

Actualités

Maitrise de la production

Angela Merkel soutient officiellement le mécanisme des droits de plantation

Lors d'un discours au salon allemand Intervitis le 24 mars dernier, la Chancelière allemande Angela Merkel a exprimé fortement son attachement et son soutien à la filière viticole. Elle a ainsi affirmé le soutien du gouvernement fédéral allemand au mécanisme des droits de plantation.

La « European Federation of Origin Wines » se félicite de la position de la chancelière et souligne que le chef de l'Etat allemand est ainsi le premier chef d'Etat européen à prendre une position officielle sur le maintien des droits de plantation. Riccardo Ricci Curbastro, président de EFOR, se félicite de la prise de position d'Angela Merkel et affirme qu'il s'agit d'un « signal fort envoyé d'un grand pays fondateur de l'Union européenne et de la PAC ». La prise de position de la Chancelière allemande est intervenue en même temps que le premier vote du Parlement européen favorable à la maîtrise de la production dans le secteur des produits de qualité. « Et d'une façon symbolique, Angela Merkel a fait ce discours le jour du lancement de la Fédération Européenne des Vins d'Origine, EFOR, pour qui la maîtrise de la production est un enjeu capital » précise Ricardo Ricci Curbastro. Les représentants des vins d'origine européens réunis au sein de EFOR attendent maintenant que d'autres chefs d'état européens s'engagent

sur le dossier de la maîtrise de la production. Pour le représentant italien de EFOR « il est étonnant de voir que le premier Etat à se positionner sur le sujet de la maîtrise de la production est l'Allemagne, et non pas l'Italie, la France ou l'Espagne. Les députés européens soutiennent la régulation de la production mais la Commission reste silencieuse. Nous attendons maintenant des chefs d'Etat européens qu'ils s'engagent et prennent position en faveur d'outils de régulation de la production dans la viticulture. » Rappelons que EFOR demande à ce que des mécanismes de régulation de la production soient mis en place dans le secteur des vins dans le cadre de la réforme de la politique de qualité et de la PAC. « La libéralisation des droits de plantation souhaitée par la Commission européenne, et prévue au 1^{er} janvier 2016, représente un danger pour la production de vins de qualité » prévient la Fédération. « Plus d'un million d'hectares vont être potentiellement libres à la plantation en Europe. Nous ne pouvons pas maintenir une production de qualité dans ce contexte. EFOR ne demande pas d'aide spécifique, mais la mise en place d'outils permettant de gérer la production en adéquation avec la demande des marchés. De tels outils sont nécessaires dans le cadre de la PAC d'autant qu'ils ne coûtent rien. »

Le marché des vins en vrac

Une opportunité ou une menace pour les régions de production ?

Pendant des siècles, le transport du vin se faisait traditionnellement en vrac. L'arrivée des bouteilles, autour du 17^{ème} siècle a marqué le début d'un processus de différenciation des vins, permettant aux régions de production d'accroître leur notoriété et d'accaparer une plus grande part de la valeur ajoutée générée par la vente de leurs vins. Au 21^{ème} siècle, la montée en puissance des considérations environnementales, notamment, provoque de nouvelles interrogations sur la pertinence de l'expédition en vrac. Au-delà des questions sur la véracité des arguments avancés pour soutenir la thèse écologique, que sait-on à l'heure actuelle de ce marché qui représente des volumes considérables dans le monde mais pour lequel peu de statistiques et d'analyses fiables existent ?



Lire notre article page 2 ►►

Italie

Le salon international Vinitaly ouvre ses portes cette semaine

La 44^{ème} édition du salon international des vins Vinitaly ouvre ses portes le 8 avril et jusqu'au 12 avril à Vérone en Italie. Organisé conjointement avec Sol, exposition internationale de l'huile d'olive, Agrifood Club, événement dédié aux produits agroalimentaires de qualité, et Enolitech, salon consacré aux techniques oléicoles et viticoles, Vinitaly s'étend cette année sur une superficie de plus de 92 000 m² répartie en douze halls. Au total, 4 200 exposants provenant d'Océanie, d'Amérique, d'Europe et d'Afrique participeront à l'édition 2010. Les organisateurs espèrent dépasser les chiffres de fréquentation atteints en 2009 lorsque plus de 150 000 visiteurs y ont assisté, dont 45 000 internationaux.

