

Article extrait de : La vigne – Janvier 2018

Thématique : Les coops

BERGERAC – Les coops se rebiffent



BENOÎT BERGER, directeur de Producta Vignobles, veut créer de la valeur en développant la vente en bouteilles. *FRÉDÉRIC*

BERGERAC

Les coops se rebiffent

Pour valoriser les vins, les coops prennent leur commercialisation en main. Le négoce n'a pas dit son dernier mot.

Un copié-collé. En 2014, l'IVBD, l'Interprofession des vins de Bergerac et de Duras, s'est dotée d'un contrat pluriannuel identique en tout point à celui de l'interprofession bordelaise. Il faut dire que ce sont les mêmes négociants qui opèrent à Bordeaux et à Bergerac. Un contrat qui a fait long feu.

« En réalité, la quinzaine de négociants qui représente 80 % du volume passe des contrats tacites et renouvelés tous les ans », observe Vincent Bergeon, directeur de l'IVBD.

À la Cave de Sigoules, les contrats non écrits sont légion. « On discute chaque année les prix et les volumes. C'est une façon de pro-

céder à l'ancienne, mais qui a son efficacité », assure son président Philippe Allain.

Cette coopérative, forte de 93 adhérents pour 920 ha de vignes, produit 50000 hl/an. Elle vend la moitié de sa récolte via Couleurs d'Aquitaine, un négoce qu'elle a créé avec trois autres coopératives. L'autre moitié est vendue en vrac au négoce traditionnel. Une part qui devrait baisser. « Nous voulons commercialiser en direct pour ramener de la valeur ajoutée à nos coopérateurs. Si nous ne portons pas l'image de Bergerac, personne ne le fera à notre place. Ici, il n'y a pas de négoce fort », souligne Philippe Allain. Jean-Marc Fontaine, directeur d'Unidor, le centre d'embouteillage et de stockage des coopératives de Dordogne, nuance le propos : « Le négoce peut être un allié. Le problème, c'est qu'il se sert de Bergerac comme d'une entrée de gamme. »

Une réalité gravée dans le marbre ? Pas sûr. Le négociant Yvon Mau entend relancer sa marque Seigneurs de Bergerac. Unidor devrait lui fournir des vins. « Bergerac a fait beaucoup d'efforts en terme de qualité. C'est une AOC qui mérite que l'on s'y intéresse », explique Pierre Vieille-

fosse, directeur des achats d'Yvon Mau. Sa marque devrait être dans les linéaires des grandes surfaces en début d'année.

Producta Vignobles commercialise dix-sept coopératives de Bordeaux et Bergerac. Benoît Berger, le directeur, rappelle son objectif : « Créer de la valeur pour les adhérents en développant la vente en bouteilles. » Ce négoce vend 20 millions de cols par an dont 3 millions de bergerac.

« Nous allons monter à 4 millions d'ici à cinq ans, tout en affirmant davantage l'identité de nos vins », indique-t-il. Récemment, Producta Vignobles a lancé la marque Vendanges de Sidonie – une IGP Périgord – sur le marché belge. Dans les cartons, des bergeracs haut de gamme se peaufinent. Des vins de châteaux destinés aux amateurs.

De son côté, Julien Montfort, président de la société de négoce Julien de Savignac, se déclare « optimiste » pour Bergerac. Sa société réalise 60 % de son chiffre d'affaires avec les appellations de la région qu'elle écoule en CHR, chez les cavistes et auprès des particuliers. 80 % de ces vins sont embouteillés par les viticulteurs dans leurs propriétés. Entre eux,

