la flavescence dorée, le Luberon se mobilise face à cette menace. Côté production, 2016 marque un léger frein sur les volumes de rosés, qui redonne une place plus significative aux rouges dans la trilogie. Côté promotion, le syndicat poursuit ses actions de communication pour lier 'Luberon' avec 'Terre de vins', avec la belle réus-site du 'Wine and dine' en 2016. « Le bio est en progression de 11% à 12%, alors que nous avons une plus petite récolte », indique la directrice du syndicat, Nathalie Archambault, dressant le bilan de la vendange 2016. Autre fait marquant : la légère baisse de l'engouement pour les rosés (48% à 46%), de même qu'en blanc (20% à 19%), alors que le rouge progresse (32% à 35%). « Depuis 3 ans, on observe une baisse sur les rosés. Alors que l'on était à plus de 50%, on retourne vers 45%. En parallèle, les rouges progressent, alors qu'ils étaient tombés à 25%. Le blanc est en déclin depuis 5 ans. » Laurence Santiago de l'ICV fait le bilan qualitatif du dernier millésime : « Vous avez un grand millésime de garde, mais restez vigilants sur la microbiologie, qui est toujours plus à risque les années sèches ». En termes de communication, depuis 6 ans, le syndicat porte l'accent sur le lien entre 'Luberon' et 'Terre de vins'. La région ne manque pas de notoriété, en revanche elle n'est pas forcément associée à une zone de production de vins. Face à la

disparition des aides des collectivités territoriales, un projet Leader a été déposé pour 2017, pour soutenir les actions de communication locale. En 2016, le nouveau rendez-vous 'Wine and dine', qui associait dégustations par les vignerons et restauration grâce à quatre food-trucks, a été un succès, avec 430 tickets vendus. 30 vignerons ont participé à la première édition. « Ce fut une réussite et au-delà de la fréquentation touristique, j'ai plaisir à voir la mobilisation des viticulteurs, qui ont activement participé avant, pendant et après l'événement », souligne le président Joël Bouscarle. La prochaine édition est fixée au 20 juillet 2017. Flavescence dorée : une menace qui n'est pas prise à la légère. Le président s'est ensuite longuement arrêté sur la flavescence dorée. « Le conseil d'administration avait décidé de prendre les choses en main pour organiser la prospection, en prélevant une cotisation par hectare sur les communes en zone de lutte obligatoire », rappelle-t-il. Jean-Louis Piton, président de Marrenon, suggère pour la prochaine campagne d'aller plus loin, en étendant la cotisation au moins aux communes périphériques, afin d'enrayer efficacement la propagation de la maladie. Les échanges se terminent par quelques rappels pour éviter la dissémination des cicadelles vectrices, tels que : « Pensez à nettoyer les machines, lorsque vous allez d'un secteur à l'autre », rappelle Joël Bouscarle. Le syndicat des vins du Luberon a tenu son assemblée générale à

Lourmarin, mardi 4 avril.

Il annonce ensuite l'organisation d'un forum en fin d'année sur le positionnement de l'appellation. « L'AOC est une promesse d'origine portée par un nom commun. L'engagement parcellaire est essentiel car, comme vous le savez, le vin se fait d'abord dans les raisins. L'AOP est une richesse pour nous, mais aussi un engagement. » Légère baisse en rosé, le rouge reprend des couleurs EN CHIFFRES En 2016, le Luberon a produit 156 000 hl (baisse de 4, 5% par rapport à 2015), qui se découpent en : 46% en rosé, 35% en rouge et 19% en blanc. « C'est l'une des quatre principales appellations de la Vallée du Rhône en rosé, avec Ventoux, Costières de Nîmes et Côtes du Rhône », commente Dominique Toillon du service économique d'Inter-Rhône. En 2016, les sorties de chais sont en baisse de 9% par rapport à l'année précédente, qui avait connu une plus forte production. Cette baisse est plus marquée sur le vrac (-10%, soit 12 000 hl). En termes de couleur, la diminution a été plus forte sur le rosé (passant de 75 000 hl à 65 000 hl). « La météo a été peu favorable à la consommation, et cette baisse sur les rosés se retrouve sur l'ensemble des appellations. » Les stocks sont en augmentation sur les trois couleurs : 97 277 hl au lieu de 77 822 hl. Les cours sont en augmentation sur la campagne 2015/2016 pour le rouge, 118, 1 €/hl, et le blanc, 104, 1 €/hl, et stable en rosé : 114 €/hl. Les premiers échos de la campagne



2016/2017 montrent des sorties de chais en progression +9%. « On revient à un rythme de sorties comparable à celui d' il y a deux ans. » Les transactions sont en revanche en baisse de 9%, « comme dans les autres régions ». Les cours se maintiennent : 120 €/hl en rouge, 107 €/hl en blanc et 114 €/hl en rosé.

Les ventes se répartissent entre 31% pour la GMS, 46% sur les circuits traditionnels et la vente directe, et 23% à l'export.

Les volumes vendus en GMS en 2016 restent stables : 40 202 hl, avec une légère baisse en rosé (-3%), +2% en rouge et +12% en blanc. À l'export, les principaux marchés sont : 1°) la Belgique, 2°) l'Allemagne et 3°) le Canada. On observe une baisse significative sur le marché américain (-69%) et au Royaume-Uni (-77%) où les GMS ont fortement réduit le nombre de leurs références. L'Europe présente plutôt une baisse de la consommation, sauf en Suède. Le grand export se porte bien, notamment vers la Chine (+46%).

En ce qui concerne la présence chez les cavistes, une enquête réalisée avec la FCI (Fédération des cavistes indépendants) chez 700 cavistes répartis sur toute la France, montre que la Vallée du Rhône est le vignoble le plus diffusé (présent dans 93% des cavistes) et représente 12% de l'offre de vins tranquilles français chez les cavistes. Le Luberon est présent chez 33% des cavistes, à un prix moyen entre 6 et 10 €. ■