Espagne

Alimentaria brave la crise

Le grand salon espagnol de l'alimentation, Alimentaria, qui a fermé ses portes le 26 mars dernier à Barcelone, a reçu plus de 140 000 visiteurs dont 25% en provenance de l'étranger. En attendant le bilan définitif, les organisateurs se félicitent d'ores et déjà d'un visitorat supérieur de 8% aux prévisions initiales. Près de 4 000 exposants issus de 75 pays ont participé à l'édition 2010, un chiffre dont les organisateurs se réjouissent en cette période de crise.

Salon des vins et spiritueux de Montréal

20 000 visiteurs pour l'édition 2010

Le 9^e Salon des vins et spiritueux de Montréal, qui avait lieu du 25 mars au 28 mars au Palais des congrès de Montréal, a connu un important succès encore cette année. En effet, 20 000 visiteurs ont participé à la manifestation. « Cette réussite traduit bien l'intérêt de la population québécoise pour les vins et spiritueux, souligne Daniel Richard, président de l'Association québécoise des agences de vins, bières et spiritueux (AQAVBS), l'organisme promoteur de cet événement. Nous avons également constaté une présence plus importante cette année de jeunes adultes, ce qui augure bien pour l'avenir ! » La 9^e édition réunissait 65 exposants, dont une cinquantaine d'agences de vins et spiritueux. Les visiteurs ont pu rencontrer 280 vignerons, distillateurs et brasseurs d'une trentaine de pays producteurs et goûter 2 500 produits, dont 1 200 exclusivités. La prochaine édition du Salon des vins et spiritueux de Montréal aura lieu au printemps 2012 au Palais des congrès de Montréal.

Sommaire

Commerce	p. 2-3
Régions	p. 4

Le marché des vins en vrac

Une opportunité ou une menace pour les régions de production ?

► suite de la page 1

Plus encore que de simples lacunes à ce niveau, on peut parler de véritable manque de transparence, sans doute en partie volontaire eu égard à l'aspect encore peu valorisant d'une grande partie de ce commerce. En effet, le manque de différenciation des produits, le faible niveau général des prix et, dans certaines régions, la menace de réactions hostiles de la part de producteurs en proie à la crise et au déclin de leur activité, se conjuguent pour rendre le sujet épineux et les opérateurs peu bavards sur le sujet. Au-delà d'une certaine volonté de conserver cette opacité au niveau des transactions en vrac, la nature même du marché le rend extrêmement difficile à suivre. En effet, la chaîne de commercialisation est parfois très longue avant l'accès final au consommateur avec un nombre potentiellement important d'acteurs divers et variés, puis aussi l'intervention de facteurs externes qui perturbent les flux et les modifient d'une année ou moins, sur l'autre.

Des flux très difficiles à identifier

A titre d'exemple, dans la mesure où le facteur prix constitue un élément fondamental du marché du vrac, toute fluctuation des taux de change peut modifier les courants d'affaires. Car le marché du vrac n'est pas nécessairement basé sur des relations contractuelles durables, il se caractérise aussi fortement par des transactions opportunistes. Ainsi, comme le constate Alfredo Coelho, chercheur auprès de l'UMR MOISA Montpellier SupAgro, « des variations subites des taux de change, comme celle provoquée récemment par les nouvelles sur la Grèce qui ont fait chuter l'euro par rapport au dollar, ont une forte influence notamment sur le marché spot ». D'autres phénomènes peuvent modifier plus durablement les flux commerciaux. C'est le cas, par exemple, suite aux tensions entre la Russie et la Moldavie : « celle-ci utilise désormais l'Ukraine comme plateforme de réexportation de vins vers la Russie, créant ainsi des circuits alternatifs ». En Chine aussi, certains flux sont extrêmement difficiles à identifier, faisant dire à Alfredo Coelho que « même l'OIV ne sait pas précisément quel volume de vin est produit par la Chine et quelle est la partie importée ». Citons encore les préoccupations logistiques qui font que certains pays du Nouveau Monde, comme les Etats-Unis, exportent des vins en vrac vers

un pays européen comme l'Italie, pour ensuite les réexpédier ailleurs sur le continent européen sous différentes formes.

