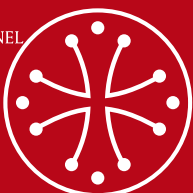


DOSSIER DE PRESSE 2011

Segmentation de l'offre

CONSEIL
INTERPROFESSIONNEL
DES VINS
DU LANGUEDOC



LES AOC DU
LANGUEDOC

* Sud de France

6 place des Jacobins, BP 221
11102 Narbonne cedex
Tél.: +33 (0)4 68 90 38 30
civl@languedoc-wines.com
www.languedoc-wines.com

En route vers la segmentation

Lancée dès 2007 avec la création de l'appellation régionale, la hiérarchisation des AOC du Languedoc se poursuit désormais avec la segmentation par le haut. Après l'AOC Languedoc installée à la base de la pyramide, le Conseil interprofessionnel des vins du Languedoc (CIVL) travaille sur les niveaux supérieurs représentés par les Grands Vins du Languedoc et les Grands Crus du Languedoc. Pour le président du CIVL, Frédéric Jeanjean, « cette classification dessine l'avenir du Languedoc pour les quinze prochaines années. » 2011 marque la mise en œuvre du plan de revalorisation des AOC du Languedoc*, dont la segmentation constitue un des axes majeurs.

* Lire cahier Interprofession – Stratégie 2011.

CONTACTS PRESSE

Clair de Lune, www.clairdelune.fr
Marie Gaudel: +33 (0)4 72 07 31 90
Jeanne Peron: +33 (0)4 72 07 31 90
Cécile Luquet: +33 (0)4 67 29 97 94

Une pyramide à trois niveaux pour segmenter les vins AOC du Languedoc

Depuis fin 2010, le CIVL a défini une nouvelle segmentation des AOC du Languedoc. Désormais, les vins seront classés selon une pyramide à trois niveaux déterminée par des critères à la fois qualitatifs et économiques : le socle sera représenté par l'AOC Languedoc, le cœur par les Grands Vins du Languedoc et le sommet par les Grands Crus du Languedoc.

L'AOC Languedoc comme base

L'AOC Languedoc constitue la base de la pyramide. Ces sont des vins de terroirs reconnaissables immédiatement par le consommateur grâce à des marques à fort potentiel en volume. Ces vins traditionnels régionaux comme le Grenache, la Syrah, le Mourvèdre, le Carignan et le Cinsault expriment la diversité du Languedoc par l'assemblage des cépages. Ils seront vendus à partir de 3 € le col. Des poids lourds du vignoble comme Castel (Roche Mazet), Jeanjean (La Croix Jeannel), Chantovent (Jean d'Alibert), Val d'Orbieu (Mythique Languedoc), Alliance Terroirs (Collection Daniel Bessière), Gérard Bertrand (AOC Languedoc Gérard Bertrand), l'Uccoar (Union des caves coopératives de l'Ouest audois et du Razès – Terres de Légendes) et la cave coopérative La Gravette de Corconne (La Gravette) ont déjà commercialisé 1,1 million de cols d'AOC Languedoc en grande distribution (GD). Des ventes qui devraient s'élever à 2 millions de cols en 2011.

Au cœur, les Grands Vins du Languedoc

Le cœur de la pyramide est composé des Grands Vins du Languedoc, dans un segment de prix à partir de 4 € le col. On retrouve dans cette catégorie les appellations et dénominations suivantes: AOC Cabardès, AOC Corbières, AOC Faugères, AOC Limoux rouge, AOC Malepère, AOC Minervois, AOC Saint-Chinian, les muscats et une partie des dénominations des Coteaux du Languedoc : AOC Picpoul de Pinet, AOC Languedoc-Clairette du Languedoc, AOC Languedoc-Sommières, AOC Languedoc-Terrasses de Béziers, AOC Languedoc-Quatourze, AOC Languedoc-Cabrières, AOC Languedoc-Saint-Saturnin, AOC Languedoc-Montpeyroux, AOC Languedoc-La Méjanelle, AOC Languedoc-Saint-Georges-d'Orques, AOC Languedoc-Saint-Christol,

