

Les Rencontres d'Occitanie

GROUPE LA DÉPÊCHE DU MIDI



Les Rencontres d'Occitanie sont un nouveau cycle de conférences-débats lancé en 2017 par le Groupe La Dépêche du Midi. Chaque mois, des personnalités de premier plan viennent enrichir la réflexion des décideurs locaux sur des thèmes majeurs pour l'avenir de notre nouvelle Région (recherche, éducation, culture, innovation, export, environnement, tourisme, aéronautique). Ces rencontres se placent au cœur des défis que doit relever l'Occitanie et souhaitent accompagner l'appréhension d'un monde en constante mutation.

Quatrième édition

Quel avenir pour le plus grand vignoble du monde ?

Judi 27 avril 2017

Gérard Bertrand

Président de la société des vins Gérard Bertrand



Après une carrière de rugbyman - comme joueur au RC Narbonne puis capitaine du Stade Français -, **Gérard Bertrand** s'est reconverti à 33 ans dans la vigne*. En 30 ans, il est devenu le symbole du nouveau Languedoc viticole : à partir des 60 ha acquis par son père, il s'est construit un empire de 800 ha et de 20 millions de bouteilles vendues dans 160 pays. Gérard Bertrand a pour "dada" la biodynamie et pour particularité d'être le seul acteur d'envergure internationale à tout miser sur sa région.

**Gérard Bertrand a écrit sa biographie, "Le vin à la belle étoile" Editions La Martinière (2015)*

Florence Cathiard

Présidente du Conseil Supérieur de l'Oenotourisme



Ancienne championne de ski, Florence Cathiard s'est lancée en couple dans les affaires (supermarchés Genty et création des magasins Go Sport), puis en solo dans la publicité (agence McCann Europe). Dans les années 90, les Cathiard vendent tout et rachètent, sur un coup de cœur, un fleuron du Bordelais, le Château Smith-Haut Lafitte. À partir de leur 60 ha, ils font briller leur Grand Cru et ont créé avec leurs filles un palace-spa autour de la vinothérapie ainsi que la marque de cosmétiques Caudalie. Pionnière du genre, Florence Cathiard est depuis 2014 Présidente du Conseil Supérieur de l'oénologie.

12³ 567 Chiffres clés

1^{ère}

L'Occitanie est non seulement le plus grand vignoble du monde d'un seul tenant (avec 273 000 ha), mais aussi la championne des vins bio. Avec plus de 23 300 ha bio, soit près de 30% des parcelles de France, la région est loin devant le Bordelais (9 700 ha) et Provence - Alpes - Côte d'Azur (15 000 ha).

29,6%

Les vins d'Occitanie (15,5 millions d'hectolitres) représentent près d'un tiers de la production française (45,6 millions d'hectolitres) en 2016.

10 millions

C'est le nombre d'œnotouristes en France en 2016 (+33% depuis 2009), dont 42% sont étrangers. Le Languedoc et le Roussillon constituent la 5^e région viticole visitée (13,9%) derrière le Bordelais, la Champagne, l'Alsace et la Bourgogne.

1 256€

La dépense globale estimée des œnotouristes s'établit à 5,2 milliards d'euros en 2016, soit environ 1 256€ par séjour dont 240€ liés à l'achat de vin *in situ*.

Sources : Douanes françaises, Atout France

Contenu de la conférence



Accueil de Florence Cathiard et Gérard Bertrand par Marie-France Marchand-Baylet, PDG du Groupe La Dépêche du Midi



Après 27 siècles d'histoire, l'heure d'un nouveau paradigme est venue pour la viticulture du Languedoc : **la qualité n'est plus une option ; il faut viser l'excellence pour percer les marchés internationaux**. L'avenir passe par la "premiumisation", c'est-à-dire la montée en gamme des vins.

Aujourd'hui, 65% des vins de la région sont "basic" et "popular" contre seulement 20% sur le segment haut de gamme. [La pyramide](#) doit s'inverser : d'ici dix ans, la proportion des "premium" et "icône" doit grimper à 45%. L'autre challenge est la communication : passer du savoir-faire au faire-savoir. L'Occitanie joue encore en 3^{ème} division face à des géants comme la Napa Valley, l'Australie et l'Argentine.

L'accent devrait être mis sur l'ADN de la région : **sa biodiversité (70 cépages)**, son patrimoine de châteaux et d'abbayes, son art de vivre - ce que les américains appellent le *lifestyle* -, et sa naturalité (l'Occitanie est la première région de vins bio de France). Si la notoriété de la marque Sud de France est incontestable, son image reste à renforcer en ce sens. Outre l'export, l'une des opportunités de développement est l'œnotourisme (visites de caves, routes des vins, randonnées et fêtes thématiques). Après de timides débuts, ce secteur progresse constamment (+36% de visiteurs depuis 2009). Face à de sérieux concurrents comme la Californie, la Toscane et l'Espagne, l'offre française, qui est l'une des plus belles au monde, est trop morcelée.

