

DOSSIER

Bergerac sauvé par la douceur



DOSSIER

BERGERAC Sauvé par la douceur

Le monbazillac progresse lentement mais sûrement, quand le bergerac rouge est à la peine. Des opérateurs testent de nouveaux produits en IGP Périgord.

« Nos AOC vil-
lages mar-
chent bien :
Saussignac,
Rosette, Monbazillac, Péchar-
mant et Montravel. Les opéra-
teurs ont pris la commercialisa-
tion en main. Ils écoulent le moins
possible en grandes surfaces », ex-
plique Éric Chadourne, le prési-
dent de la Fédération des vins
de Bergerac et Duras. Guillaume
Barou, responsable Monbazillac
de la Fédération des Vins de Ber-
gerac et Duras renchérit : « Mon-
bazillac constitue un marché sta-
ble. La notoriété de ce vin est
installée depuis très longtemps.
Les cours enregistrent ainsi une
hausse lente mais régulière. » En
dix ans, ils ont pris 20%, passant
de 278 à 338 €/hl (prix moyen de
la campagne 2017-2018).
À Monbazillac, Fabrice Camus
dirige le domaine de La Lande
(12 ha dont 9 en Monbazillac, le
restant en Bergerac rouge, rosé
et blanc). Il propose deux mon-
bazillacs (5 000 cols) baptisés
« L'Héritage d'Albert Camus »,
du prénom de son grand-père.

L'un est liquoreux, puissant
et concentré, vendu en bou-
teilles de 50 cl. L'autre, lancé en
2015 en 75 cl, mise davantage
sur le fruit et la fraîcheur, tout
en restant doux comme le veut
l'appellation. « Le côté plus frais,
plus moderne du second attire une
cible plus large de consomma-
teurs », observe-t-il.

**Pour le bergerac rouge, la situa-
tion est loin d'être idyllique.** « Le
marché est à l'arrêt. C'est l'AOC
française la moins bien valori-
sée », déplore Guillaume Barou.
Fabrice Camus n'a pas attendu
d'être pris dans la tourmente.
Dès 2008, il est sorti de l'AOC
Bergerac pour basculer en vin de
France en créant la marque « Les
Aventuriers » déclinée en blanc
sec, moelleux, rouge et rosé.
Soit une production de 19 000
cols. « La clientèle boudait le ber-
gerac rouge. Rester dans l'ombre
des bordeaux ne nous convenant
pas, on a créé une diversité de pro-
duits », explique Fabrice Camus.
Quelques cavistes et restaurants
distribuent ses vins, mais il les



vend en majorité dans sa bouti-
que de sa propriété. Le vigneron
a en effet aménagé une aire de
camping qui accueille 2 000
équipages par an, soit 5 000 tou-
ristes. Il n'oublie jamais de leur
faire goûter ses vins. Une façon
d'avoir directement le ressenti
des consommateurs.

D'autres misent sur l'IGP Périgord
qui réunit une cinquantaine de
producteurs pour 8 000 à
20 000 hl. « Cette IG progresse
lentement et constitue une oppor-
tunité à condition de ne pas gal-
vauder son image », note Éric
Chadourne.
La cave de Sigoulès en produit
3 000 hl, des vins de cépage
merlot, cabernet-sauvignon ou
malbec. « On peut aller plus loin
en termes de volumes. Le Périgord
véhicule une image attirante du

point de vue de la gastronomie et
du tourisme », assure Philippe
Allain, le président de cette cave
de 950 ha, qui produit 58 000 hl.

Producta Vignobles se met aussi
sur ce créneau : « Nous dévelop-
pons une nouvelle marque de vins
de cépages liée au patrimoine de
la Dordogne. On s'adresse à des
jeunes consommateurs qui ne
sont pas experts et qui cherchent
des vins souples avec un peu de
sucrosité, mais sans plus », expli-
que Benoît Berger, directeur de
ce groupe coopératif. La marque
baptisée « 100 % Terroir » est
composée de deux rouges (mer-
lot et cabernet-sauvignon), d'un
sauvignon blanc et d'un rosé.
Elle sera lancée au printemps
2019 en grande surface et à l'ex-
port. Producta Vignobles vise
les 200 000 cols d'ici deux ans.
Un beau défi! **COLETTE GOINÈRE**