

## VINS DE PROVENCE

## Déclinaison en rouge et blanc

Spécialiste du rosé, Estandon Vignerons va chasser sur les terres du rouge et du blanc. Union des coopératives depuis 1973, elle a dévoilé comment elle renforce ses gammes à Vinisud.

En 2017, Estandon Vignerons lance la gamme Cœur d'Estandon avec cinq cuvées sur le circuit CHR et six sur le circuit GD. En 2018, Estandon Vignerons commence à décliner la gamme en rouge et blanc. "La Provence est connue pour son vin rosé, mais on a aussi du rouge et du blanc. Nous avons besoin de faire connaître un peu plus qu'en région Paca notre savoir-faire sur les trois couleurs", lance Philippe Brel, directeur général d'Estandon Vignerons. Si Héritage était déjà déclinée

dans les trois couleurs, Insolence et Légende, le sont pour la première fois dans ces deux nouvelles couleurs. Le directeur explique que ce fut un travail échelonné sur plusieurs années pour enrichir la gamme et obtenir plus de profondeur. Pour Philippe Brel, "ce n'est pas un enjeu de volume mais de marque. C'est la possibilité d'offrir d'autres occasions de consommation." Le rouge et le blanc font partie de la gamme du secteur traditionnel. Estandon Vignerons produit annuellement environ 85 % de vins rosés (20 millions de bouteilles), 11 % de vins rouges et 4 % de vins blancs.

#### Le succès d'Estandon Insolence, IGP Méditerranée

Lancée en 2015, Insolence est désormais vendue à plus de 100 000 cols et "a un bel avenir" devant elle, souligne Philippe Brel. Estandon Insolence rouge a repris les codes de la cuvée rosé, avec une sérigraphie réalisée sur la bouteille. Le rouge passion a été choisi pour inviter le consommateur à la gourmandise. Robe rouge rubis avec un nez de fruit frais, il revendique une température de service basse (8 à 10°). "C'est un rouge d'été. Je me bats contre le frein culturel qui veut qu'un rouge ne puisse pas être servi frais", martèle Philippe Brel. Il est composé de cépages merlot, grenache et syrah. Pour le blanc, "c'est le rôle et l'agni blanc qui ont été choisis. Ce qui lui donne des notes de



La gamme d'Estandon Insolence, IGP Méditerranée, déclinée en rouge et blanc.

pêche et de poire", souligne Catherine Huguenin, maître de chai.

#### Estandon Légende, AOC Côtes de Provence

Il se positionne en haut de gamme, et correspond à la démarche de premiumisation en cours. Le blanc a été élaboré par la cave de Correns, et acheté par Estandon dans le cadre de sa vente aux enchères annuelle. Il a été élevé en barrique bois de 300 litres pendant huit mois. "Un 100 % robe, un grand vin que l'on peut apprécier dès aujourd'hui, et qui évoluera dans les trois à cinq ans sur des arômes de miel et fruits secs",

souligne le maître de chai. Le rouge s'ouvre "sur des notes intenses de fruits mûrs, de réglisse aux accents toastés", souligne Catherine Huguenin. Composé de syrah et de mourvèdre, il a vieilli 18 mois en barrique.

#### Progression vers le bio et les effervescents

"10 % de la production en moyenne est en bio. Nous poursuivons cette démarche et nous aimerions passer à 15 % dans les trois années à venir", précise le directeur général d'Estandon Vignerons. Ce dernier poursuit son investissement dans le développement du-

## CHIFFRES CLÉS

- ▶ 7<sup>e</sup> entreprise vitivinicole de Provence
- ▶ 10 % de la production totale des vins de Provence
- ▶ 120 salariés
- ▶ 300 viticulteurs de 8 caves coopératives et 8 caves particulières
- ▶ 2 000 hectares de vignes
- ▶ 20 millions de bouteilles par an
- ▶ Présent dans 40 pays
- ▶ 85 % de rosé, 85 % vendu en GMS, 30 % en CHR et 20 % à l'export.