Puis, traditionnellement, les vins en vrac sont souvent assemblés avec des vins d'autres origines et ensuite expédiés vers plusieurs interlocuteurs différents, en bouteilles ou en vrac, rendant leur traçabilité très complexe et le niveau d'analyse de ce marché peu fin.

Quelles stratégies de valorisation ?

Historiquement, certains flux existent depuis fort longtemps et sont basés fondamentalement sur le prix unitaire des vins. C'est le cas, par exemple, des échanges entre des pays européens comme la France, l'Italie, l'Espagne et l'Allemagne. « Il s'agit généralement de vins de bas de gamme, qui s'assemblent avec d'autres vins et ne sont pas des cépages internationaux. Ce sont des cépages que l'on trouve en grande quantité dans certaines régions, comme en Castille-la-Manche, et qui sont en surproduction. En l'occurrence, donc, ce commerce relève de stratégies opportunistes ». Sur un marché mondial déjà fortement concurrentiel et a fortiori lorsqu'il s'agit des vins en vrac, toute la question est de savoir s'il existe des stratégies permettant de mieux valoriser le vrac. Si l'on regarde un segment actuellement très porteur où la demande est supérieure à l'offre, celui des vins bio, ne pourrait-il pas exister des ouvertures en ce sens pour le vrac ? Pas si simple, estime le chercheur de SupAgro : « l'idée me paraît bien, elle va dans le sens du développement durable. Le bio se développe y compris dans le vrac, même si on n'a pas de chiffres précis. Cependant, il faut prendre en compte les coûts impliqués dans la reconversion en bio et les limites rapidement atteintes en matière de volumes. Si l'on prend l'exemple de Castille-la-Manche, une seule structure peut atteindre 1 million d'hectolitres. Il serait donc inimaginable que tout le monde s'adapte à ce type de production. C'est sans doute réalisable pour une petite cave coopérative ou un producteur indépendant, mais pas à plus grande échelle. D'ailleurs, pour les structures existantes que je connais, qui font déjà du bio, arriver au 100% bio n'est pas un objectif. En effet, la part du bio dans le monde reste une niche et ne permettrait pas à tout le monde d'en vivre. Cela, sans parler du fait que la recherche de marchés spécialisés peut s'avérer coûteuse alors qu'on sait que pour le vrac basique, les marchés existent. Enfin, dans le cas précis du bio, certaines problématiques vont aussi se poser d'ici à quelques années, comme la pénurie de cuivre ».



Un raisonnement très différent de la bouteille

Le propre du vrac est-il donc de n'exister que pour répondre à des critères de prix, et de subir ainsi les aléas du marché international ? De l'avis d'Alfredo Coelho, il est impossible de connaître la part du vrac basique ou, au contraire, celle des vins plus qualitatifs dans le profil du marché. La capacité de valorisation dépend en réalité de chaque marché de destination et circuit de commercialisation. Il est même impossible d'affirmer que sur des marchés globalement bien positionnés en matière de prix, comme les Etats-Unis, le vrac y est mieux valorisé qu'ailleurs. « Globalement, on ne peut pas appliquer au vrac le même raisonnement de valorisation qu'avec la bouteille et les marques, sachant que les volumes ne sont absolument pas les mêmes. C'est bien la différenciation qui permet de générer de la valeur et toute la question pour le producteur, c'est de savoir comment se différencier au mieux pour apporter de la valeur. L'exception se pose si l'on se positionne sur un marché captif où, par exemple, un acheteur cherche ce vin précis car il se trouve dans une appellation donnée. L'appellation peut alors représenter un facteur de différenciation, mais lorsqu'on est sur des marchés de volume, ce n'est pas le cas ».

Certains cépages sortent du lot

A plus grande échelle, le cépage peut constituer un facteur de différenciation. Les grands cépages internationaux – ils sont cinq ou six – subissent, certes, l'impact des fluctuations au niveau de la production. Ainsi, la récolte s'achève à l'heure actuelle dans les pays de l'Hémisphère sud et elle aura un effet déterminant sur les différents flux du vrac d'ici à quelques mois. « Certains cépages arriveront en surproduction, d'autres en

Planet LEC
Le Magasin de produits et de petit matériel.

