

RVI

Revue vinicole
internationale
fondée en 1880

**Le magazine
des entreprises du vin
et des spiritueux**

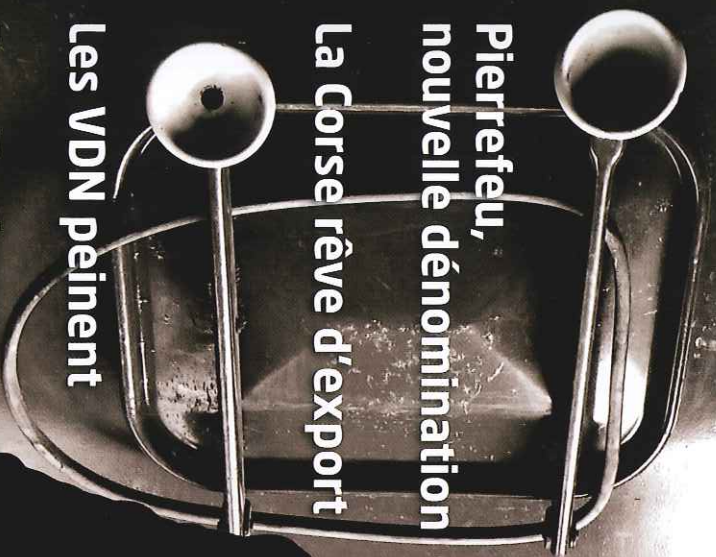
Juillet-Août 2012 - n°3900

www.larvi.com



GRAND

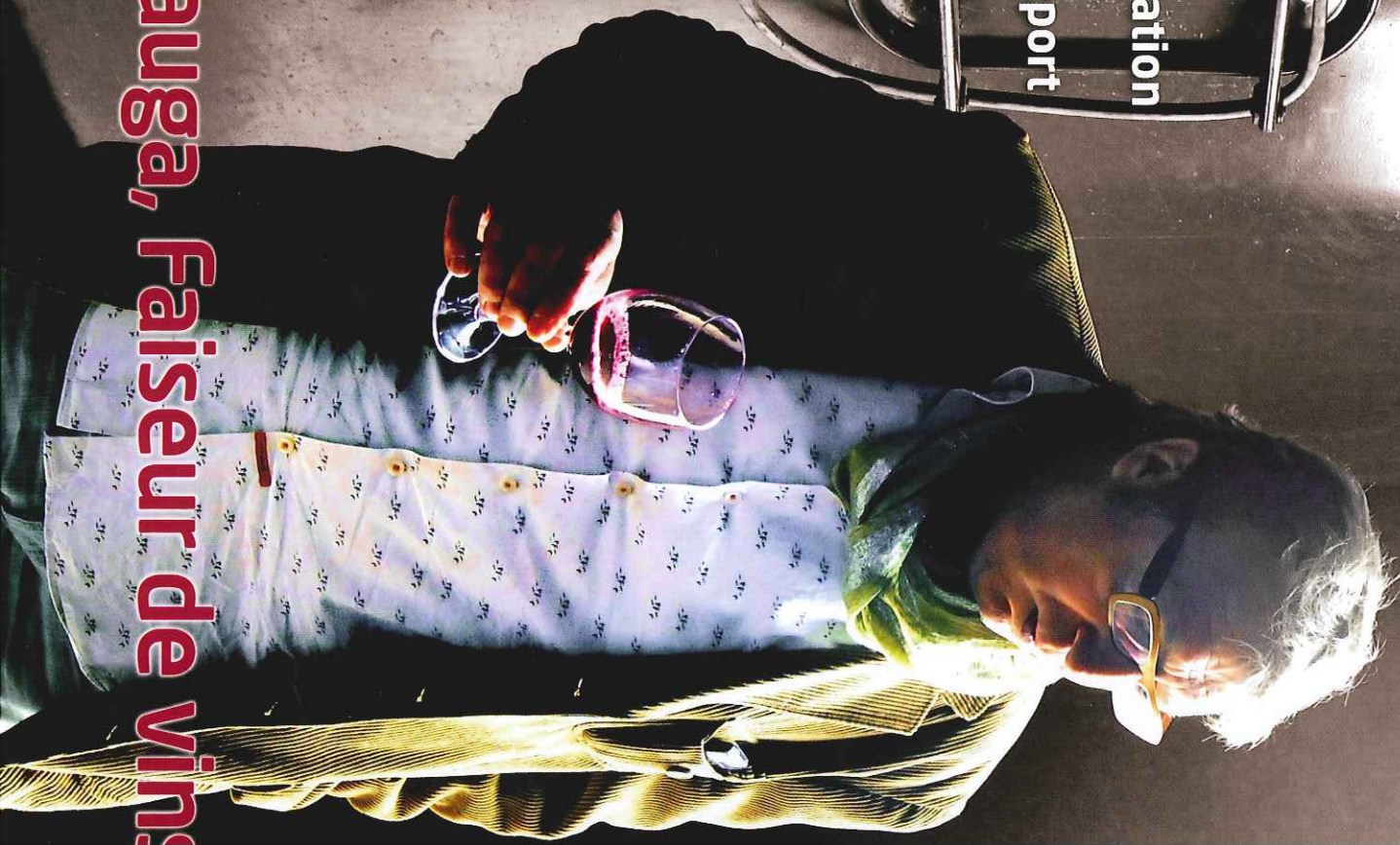
Tonn



**Pierrefeu,
nouvelle dénomination
La Corse rêve d'export**

**Les VDN peinent
Bars Bordeaux
à Shanghai**

**Recul des vins
français en Chine**



Olivier Dauga, Faiseur de vins

Pierrefeu

Bientôt "sous-régionale"