C'est pourquoi, en 2009, les ministères du Tourisme et de l'Agriculture ont mis en place le Conseil Supérieur de l'œnotourisme. Après la création du label "Vignobles & Découvertes" (70 destinations de séjour en 2017), **un portail dédié à l'œnotourisme VisitFrenchWine.com** a ouvert en 2016 à destination des touristes étrangers (360 000 visiteurs et 1 million de pages vues). L'Occitanie, qui n'a pas encore su tirer son épingle du jeu, est appelée à simplifier et coordonner son offre. À l'occasion des Rencontres d'Occitanie, un appel à l'union a été lancé : les acteurs présents ont proposé de reprendre leur stratégie de "renouveau et de croissance", présentée en 2007 et qui avait achoppé sur des querelles internes, et de se retrouver pour faire le point dans un an.

Verbatim

- "Il faut savoir se réinventer. Le vin-aliment, c'est terminé. Aujourd'hui le vin intègre la dimension du goût, du plaisir et de l'émotion. **Ce sont les clefs des marchés internationaux.**" Gérard Bertrand
- "La loi Evin n'aurait jamais dû exister. Aujourd'hui, elle doit être amendée pour être plus souple afin que les vins intègrent le patrimoine français. Mais la supprimer serait une erreur car, sans elle, les grands groupes internationaux viendraient communiquer en France et ils nous prendraient 20% de parts de marché." Gérard Bertrand
- "Le bio et la biodynamie sont des axes forts. Ils vont dans le sens de l'histoire parce que, de toute façon, les produits perturbateurs endocriniens vont être un jour interdits. Il faut être précurseur et devancer la demande." Gérard Bertrand
- "N'oublions pas que nous produisons deux fois plus de rosés que la Provence ! Faisons-le savoir et surtout "premiumisons" le rosé. Aujourd'hui on a la chance de pouvoir vendre des rosés plus cher que les vins rouges, des rosés iconiques. **Notre potentiel est exceptionnel car le rosé est symbole d'art de vivre et a une image très positive.**" Gérard Bertrand
- "Beaucoup de visiteurs adhèrent à l'**œnotourisme** car le vin, c'est vivifiant et qu'ils aiment le rapport direct avec les viticulteurs. Ils veulent de l'émotion et de l'interactivité, tout ce qu'on a du mal à leur offrir ailleurs, en ville." Florence Cathiard
- "Vous ne poussez pas encore assez **vos marques fortes, vos icônes**, comme Gérard Bertrand ou Paul Mas. Mao disait que le poisson pourrit toujours par la tête, mais le talent aussi ruisselle par la tête ! Des gens extraordinaires ont joué le jeu de la vigne, il faut les suivre parce qu'ils ouvrent des portes." Florence Cathiard
- "Il faut faire '**m.m.m**', **moins mais mieux**, parce que c'est le sens de l'histoire. Vous ne jouez pas assez sur vos talents. Je pensais que vous aviez trop de coopératives et que cela allait vous plomber. Mais, en fait, vous avez de la chance d'avoir des coopératives qui sortent des grands vins et qui sont dynamiques." Florence Cathiard
- "J'ai vu les images des litres de vin déversés récemment sur le bitume. C'est choquant et ce n'est pas bon pour votre image. Ce n'est pas vous ! On peut exprimer sa colère autrement que par des images négatives qui font le tour du monde. **Battez-vous différemment, avec une promotion plus offensive.**" Florence Cathiard



QUESTIONS / TÉMOIGNAGES

Pour le consommateur étranger, le message doit être simple quand il s'agit de se repérer parmi des milliers de références : Languedoc-Roussillon est difficile à prononcer ; Sud de France est beaucoup plus clair.

Pourquoi est-il si difficile de travailler ensemble ?

Peter Darbyshire, Vice-Président Gérard Bertrand SPH



Gérard Bertrand : "Parce que la région est multiple et diverse... C'est le fruit d'une histoire. Maintenant, tout le monde doit mettre son égo de côté et travailler pour le sens commun. Tout seul, on va plus vite. Ensemble, on va plus loin. La compétition est mondiale - plus de 150 pays produisent du vin -, nous n'aurons, de toute façon, pas d'autres alternatives que de nous fédérer."

Jacques Gravegeal, Président des IGP Pays d'Oc



Les interprofessions disposent de 15 millions d'euros en portefeuille. Nous avons donc suffisamment d'argent pour aller voir les collectivités et leur dire "faisons un pacte". Gérard Bertrand vient de faire la proposition de reprendre la feuille de route que nous n'avons pas réussi à mettre en place en 2007, je dis "banco". Montrons enfin un visage uni.

Les marques et les appellations ne manquent pas dans la région... quelle architecture préconisez-vous ?