- Uvification
- Filtration
- Distillation
- Contrôles

- Accueil
- Documentation
- Nos produits
- Promotions
- Contact

Boutique de Vente en Ligne dédiée aux Professionnels des Vins et Spiritueux.

<http://www.planet-lec.com>

sous-production. Selon l'importance du pays de production en termes de volumes, il peut peser plus ou moins sur le marché du vrac au niveau international. Cela va donc réorienter les prix à la hausse ou à la baisse » acquiesce Alfredo Coelho. Il n'empêche que tous les cépages ne subissent pas nécessairement le même sort, du moins pour une période plus ou moins longue. En effet, le cépage malbec, par exemple, est très recherché à l'heure actuelle. Cette tendance permet à un pays comme l'Argentine – qui a choisi ce cépage comme porte-drapeau – de développer ses exportations de malbec, grâce sans doute à un effet dynamisant des vins du Sud-Ouest. En dehors de quelques régions du monde, le malbec ne se trouve pas partout, contrairement aux quelques grands cépages internationaux, ce qui en fait une particularité intéressante. « On peut se positionner avec des cépages autochtones par exemple ou sur certaines appellations. Il existe des appellations réputées avec de petits volumes, même s'il paraît plus logique pour un producteur de s'orienter vers la mise en bouteille ».

L'importance de la route d'accès au marché

Si l'on peut s'interroger sur la capacité d'un pays comme la France avec des coûts de production relativement élevés de se positionner sur le marché du vrac, la composition du prix final et la valorisation dépendent beaucoup de la route d'accès au marché. « La construction des routes d'accès au marché est beaucoup plus compliquée et difficile pour le vrac que pour les marques » explique Alfredo Coelho. « Pour les marques, le producteur a une marge de manœuvre, il peut développer sa marque, sa notoriété, sa réputation de différentes façons. Dans le cas du vrac, il y a deux stratégies possibles : soit on fait du volume et on a des prix bas, auquel cas on cherche à augmenter au maximum les volumes ; soit on se positionne sur un vrac spécialisé, par exemple avec des cépages autochtones ou des cépages très demandés sur le marché, des produits de niche ou encore des circuits dédiés. Dans ce deuxième cas de figure, il faut trouver l'interlocuteur prêt à porter le projet avec vous, à assumer la mise en bouteille, à constituer la route d'accès au marché. Au-delà de ce phénomène de construction de route d'accès au marché, il peut y avoir aussi un aspect relationnel afin que la collaboration se pérennise ».

Miser sur certains types de vrac

Dans tous les cas, le chercheur de SupAgro estime que la France a un rôle à jouer sur certains types de marché du vrac. « L'image du pays fait encore vendre. Encore faut-il que cette image puisse être véhiculée auprès du consommateur final. Ce n'est

pas toujours le cas. Certains vins seront achetés puis assemblés avec d'autres vins. On peut citer l'exemple de la Californie où les AVA sont autorisés à ajouter 15% de vins d'autres provenances, soit d'une autre région américaine soit d'un autre pays, sans perdre la désignation AVA. Ainsi, un vin français peut très bien venir compléter l'assemblage des AVA, à condition d'être compétitif au niveau des prix. Pour la France, s'il s'agit de vendre à l'intérieur du pays pour bâtir une marque française, il y a un intérêt. Si, en revanche, il s'agit d'exporter en vrac pour un marché dans lequel on se trouve en concurrence avec d'autres vins étrangers, il est très difficile d'opérer dans ces conditions-là et de bâtir un modèle d'affaires qui soit rentable ». Se pose aussi la question de la traçabilité : « le manque de maîtrise de la traçabilité du produit fait courir des risques qui peuvent porter préjudice à l'image de l'entreprise qui a vendu le vin au départ ».