O. F. H.

La Provence, à défaut d'une bannière commune, poursuit sa hiérarchisation par les dénominations géographiques. La montée en gamme aurait pu se faire par les crus classés mais les 17 détenteurs historiques depuis 1955 et encore en activité n'entendent pas partager avec d'autres prétendants. Il ne restait donc que les dénominations, appelées peu élégamment sous-régionales, pour segmenter les Côtés de Provence, l'une des appellations les plus étendues de France. Après Sainte Victoire, La Londe et Fréjus, la commission d'enquête de l'INAO vient de rendre un avis favorable à Pierrefeu. Les producteurs pourraient voir entériner cette dénomination d'ici début 2013 avec effet rétroactif possible sur le millésime 2011, à condition de coller au cahier des charges, plus draconien que celui de l'appellation régionale Côtés de Provence. L'idée est née il y a une dizaine d'années, sous l'impulsion d'Alain Baccino du Domaine des Peirecèdes, premier président de l'association des vigneronns de Cuers-Pierrefeu qui voit le jour en 2003. Elle fédère aujourd'hui une douzaine de communes dans un "triangle d'or", souvent surnommé ainsi par les locaux et qui s'étend jusqu'à la mer. Soit un potentiel d'environ 4 000 ha bénéficiant de sous-sols communs et surtout d'un même climat sous forte influence maritime. Le cahier des charges est plus limité que les côtes de

Provence en termes de cépages (grenache, mourvèdre, syrah en principaux pour les rouges; cinsault, grenache, syrah pour les rosés) et de rendements (50 pour les rosés, 45 pour les rouges au lieu de 55) avec un élevage obligatoire pour les rouges. « L'objectif est d'améliorer la qualité des vins et d'obtenir la dénomination d'abord pour les rouges et les rosés et dans un second temps pour les blancs comme Sainte Victoire et La Londe, commente Samuel Garnier, animateur de l'association. L'agrément sera progressif, d'abord sur environ 850 ha de parcelles sélectionnées. » L'aire de Pierrefeu concerne 28 domaines et quatre caves coopératives, celles de Pierrefeu, Cuers, Puges Ville et La Crau, en demande, la coop de Collobrières n'ayant pas souhaité participer financièrement aux efforts collectifs. Gros domaines et petites propriétés se sont également regroupés dans l'association pour porter les efforts, à quelques exceptions près, notamment celles des crus classés comme l'Auménade qui préfèrent communiquer uniquement cru classé. Pierrefeu risque de se heurter à deux difficultés: la valorisation, que l'association aimerait porter à 15%, soit des bouteilles vendues au minimum à 6,50 - 7 € (ce que sont parvenus à faire à terme Sainte Victoire et La Londe après des ambitions moins raisonnables); et « veiller à ce que la validation parcelaire ne prive pas le reste de l'exploitation de l'AOC générale, explique Frédéric Ravel du Château de Montaud. Il ne s'agit pas de réserver le meilleur à Pierrefeu au risque de basculer le reste en vin de pays et de dévaloriser l'appellation Côtés de Provence ». « La difficulté sera de faire cohabiter les deux appellations, confirme Christian Baccino, directeur de la coop des Vignerons de Pierrefeu. Et d'essayer de vendre d'abord en bouteilles. Quand nous produisons les 200 000 hl de potentiel soit plus de 20% des Côtés de Provence, il faudra forcément commercialiser aussi en vrac. » ■

> F. H.

COMMUNICATION EN CHANTIER

La dénomination bénéficie déjà d'une jolie notoriété régionale (les vins rouges ont belle réputation et représentent 10% de Pierrefeu) « mais également auprès des consommateurs qui ont passé des vacances dans le Var, souligne Alain Baccino. On le constate sur les salons ». Et de rappeler également

« qu'un négociant avait beaucoup contribué à la fin du XX^{ème} siècle à faire connaître le nom Pierrefeu dans sa ville de Nice. D'où une réflexion indispensable sur cette forte base de notoriété dans ce gros bassin de consommation ».

« Il faudrait communiquer Provence comme nom de famille et Pierrefeu comme prénom » souligne François Millo, directeur du CVP. L'interprofession s'est engagée à investir 1 € pour 1 € perçu pendant une période de lancement de trois ans. Une cotisation supplémentaire des producteurs devrait permettre de dégager un budget de l'ordre de 54 000 € par an. « De quoi lancer quelques opérations mais qui profiteront aussi à ceux qui n'ont pas voulu mettre la main au portefeuille, regrette Olivier de Pierrefeu du Château de Gairoud, président de l'association.

Mais il faut bien avancer. » Les producteurs ont également engagé des fonds en lançant il y a quatre ans les balades gourmandes qui remportent un franc succès et participent à la notoriété de l'appellation. « C'est une opération fédératrice qui a permis aux vigneronns de se connaître et de mieux échanger » estime Philippe Blancard du domaine de la Portanière. « Elle a clairement lancé une dynamique » insiste Alain Baccino. Reste un point plus délicat, le logo qui doit identifier Pierrefeu et pour lequel chacun donne son avis. Des réunions de travail sont prévues cet automne avec consultatifs notamment des metteurs en marché et des consommateurs. Il s'agit désormais de trouver un identifiant, porteur d'image, en lien avec le terroir, et de commencer à travailler sur le nom de Pierrefeu, facilement mémorisable.