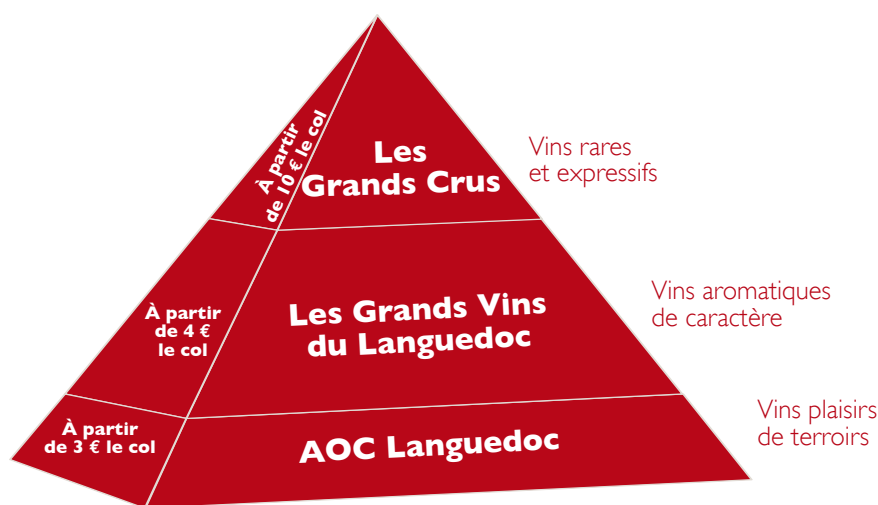
« La segmentation des appellations du Languedoc est une obligation. Il faut différencier notre offre. »

Gérard Bertrand, fondateur de la Maison Gérard Bertrand

« À nous maintenant de construire cette pyramide en positionnant bien nos produits. »

Jean Fau, président de l'ODG Limoux





Segmentation de l'offre des AOC du Languedoc

AOC Languedoc-Saint-Drézéry et AOC Languedoc-Vérargues. Les Grands Vins du Languedoc sont constitués de vins aromatiques qui expriment parfaitement leur typicité. Ce sont des vins de terroirs qui respectent les règles de production de leur propre cahier des charges.

« La segmentation positionne intelligemment nos terroirs et les rend lisibles auprès du consommateur. »

Xavier de Volontat, président l'ODG Corbières.

Les Grands Crus du Languedoc au sommet

Le haut de la pyramide, avec les Grands Crus du Languedoc, se situe dans un segment de prix supérieur à 10 € le col. Cette famille regroupe les vins de domaines, des vins de terroirs à image, complexes, rares et expressifs. On retrouve les appellations et dénominations suivantes : AOC Corbières-Boutenac, AOC Languedoc-Grés de Montpellier, AOC Languedoc-La Clape, AOC Minervois-La Livinière, AOC Limoux blancs, AOC Languedoc-Pézenas, AOC Languedoc-Pic Saint-Loup, AOC Saint-Chinian Roquebrun et Berlou, AOC Languedoc-Terrasses du Larzac (lire p. 4).

« Ce schéma à trois niveaux va permettre une communication cohérente de chacune des appellations du Languedoc. »

Philippe Coste, président de l'ODG Minervois.

Et les effervescents ?

Les effervescents de l'AOC Limoux sont répartis, selon les critères économiques du segment (rendement, prix consommateur, zone de mise en bouteille), dans les trois catégories de la pyramide.

« Faire du Languedoc un vignoble rentable »



3 questions à Frédéric Jeanjean, président du CIVL.

De quand date le projet de segmentation ?

C'est un chantier qui date de 2007. À l'époque, le socle avait été installé avec la création de l'AOC Languedoc. Le CIVL a depuis œuvré pour la mise en place des étages supérieurs de la pyramide. Votée à l'unanimité durant l'automne 2010, cette nouvelle segmentation dont les premières pierres seront posées dès 2011 s'inscrit dans un plan plus global de revalorisation des AOC du Languedoc*.

Pourquoi avez-vous décidé de revoir la segmentation ?

Aujourd'hui, le positionnement en matière de prix des différentes AOC du Languedoc manque de cohérence. L'AOC Languedoc, qui devait être l'appellation socle au pied de la pyramide des appellations languedociennes, se vend plus cher que des appellations comme Corbières ou Minervois, censées figurer à l'étage supérieur de la pyramide. Nous avons donc décidé de revoir cette hiérarchisation en la structurant en trois grandes familles, définies par des critères à la fois qualitatifs et économiques, à savoir le prix de vente de la bouteille. Il s'agit de faire du Languedoc un vignoble rentable et d'engager les AOC du Languedoc dans un plan de valorisation pertinent de l'offre.

Quels sont les principaux enjeux de cette nouvelle organisation ?