Tenir compte de la dimension sociale

Que penser alors d'une orientation très nette en faveur des vins en vrac sur un marché comme la Grande-Bretagne ? S'agit-il d'une opportunité pour répondre à des considérations environnementales ou d'un protectionnisme déguisé en faveur des filières locales ? Si la mobilisation de certains lobbys n'est pas à exclure – on pense aux embouteilleurs ou aux sociétés de logistique par exemple – pour Alfredo Coelho « le passage en vrac est pertinent, car il aide à réduire les émissions de CO₂, mais il est strictement dans l'intérêt du pays consommateur ». Pour l'exportateur, il peut y avoir un certain intérêt à exporter en vrac, pour mieux maîtriser le coût du transport ou des matières sèches par exemple. Mais il reste à résoudre le problème de la récupération de la valeur ajoutée et des inconvénients liés à la délocalisation d'une partie des activités viticoles. « Dans le développement durable, il faut prendre en compte non seulement la dimension environnementale mais aussi sociale et économique » insiste le chercheur de SupAgro. « Si l'on tient compte du seul aspect socio-économique, le poste emploi est très important dans le bassin de production, non seulement au niveau de la mise en bouteille directement mais aussi des services connexes – étiquettes, design, bouteilles... Pourquoi délocaliser des postes de travail que l'on pouvait garder au Chili, en Argentine ou en Afrique du Sud par exemple ? Pourquoi délocaliser des postes situés dans des pays moins favorisés pour privilégier l'emploi à Londres ? En Afrique du Sud, cette question a été clairement posée et le secteur vitivinicole local s'est dit opposé à cette délocalisation. Pour le secteur des services connexes à celui du vin, cela concerne 276 000 personnes dans ce seul

pays. Ainsi, il faut voir la question dans sa globalité ». La position de l'Afrique du Sud s'exprime également à travers la stratégie de son principal verrier, Consol Glass, qui se développe fortement à l'heure actuelle, misant ainsi sur l'expansion de la mise en bouteille sur le lieu de production.

Certaines questions pas encore tranchées

Sur le plan purement environnemental, Alfredo Coelho estime que la mise en bouteille près du bassin de consommation n'entraîne pas nécessairement une réduction du CO₂. « La question de savoir si en exportant du vrac pour une mise en bouteille dans le bassin de consommation, en périphérie des grandes villes, on réduit l'impact environnemental n'est pas encore tranchée ». Et d'insister sur les avancées en matière de transport qui amènent les pays du Nouveau Monde – largement montrés du doigt pour la quantité de « food miles » que leurs produits parcourent – à contester ce calcul. « Le transport par bateau, par exemple, se fait avec des navires de plus en plus grands, réduisant ainsi le coût du transport et les émissions de



carbone. Ainsi, les émissions peuvent être moins importantes pour transporter un vin néo-zélandais par bateau jusqu'à la Grande-Bretagne que depuis le sud de la France en camion. Par ailleurs, lorsqu'un bateau se déplace d'un port à l'autre, il faut bien qu'il soit toujours rempli, à l'aller comme au retour. Les tarifs peuvent être modifiés ainsi

considérablement si le voyage est rentabilisé dans les deux sens ». Puis, le bilan environnemental des entreprises représente un facteur de développement prioritaire dans plusieurs pays du Nouveau Monde comme l'Australie, la Nouvelle-Zélande, l'Afrique du Sud ou plus récemment le Chili. « La Nouvelle-Zélande s'est donné comme objectif de certifier toutes les wineries comme étant responsable sur le plan environnemental. Elles ne sont pas loin d'y parvenir. Aucun autre pays au monde ne se trouve dans cette situation-là. La question environnementale pèse déjà beaucoup au niveau de la production dans ces pays. Ainsi, ce n'est pas le transport qui effacera ce bilan-là, et en plus, on se préoccupe aussi beaucoup de l'acheminement des produits – qu'ils soient en bouteille ou en vrac – vers les places de consommation ».

Sharon Nagel



**SÉLECTIONS
MONDIALES DES VINS**
— CANADA —

**LE PLUS GRAND CONCOURS
INTERNATIONAL DE VINS
EN AMÉRIQUE DU NORD
INSCRIVEZ-VOUS DÈS MAINTENANT!**




Aquitaine

Succès pour les Primeurs d'Expression Bio

Les 30 et 31 mars 2010, le Château Franc Pourret à Saint-Emilion a accueilli la 1ère édition des Primeurs d'Expression Bio. Organisé par le Syndicat des Vignerons Bio d'Aquitaine, cet événement a réuni 48 viticulteurs bio ou en conversion, présentant une offre complète et diverse des vins bio aquitains.

