



// MONTÉE EN GAMME

89 Des productions de meilleure qualité en moindre quantité

Mercredi dernier, à Beine, Cerfrance a organisé l'événement Vitiscopie. Objectif : donner toutes les clés pour permettre aux viticulteurs de réaliser une montée en gamme de leurs productions.

« 2024 a été éprouvante et les viticulteurs de la région ont dû affronter le gel, les torrents d'eau, une attaque de mildiou sans précédent. Dans certaines parcelles, il restait trop peu de raisins pour que cela vaille la peine de vendanger. Cependant une épreuve vous a épargné, alors que cela touche la plupart des vignobles français : notre région jouit encore d'une demande qui se maintient. », exprime Renaud Vigneaux, vice-président de Cerfrance BFC pour ouvrir la nouvelle édition de l'événement Vitiscopie. Ces épreuves traversées par les viticulteurs icaunais se sont traduites par une augmentation des charges viticoles de près de 80 %. Une hausse qui vient

s'ajouter à l'inflation, présente depuis 2016, de près de 20 %. Pour pallier ces difficultés-là, des domaines viticoles ont décidé d'augmenter les prix de leurs productions pour pouvoir survivre au contexte actuel. Résultat : 24 % des domaines icaunais ont augmenté leurs prix de vente moyens de 20 à 30 % entre 2016 et 2022.

Consommer moins mais mieux

Face à l'augmentation des prix, une tendance de consommation se dessine : consommer moins mais mieux. Mathilde Schryve, responsable études et prospectives chez Cerfrance BFC distingue deux comportements chez le consommateur. « Il y a le phénomène de choix. Lorsque



Événement Vitiscope à Beine sur la montée en gamme.

L'on subit l'inflation, cela signifie que l'on va payer plus cher un produit, mais sans avoir fait le choix de le payer plus cher. Le second c'est lorsque l'on monte en gamme. Le consommateur perçoit une meilleure qualité de son produit qui peut venir de sa qualité gustative, de l'emballage, ou même du récit qui accompagne le vin », analyse-t-elle.

Pour monter en gamme, Marion Barra, consultante senior en viticulture chez

AOC Conseils, met en avant la spécificité bourguignonne. « *Le prix moyen, hors taxe, tous les réseaux de distribution confondus, en France, en moyenne est de 7,80 euros. La Bourgogne a un vrai décrochage et réalise un vrai travail de montée en gamme. Concernant l'exportation, la France est connue pour être un pays qui vend des vins très valorisés, très premium », étudie-t-elle. Pourtant, même si les vins français sont*

des vins renommés, ce ne sont pas les plus chers à l'exportation. Les États-Unis arrivent en première position, avec un prix moyen de 8,43 euros.

« Le marketing n'est pas réservé aux grandes entreprises »

« Le marketing est représenté par quatre axes : en ce qui concerne le pro-

duit, il y a tous les aspects techniques liés à la viticulture et à la vinification, l'habillage du produit, même la capsule compte dans l'image perçue », conseille la consultante chez AOC Conseils. « Le second axe c'est le prix, bien évidemment, on est sur le segment premium dès qu'on bascule 20 euros TTC pour un consommateur », détaille-t-elle. Et poursuit sur l'axe de la distribution, « il y a la question de l'animation promotionnelle, on ne fait pas de ventes sans animer son réseau de distribution. Cependant, la grande distribution doit bien évidemment être exclue des réseaux de distribution ». En dernier point, l'experte en viticulture, s'attelle à parler des solutions en matière de communication. « C'est important de travailler tout le récit autour du produit, essayer d'incarner et d'incruster une mémoire de ce produit. On va travailler également avec des prescripteurs, c'est indispensable, soit par un ami, soit par une médaille, soit par une personne reconnue », recommande-t-elle.

À travers son expérience, Marion Baral a donné quelques exemples internationaux ayant réussi leur montée en gamme, comme le Cloudy Bay venu de Nouvelle-Zélande ou encore le NAPA Valley originaire des États-Unis. Autant d'exemples qui montrent des chemins à suivre pour permettre à son vin de monter en gamme.

Charlotte Sauvignac