Pascal Schmid, Directeur Général Hérault Tourisme



Gérard Bertrand : *"Il faut distinguer le cas de la viticulture et l'œnotourisme car l'objectif n'est pas le même : d'un côté, il s'agit de vendre le vin à l'international, de l'autre d'accueillir des touristes en France. Pour la partie vin, je dis clairement que Sud de France est la bonne marque ombrelle et qu'il ne faut pas rouvrir la boîte de Pandore. Après, il faut travailler à une segmentation du marché et une hiérarchisation en fonction d'une stratégie bien définie."*

Florence Cathiard : *Pour l'œnotourisme, qu'importe la marque, Sud de France, Oc, Occitanie, ou Languedoc, ce qu'il faut c'est l'union derrière. Après, il y a aussi les "marques châteaux". C'était un gros mot il y a 25 ans quand j'en parlais, aujourd'hui l'idée a largement infusé... Dans le monde de la vigne, le temps est parfois lent."*

Elsa Manelphe de Wailly, Directrice du Château Castigno



"Il faut avoir du culot et de l'audace comme le dit Florence Cathiard, quitte à parfois déranger. Nous, nous avons installé un domaine 5 étoiles dans un tout petit village de 150 habitants près de Saint-Chinian. On a essayé pas mal de critiques au début. Mais on essaie d'inventer chaque jour de nouvelles expériences et d'innover. Nos chambres, par exemple, ne disposent ni de télé ni d'internet mais d'objets d'art contemporain."

Géraud Arbeau, Président de l'Interprofession des Vins de Fronton, Directeur des Vignobles Arbeau

"Les frontons sont les vins 'Petit Poucet' d'Occitanie. Nous sommes persuadés que nous avons une place à prendre, mais nous sommes les pieds dans deux barriques entre la marque Sud Ouest France et Sud de France. Il faudrait que le Groupe La Dépêche du Midi organise une rencontre entre les acteurs pour mettre les Gascons et les Cathares d'accord..."



Les changements climatiques vont fortement impacter le vignoble. Il nous faut innover. Comment aborder cette question avec les consommateurs-visiteurs ?

Hervé Hannin, Directeur de l'Institut des Hautes Études de la Vigne et du Vin - IHEV, composante de Montpellier SupAgro



Florence Cathiard : "Nous accueillons 20 000 visiteurs par an au château ; nous nous apercevons vite du niveau de nos interlocuteurs et nous nous adaptons et qualifions nos propos en fonction des demandes."

Gérard Bertrand : "Le bras armé de la région que nous appelons devra répondre à ces problématiques environnementales. Les cépages résistants sont une alternative qu'il va falloir travailler pour les cinquante prochaines années. Il y a un enjeu environnemental, un enjeu pour les vins qui sont désormais rarement en-dessous de 14 degrés et un enjeu pour la santé des consommateurs. De belles choses sont en train d'être expérimentées en la matière."

CONCLUSION DES DÉBATS

Des idées pour agir en Occitanie : les pistes de réflexion de Florence Cathiard et Gérard Bertrand

- ✓ faire d'**InterSud de France** le véritable bras armé des vins d'Occitanie et lui donner une nouvelle méthode de gouvernance
- ✓ que les interprofessions et la Région abondent à hauteur de **25 M€** en communication pour conquérir des marchés internationaux (cibler 5 pays)
- ✓ **renforcer la marque Sud de France** pour lui donner une nouvelle dynamique
- ✓ créer une structure régionale qui propose des **offres packaging** en œnotourisme regroupant les lieux de visites, les hôtels, les restaurants, les domaines, les événements, etc.
- ✓ faire du **bio** un axe majeur de développement de la filière et, dans cette optique, réussir à fédérer les deux salons Vinisud et Millésime Bio
- ✓ construire une **cité du vin bio ou du goût** dans l'une des grandes villes de la région (Montpellier, Nîmes, Béziers, Carcassonne) à l'image de la Cité du Vin à Bordeaux ou du Carré du palais à Avignon.

* Créée en 2006, cette fédération regroupe les 4 interprofessionnels du Languedoc-Roussillon : Pays d'Oc, Vins du Roussillon, Les AOC Languedoc, Les IGP Sud de France.

Revivez la conférence/débat



Retrouvez L'interview de Florence Cathiard



Retrouvez L'interview de Gérard Bertrand



Prochaine Rencontre d'Occitanie
Mercredi 24 mai 2017
Siège de La Dépêche du Midi

Stéphane LAYANI

Président du Marché International de Rungis
PDG de la SEMMARIS

Bernard SALLES

Directeur du Laboratoire TOXALIM
UMR - INRA

« LA SÉCURITÉ ALIMENTAIRE »

Leila Bijaoui-Rouch
Chargée de mission auprès de la Présidence
Les Rencontres d'Occitanie
 @rencontres_oc

Gwenaëlle Guerlavais
Animatrice & rédactrice de contenus
 @Guerlavais

POUR TOUTE INFORMATION :
contact@rencontres-occitanie.fr
Tel : 05 62 11 95 96



LADÉPÊCHE

Midi Libre

L'INDÉPENDANT

EN PARTENARIAT AVEC : 

LE TRAIT D'UNION DE L'INTELLIGENCE ÉCONOMIQUE DE NOTRE RÉGION