Les intempéries n'ont pas fait reculer les professionnels. En effet, près de 230 professionnels ont sillonné les allées Franc Pourret durant les deux jours, pour déguster le millésime 2009. Les importateurs, restaurateurs, cavistes, négociants et acheteurs de la grande distribution présents en nombre ont dégusté le millésime 2009, annoncé comme exceptionnel, s'inscrivant dans la lignée des millésimes en 9. Annonce juste puisque, globalement, les vins présentent un très haut niveau de qualité homogène. Les rosés et blancs secs sont fruités avec une bonne vivacité. Les liquoreux sont riches, concentrés et fruités. Les rouges présentent une matière très riche avec beaucoup de fruit, une bonne acidité et un potentiel de garde.

Ce succès confirme l'attrait des professionnels pour le vin bio dont la demande ne cesse de croître. La théorie de l'effet de mode est dépassée : le vin bio, vin d'avenir, est le produit qui a obtenu le plus fort taux de recrutement de consommateurs Bio en 2008. Les vignes Bio sont bien installées sur tout le territoire français et en pleine expansion. Selon les chiffres 2008 de l'Agence Bio, les vignes Bio s'étendent sur 2 301 exploitations (contre 1 907 en 2007) et 28 190 hectares (contre 22 509 en 2007) dont 12 527 en conversion. L'Aquitaine est la troisième région productrice avec 3763 hectares de vignes Bio, réparties sur 311 exploitations. En 2008, les surfaces de vignes Bio en Aquitaine ont augmenté de 23,8 %.

Trophée Mumm 2010

De jeunes sommeliers et barmen de talent distingués

A l'occasion de la 8e édition du Trophée Mumm des Jeunes Sommeliers qui s'est déroulé lundi 29 mars 2010 à Reims, Adrien Butko du lycée hôtelier d'Ilkirsch Graffenstaden et Victor Kaiser du lycée Hôtelier de Sète se sont distingués auprès d'un jury prestigieux et exigeant. A travers cette initiative originale initiée en partenariat avec l'Éducation Nationale, Mumm réaffirme son attachement au savoir-faire des métiers de sommelier et de barman, et perpétue ainsi une tradition champenoise d'excellence.

Depuis 2003, la Société G.H. Mumm et le ministère de l'Éducation Nationale organisent ce concours unique en son genre qui récompense les jeunes talents des mentions complémentaires sommellerie et bar des lycées hôteliers de France. La finale du Trophée Mumm 2010 a vu 6 lycéens concourir dans la catégorie « sommellerie » et 6 autres dans la catégorie « bar » : une belle occasion de démontrer leurs compétences en situation professionnelle. Ce Trophée représente un véritable atout pour la future carrière d'un sommelier ou d'un barman.

Ce concours joue un réel rôle pédagogique et permet aux enseignants et aux professionnels de penser ensemble l'évolution des métiers du secteur en permettant aux candidats, futurs prescripteurs, de mettre en pratique les savoir-faire et savoir-être acquis durant l'apprentissage de leur métier. En soutenant la promotion et la formation des futurs sommeliers et barmen de France, la Maison porte haut et fort les valeurs de son fondateur Georges Hermann Von Mumm.

Au terme d'une intense compétition mettant à l'épreuve les douze candidats finalistes, les lauréats ont reçu leur Trophée des mains des deux parrains de cette 8ème édition, le journaliste et critique Jean Luc Petitrenaud et Philippe Faure Brac, Meilleur Sommelier du Monde en 1992, en présence de représentants de l'Éducation Nationale, de la Maison G. H. Mumm, de la société Pernod et de professionnels renommés de la restauration.

