

CAVE À VINS
DOSSIER
BORDEAUX

SOMMAIRE

P. 64
LE VIGNOBLE VU
DU CARRELAGE



P. 66
LES ROSÉS EN
OPÉRATION SÉDUCTION

P. 68
LES BOURGEOIS SE
DÉMOCRATISENT

P. 69
L'EXPLOSION
DE L'OFFRE BIO



UN NOUVEAU VISAGE

Après une décennie de Bordeaux bashing, le vignoble a fait sa mue. Aujourd'hui, il montre un tout autre visage et tout l'enjeu est de le faire connaître. Une tâche à laquelle s'attellent activement le Conseil interprofessionnel des vins de Bordeaux ainsi que les opérateurs.

Le Bordeaux bashing est-il révolu ? « Disons qu'il laisse désormais place à de la curiosité vis-à-vis de ce que nous nous efforçons de montrer », explique Julie Rambaud-Textier, directrice marketing du Conseil interprofessionnel des vins de Bordeaux. Car le vignoble a bel et bien changé et veut le faire savoir. Au programme pour les créations régionales : buvabilité, plaisir et relooking. Autant d'éléments sur lesquels le CIVB a planché pour promouvoir une image rajeunie et fournir de nouveaux outils aux

opérateurs, ciblant entre autres les influenceurs. Une campagne lifestyle et une plateforme de marque dénommée « Les Bordeaux, cultivons le renouveau » sont notamment déployées.

PLUS DÉCOMPLEXÉ

Le nouveau bordeaux, c'est aussi un profil organoleptique qui s'adapte à l'évolution des goûts des consommateurs. À Bordeaux, les vins boisés et les grands crus cohabitent désormais avec des produits plus accessibles, fruités, « faciles à boire » pour répondre aux

attentes des nouvelles générations. Accompagnés d'un packaging décomplexé et dans l'air du temps, ils chassent sur les terres languedociennes ou rhodaniennes. Dans ce registre, Producta Vignobles lance Le Deal et l'Union des producteurs de Saint-Émilion sort la cuvée Une de plus.

Pour autant, il ne s'agit pas d'abandonner son savoir-faire. « Le nouveau bordeaux est un mélange de tradition et de modernité, qui se redéfinit sans renier ses acquis, ni son histoire, poursuit la directrice marketing de l'interprofession. Ne :

serait-ce que par la communication sur ses cépages, connus ou moins connus. » Les opérateurs l'ont également compris. La lumière est désormais volontiers mise sur les cépages secondaires ou oubliés de l'appellation et de nombreuses cuvées à base de malbec, de petit verdot ou de carménère fleurissent dans les linéaires. On peut notamment citer la cuvée Grain de Lune de Producta Vignobles à base de sauvignon gris qui sera bientôt déclinée en malbec. Maison Le Star ou encore Maison Bouey suivent aussi la tendance avec des cuvées monocépages pour un effet rupturiste, tout comme Famille Icard avec sa gamme Les Parcelles du château de l'Orangerie dédiée aux opérations foires aux vins. D'autres intervenants prennent le parti de valoriser et de remettre au goût du jour des appellations méconnues. Pierre-Jean Larraqué relève ainsi le défi de faire découvrir l'AOP graves-de-vayres et de l'introduire en grande distribution avec ses châteaux Barre Gentillot et Le Viroux.

PLUS VERT

Cette prise de conscience s'est accompagnée d'une action face aux problématiques écologiques. puisqu'en 2021, le premier vignoble de France revendique l'inscription dans une démarche environnementale de 75 % de ses surfaces. De plus, plusieurs appellations de Bordeaux – à savoir l'entre-deux-mers, le médoc, le haut-médoc

ou encore listrac-médoc – ont récemment formulé des demandes auprès de l'INAO pour introduire l'obligation d'une certification environnementale dans leur cahier des charges. Par ailleurs, pour préserver la typicité des vins et contrer les effets du réchauffement climatique, Bordeaux a intégré en début d'année six nouveaux cépages dans son cahier des charges.

PLUS HUMAIN

Enfin, pour séduire de nouveau et « re-raconter » son histoire, Bordeaux replace l'humain au cœur du vignoble. Pour cela, un des outils utilisés est la démarche RSE. Si aujourd'hui, l'interprofession lance son propre label ISO 26000 « Bordeaux, cultivons demain », les vignobles Gabriel & Co dans le Blayais ont franchi le cap depuis plus d'un an. Certifié Fair for Life par Ecocert pour la seconde année consécutive, ce collectif a pris le problème de la valorisation des vins de Bordeaux à bras-le-corps en assurant une juste rémunération du vigneron en plus d'une certaine exigence en matière environnementale. Et ce, alors que les cours de la place de Bordeaux s'écroulaient. Une première dans le milieu du vin. Cette éthique permet aux vignobles Gabriel & Co de progresser en qualité mais également de valoriser le producteur.