L'image de notre vignoble est encore trop associée à des vins basiques. Nous devons convaincre le consommateur que le Languedoc possède des Grands Vins et des Grands Crus. Il faut donc faire émerger les vins haut de gamme et proposer au grand public une offre claire et simple, afin que chacun puisse trouver le produit qui lui convient.

* Lire le cahier Interprofession – Stratégie 2011 : vers la revalorisation de l'offre des AOC du Languedoc.



Les Grands Crus du Languedoc



Pour sélectionner les appellations ou terroirs qui appartiendront aux Grands Crus du Languedoc, le CIVL a mis en place un cahier des charges qui définit des critères très précis.

Aujourd'hui, dix appellations et dénominations peuvent y prétendre. Explications avec Jérôme Villaret, délégué général du CIVL.

Par qui et comment ont été sélectionnés les Grands Crus du Languedoc ?

Le CIVL a créé une commission de travail, composée de producteurs et de négoce, qui a déterminé plusieurs critères d'accès (conditions de production, économiques et qualitatives). À partir de ceux-ci, nous avons mis en place une charte d'engagement signée par les organismes de défense et de gestion (ODG) afin qu'ils s'engagent à mettre en œuvre toutes les mesures nécessaires pour remplir le cahier des charges d'ici à deux ans au maximum. Un point d'étape sera réalisé fin juin 2011 pour évaluer leur progression. Les actions de communication interprofessionnelles seront réservées aux entreprises qui positionnent leurs produits au niveau de prix prévu. À ce jour, quatre appellations et cinq dénominations s'approchent des critères et ont signé la charte d'engagement. Il s'agit de l'AOC Corbières-Boutenac, l'AOC Minervois-La Livinière, l'AOC Saint-Chinian Roquebrun, l'AOC Saint-Chinian Berlou et l'AOC Limoux blancs. Quant aux dénominations de l'ancienne appellation des Coteaux du Languedoc comme l'AOC Languedoc-Pic Saint-Loup et l'AOC Languedoc-La Clape – qui devraient prochainement devenir des AOC à part entière – elles intègrent également le troisième niveau de la pyramide. C'est le cas également de l'AOC Languedoc-Grés de Montpellier, l'AOC Languedoc-Pézenas et l'AOC Languedoc-Terrasses du Larzac.

Quelle est la position de l'INAO sur votre démarche ?

Le CIVL travaille avec l'INAO (Institut national de l'origine et de la qualité) pour la reconnaissance officielle de sa démarche. Nous leur avons transmis notre projet de hiérarchisation, et l'INAO a récemment mis en place un groupe de travail à ce sujet.

Comment le consommateur va-t-il s'y retrouver ?

Nous avons prévu de lancer une campagne de communication qui présentera la segmentation. Et nous allons créer une signature pour chacun des segments des AOC du Languedoc. Cette signature sera déclinable sur les communications spécifiques des appellations et sur les packagings des entreprises.

Grands Crus : les critères de la charte d'engagement

Pour devenir Grands Crus, les appellations ou dénominations se sont engagées à faire respecter les critères suivants :

● Conditions de production

Rouge: 45 hectolitres par hectare.

Blanc: 50 hectolitres par hectare.

● Conditions économiques

Le prix d'objectif recommandé doit être supérieur à 250 € par hectolitre.

Le prix public TTC recommandé doit être supérieur à 10 € le col.

● Conditions qualitatives

La mise en bouteille doit se faire dans l'aire de production.

Durée minimale d'élevage: 12 mois

pour les rouges et 6 mois pour les blancs.

Un contrôle qualitatif de l'ensemble des lots après mise en bouteille sera systématiquement effectué.

« La segmentation parle avec logique des terroirs et de la marque Languedoc. »

Pierre Borie, président de l'ODG Corbières-Boutenac.

« La segmentation différencie clairement les IGP régionaux qui proposent une offre cépages et les AOC du Languedoc qui portent sur une offre terroirs. »

Jean-Benoît Cavalier, président de l'ODG AOC Languedoc

L'ÉQUIPE DU CIVL

Frédéric Jeanjean - Président

Jérôme Villaret - Délégué général - jvillaret@languedoc-wines.com

France Villeneuve - Marketing et communication - fvilleneuve@languedoc-wines.com; Christine Molines - Export - cmolines@languedoc-wines.com;

Philippe Cros - Promotion et SAQ - pcros@languedoc-wines.com; Christophe Jammes - Économie - cjammes@languedoc-wines.com

Contact: + 33(0) 4 68 90 38 30 - www.languedoc-wines.com