Palmarès du Trophée Mumm 2010

Catégorie « Sommellerie »

- 1er : Adrien Butko du lycée hôtelier d'Ilkirsch Graffenstaden
- 2ème : Denis Da Ros du lycée de Toulouse
- 3ème : Grégoire Schnerb du lycée de Talence.
- 4ème : Pierre Chatelain du lycée de Marseille, Kévin Garouste du lycée de Paris (Lycée Albert de Mun) et Laurie Galtier du lycée de Nîmes.

Catégorie « Bar »

- 1er : Victor Kaiser du Lycée Hôtelier de Sète
- 2ème : Jean-Baptiste Leprince du lycée de Dinard et Corentin Volant du lycée de Saint-Nazaire.
- 4ème : Mathias Aso du lycée de Biarritz, Jessica Colvin du lycée d'Auxerre et Alexandre Fromager du lycée d'Orchies.

Coopération Languedoc-Roussillon

Les « Coups de Cœur » 2010

Les « Coups de Cœur » de femmes journalistes, dégustation organisée à l'initiative des Vignerons Coopérateurs du Languedoc-Roussillon, ont été décernés jeudi 1er avril chez les vignerons de Dom Brial à Baixas (Pyrénées-Orientales).

Ces « Coups de Cœur » sont attribués après la dégustation des médailles d'or du Concours régional des vins de la coopération dont la 4ème édition s'est tenue le jeudi 11 mars dernier également à Baixas.

Cette année, 70 coopératives viticoles ont présenté 420 échantillons représentant toutes les appellations du Languedoc Roussillon. A l'issue de cette dégustation, plus d'une centaine de vins ont été médaillés Or, Argent et Bronze.

Les Coups de Cœur 2010

Blanc : Beauvignac viognier, IGP Pays d'Oc blanc 2009 de la cave de Pomerols à Pomerols (34).

Rosé : Pop Frutti syrah/grenache, VDP des Côtes Catalanes rosé 2009 de la cave Les Vignerons des Terres Romanes à Vinca (66).

Rouge : Vallée des Arômes merlot, IGP Haute Vallée de l'Orb rouge 2009 de la cave Les Coteaux de Capimont à Hérépiac (34).

Vins doux naturels :

- Dom Brial, AOC Muscat de Rivesaltes 2009 de la cave Les Vignobles Dom Brial à Baixas (66).

- Le Grenat de Terrassous, AOC Rivesaltes grenat 2007 de la cave Les Vignobles de Constance et du Terrassous à Terrats (66).

« 2010, 700 ans d'Armagnac »

Un jour historique pour la filière Armagnac

La délégation de la filière Armagnac a vécu une journée inoubliable ce mercredi 24 mars. D'abord, grâce au programme concocté par le conseiller ecclésiastique de S.E. l'ambassadeur de France près le Saint-Siège, l'abbé armagnacais Xavier d'Arodes de Peyriague. Il a œuvré pour que les Gascons puissent faire de cette journée un événement qui marque les mémoires : découverte des jardins du Vatican, audience générale du pape Benoît XVI, visite insolite et privilégiée dans ce sanctuaire fermé au public- de la Bibliothèque Apostolique Vaticane, et la cérémonie officielle de remise des facsimilés, point d'orgue de cette journée. C'est le vice-préfet de la Bibliothèque Vaticane qui a remis le document, qui forme le premier témoignage de la production de l'eau-de-vie, en 1310, à Pierre Tabarin, président du Bureau National Interprofessionnel de l'Armagnac.



ABONNEMENT
la Journée Vinicole

Plus de 250 numéros par an
+Les éditions spéciales
+accès aux archives économiques

Pour 178 euros ttc/an
Abonnez-vous à la Journée Vinicole

Bulletin à découper et à retourner rempli à :
La Journée Vinicole Parc Cresse-Saint-Martin 34660 Courmonsec

Nom :

Activité (important) :

Société :

Adresse :

Code Postal :

Ville : Pays :

Tél : Fax :

E-Mail :

Dirigez votre votre adresse e-mail afin que nous puissions vous envoyer chaque jour la Journée Vinicole dans votre boîte

Règlement à votre convenance

Chèque bancaire

Virement postal du

Carte bleue n° :

3 derniers chiffres au dos

Date de validité

Type de carte (Visa, Eurocard, ..)

Nom du titulaire de la carte