Cette humanisation peut prendre d'autres formes. Chez Freixenet-Gratien, l'humain et le souci d'ancrage se matérialisent sur la contre-étiquette de l'offre des châteaux. « Nous avons revu l'habillage afin d'y faire figurer les vignerons sur les contre-étiquettes car les consommateurs veulent savoir qui fait le vin. Ils sont demandeurs de davantage d'informations, explique Frédérique Lenoir, directrice marketing et communication. Il faut faire entrer le vigneron chez eux, leur raconter son histoire pour rendre son travail unique. » De nombreux exemples qui montrent que le bordeaux nouveau est arrivé et qu'il ne demande plus qu'à faire ses preuves. **CHLOÉ QUEFFEULOU**

VERBATIM

THIERRY DÉLÉAN,
DIRECTEUR
COMMERCIAL CHEZ
FREIXENET-GRATIEN

« Bordeaux s'est repris depuis une dizaine d'années. Il y a eu des dérives

mais, aujourd'hui, c'est une toute nouvelle génération qui œuvre dans le vignoble. »



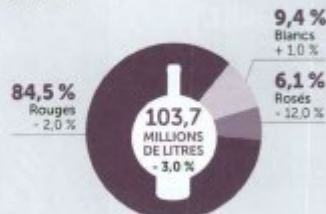
TABLEAU DE BORD

LE MARCHÉ EN GMS

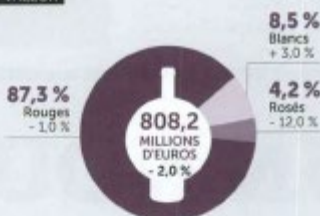
Source : IRI d'après fabricants

VENTES DE VINS AOP DE BORDEAUX PAR COULEUR EN HYPERMARCHÉS, SUPERS, PROXIMITÉ ET DRIVE SUR 12 MOIS ARRÊTÉS AU 12 SEPTEMBRE 2021. Evolutions des ventes à un an.

VOLUME



VALEUR



Les rosés très malmenés

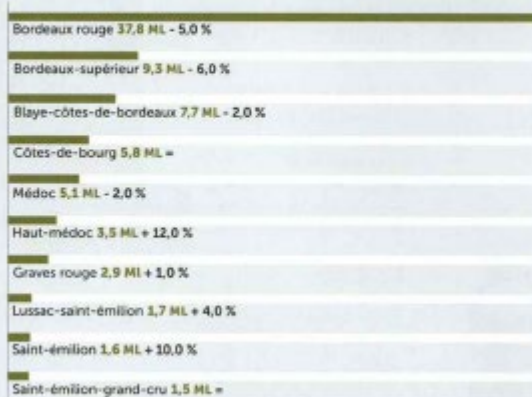
Bordeaux rosé n'a pas le vent en poupe et la météo pluvieuse de l'été dernier ne justifie pas à elle seule ce recul qui perdure. Sur les 12 derniers mois, la catégorie a encore vu ses ventes régresser de - 12 % en grande distribution. Certains opérateurs ont jeté l'éponge et switché leur rosé en IGP atlantique.



LE TOP 10 DES AOP ROUGES

Source : IRI d'après fabricants

VENTES EN MILLIONS DE LITRES DES PRINCIPALES APPELLATIONS DE BORDEAUX ROUGES EN HYPERS, SUPERS, PROXIMITÉ ET DRIVE SUR 12 MOIS ARRÊTÉS AU 12 SEPTEMBRE 2021.
Évolutions à un an.



Le haut-médoc s'envole

L'appellation haut-médoc connaît une dynamique à deux chiffres sur les 12 derniers mois alors que sa voisine l'AOP médoc, plus accessible, est en léger recul. De manière générale, les appellations valorisées du Médoc sont en progression. C'est le cas de margaux, moulis, pauillac et saint-estèphe.

LES BLANCS À LA LOUPE

Source : IRI d'après fabricants

VENTES DES PRINCIPALES AOP DE VINS DE BORDEAUX BLANCS EN HYPERS, SUPERS, PROXIMITÉ ET DRIVE SUR 12 MOIS ARRÊTÉS AU 12 SEPTEMBRE 2021.
Évolutions à un an.

Les blancs doux reviennent en force

Les sauternes, barsac, sainte-croix-du-mont et consorts retrouvent grâce aux yeux des amateurs en s'inscrivant dans de nouveaux modes de consommation décomplexés comme la mixologie. Selon les chiffres d'IRI, les blancs doux de Bordeaux progressent de + 5 % sur un an. Loupiac enregistre la plus forte hausse relative avec + 10 %.