Philippe Brel, directeur général d'Estandon Vignerons, au salon Vinisud de Montpellier, pour le lancement de son rouge et blanc.

table, en choisissant depuis 2015 le liège de Provence pour les bouchons de ses bouteilles. Une démarche qui permet de soutenir la mise en place d'une filière de valorisation du liège du Var. En 2016, 1 500 000 bouteilles Estandon ont été bouchées avec des bouchons 100 % liège du Var. Depuis 2007, Estandon produit un effervescent "Fines Bulles", relancé grâce à l'export en Asie principalement. La production est de 15 000 cols. "La Provence a un gros potentiel sur les bulles, c'est une source de valeur ajoutée supplémentaire", selon Philippe Brel. ■

LAURENCE DURAND

## PROSPECTIVE

## Avancer collectivement pour développer le leadership des rosés de Provence

Fédérer les énergies pour travailler à l'avenir du rosé de Provence à l'horizon 2030 : voilà l'objet de la journée d'échanges et de réflexion, organisée à la maison de l'innovation et du numérique de Toulon, le 23 février.

Animée par la Kedge Business School de Toulon, la rencontre portée par le CIVP, le Cluster Provence Rosé ainsi que les Chambres d'agriculture et du commerce et de l'industrie du Var, a rassemblé une quarantaine de participants représentant la filière viti-vinicole et le territoire : producteurs, négociants, techniciens, œnologues, fournisseurs et prestataires, collectivités, représentants de l'enseignement et organisations professionnelles (Centre du Rosé, Fédérations des vigneron indépendants et des vigneron coopérateurs du Var). Tous étaient invités à participer activement à la réflexion pour que le rosé de Provence reste leader sur un marché de plus en plus concurrentiel. Objectif : identifier les enjeux et faire émerger des projets comme autant de leviers de réussite en se positionnant résolument sur une production haut de gamme.

#### Formation et innovation : deux axes essentiels de développement

Cette journée prospective s'est articulée autour de différentes thématiques, à commencer par celle de la formation. Les professionnels expri-

mant des difficultés constantes à recruter. "Nous rencontrons tous des difficultés à ce niveau là, qu'il s'agisse de trouver un ouvrier viticole qualifié, un chef de chaîne d'embouteillage ou un commercial", relève Jean-Jacques Bréban, patron des Vins Bréban. "Historiquement, d'autres vignobles se sont positionnés sur la question. Ici, c'est récent. Malgré la notoriété et l'attractivité de notre région, il est difficile d'attirer les compétences. Et nous avons besoin de connaissances de plus en plus pointues", complète Brice Eymard, directeur du CIVP. Si des formations existent, la profession souligne sur le territoire une réelle carence en la matière. L'idée est donc de développer localement des formations spécifiques, et de valoriser les différents métiers du vin, de la production à l'œnotourisme, en passant par la maintenance des outils de production, le marketing, la communication, la commercialisation... Pour les entreprises, il apparaît important de créer des spécialisations viti-vinicoles. L'idée d'un campus, proposant différents niveaux et cursus de formations, permettrait pour la filière de compléter et d'encadrer l'offre pour répondre aux besoins des professionnels.

Autre sujet essentiel : l'innovation. Un vaste champ d'action qui, en lien avec l'aspect technique, englobe de nombreux enjeux dont le changement climatique, la variabilité des volumes, la question environnementale ou encore la santé du vignoble, dans l'optique d'accompagner les professionnels et de répondre aux attentes de la société. A ce chapitre, la conservation des rosés est également un axe de travail important, à la fois en matière d'image et de commercialisation. Dans le département, la profession peut s'appuyer sur l'expertise du Centre du Rosé, acteur majeur de la filière en recherche et développement.

#### Une démarche collective vers un pôle d'excellence

Pour porter ces projets, la dimension collective apparaît essentielle. "Nous avons des atouts, à nous de les valoriser", juge Brice Eymard. "Ce qui est intéressant, c'est que dans une période relativement faste, les acteurs de notre filière sont capables de se remettre en question. Nos vins se vendent bien c'est vrai, mais il y a une véritable volonté d'œuvrer collectivement pour maintenir le leadership", apprécie Jean-Jacques Bré-



Une quarantaine de personnes a participé à la journée prospective sur la thématique "Rosé de Provence 2030 : innover et réussir collectivement pour maintenir le leadership".

ban. "Nous sommes tous des chefs d'entreprises, des responsables professionnels très pris par nos activités respectives. Nous avons donc besoin d'une structure qui nous permette d'avancer ensemble", poursuit-il. C'est dans cet esprit que les acteurs de la filière souhaitent notamment développer un pôle de compétitivité et d'innovation qui rassemblerait et coordonnerait production, commerce,

recherche, enseignement, tourisme... Pour Eric Paolini, président du Cluster Rosé, "le dessein collectif est très valorisant". Et dans cette perspective, "le démarrage du Centre du Rosé représente une opportunité pour créer un véritable pôle de compétence et de compétitivité autour d'une structure fédératrice". ■

G. LANTES