

# De la réflexion à l'action

**D**epuis la création officielle du Cluster Provence Rosé, association d'entreprises fournisseuses de la filière viticole présidée par Laurence Berlemont, c'est l'ambour battant que ses vingt-sept adhérents travaillent. Avec pour objectif d'assurer la promotion et l'animation du réseau ainsi constituée, de mettre en avant des actions au profit des entreprises qui le constituent et de la filière vin en général, mais également de participer à la valorisation et au développement économique du territoire du Comté de Provence - dans un premier temps - ainsi qu'au développement de l'innovation, des actions ont été listées pour cette fin d'année. La première a été un atelier de dégustation de vins rosés le 29 octobre dernier pour initier les adhérents aux subtilités de ce vin. La seconde a été programmée ce 12 décembre avec une journée d'intelligence collective pour définir les actions pour 2015. Largement ouvert, ce séminaire fondé sur l'échange a réuni plus d'une cinquantaine de participants d'univers aussi différents que la banque, l'architecture, l'oéologie, la comptabilité, la recherche, l'emploi, le négoce ou encore des fournisseurs de matériels, de services et de produits.

## Construire ensemble

Le concept est simple et original. Les participants s'installent en cercle, se présentent et lancent des idées autour du thème choisi, en l'occurrence, Quels projets construire ensemble pour développer le leadership des rosés de Provence. Avec l'aide de deux intervenants d'un cabinet de consultants et guidés par la spontanéité, ils proposent des idées qui feront ensuite l'objet d'un atelier. Dans ces petits groupes, chacun pourra être soit acteur en participant aux échanges, soit auditeur en écoutant mais avec aussi la possibilité d'apporter son argumentation, soit simplement écouter avant de passer à un autre sur une thématique différente... Seize sujets ont ainsi été pointés autour du leadership des rosés de Provence au sens le plus large et le plus diversifié qui soit. Comment concevoir un bâtiment performant dans le paysage des rosés de Provence ; Améliorer et réguler le rendement des vignes ; La promotion de la filière auprès des publics jeunes ; Exploiter les atouts des terroirs de Provence pour développer et valoriser la culture biologique-écologique, sans en faire une contrainte technique, administrative... ; Réguler les cours pour éviter de se couper du marché ; Comment

faire pour que la région supporte le rosé comme un produit dont on est fier ; Réduction de SO2 ; Développer les rosés de "garde" ; Les phytalates ; Retour de la consigne des bouteilles en verre ; Anticiper le changement climatique ; Quelles sont les formations et les compétences dont ont besoin les entreprises pour se développer ; Comment développer le rosé à l'international ; Aider les entreprises intervenant dans la filière dans leurs démarches qualité et environnementales ; Conservation des vins rosés ; Quelles pistes opérationnelles ; Recherche d'un visuel commun présentant le territoire Provence... des sujets divers qui, pour les entreprises qui gravitent autour de la production, méritent d'être travaillés puis partagés sur la base de comptes-rendus restitués à l'ensemble des participants. Avec une telle foison d'idées et suggestions, mais aussi de pistes de travail, cinq grands plans d'actions ont été définis, souvent en raison de l'unanimité ou de la priorité qu'il convenait de leur accorder. Pour 2015, le Cluster va donc déployer son énergie sur la conservation des rosés et la réduction du SO2 ; l'amélioration et la régulation des rendements des vignes pour le rosé et l'anticipation du changement climatique ; une plateforme relations humaines et formation ; la promotion de la filière auprès des jeunes publics ; comment faire pour que la région supporte son rosé comme un produit dont elle serait fière.

## Exemples, idées et solutions

Le Cluster, en travaillant sur ces thématiques, n'a pas l'ambition de se substituer aux organismes qui travaillent déjà sur la question, mais d'apporter une vision élargie aux acteurs "périphériques" de la production. Pour chaque proposition, forces et faiblesses ont été dégagées et listées avec, si possible, l'ébauche d'un projet d'actions qu'il conviendra d'approfondir dès l'année prochaine. Par exemple, pour la conservation des rosés et la réduction du SO2, une collaboration élargie avec les fournisseurs de matériels et de produits, les œnologues conseils, le Centre du Rosé et d'autres intervenants comme des représentants de la production, pourraient construire un référentiel d'évaluation pour chaque étape, de la vigne au verre. Pas question que ce système soit perçu comme une contrainte supplémentaire pour le vigneron mais, au contraire, comme un outil pour améliorer ses performances, sachant



que le coût de mise en place peut être un autre frein qu'il convient de résoudre. Deuxième piste de travail, l'amélioration et la régulation du rendement des vignes, avec la question du changement climatique : là aussi, avec l'appui des techniciens des organisations consulaires et professionnelles, FranceAgrimer, l'ADEME, Météo France ou d'autres spécialistes du climat, un projet précis pourrait être défini en fonction des enjeux économiques, phénologiques et climatiques et des attentes ciblées qui permettraient de cerner et d'anticiper les changements climatiques ou d'extrapoler l'évolution des rendements. La problématique des ressources humaines et, surtout, de la formation, a fait ressortir le besoin omniprésent des entreprises, de modules de formations spéci-

figues et adaptés à la particularité de la sphère viticole. Un recensement pour connaître les besoins serait une première étape ainsi que la promotion de ces métiers auprès des jeunes, au sein même des établissements scolaires. La promotion de la filière auprès des jeunes publics pourrait passer par des fiches métiers, l'organisation d'événementiels pour créer l'envie chez les jeunes de s'orienter vers la palette des métiers de l'armont et de l'aval.

Quant à la question quasi philosophique Comment faire pour que la région supporte son rosé comme un produit dont elle serait fière, elle passe par une réflexion élargie à l'interprofession des vins de Provence, notamment, pour apporter un éclairage social, économique et même culturel sur ce rosé de Provence, sans tomber dans les dérives techniques ni les clichés. Pour chaque projet, un calendrier a été établi. A suivre...

Pascalie Porte

**Contact Cluster Provence Rosé :**  
**Laurence Berlemont - Présidente**  
 06 74 78 68 95  
 Courriel : l.berlemont@cabagronomie.fr

## Plantations

### LE PLAN COLLECTIF DE RESTRUCTURATION PROVENCE EN QUELQUES CHIFFRES

Le Syndicat des Côtes de Provence est en charge de la gestion du plan collectif de restructuration Provence depuis 2012. Il s'occupe des appellations Côtes de Provence, Coteaux Varois en Provence, Bandol, Baux de Provence, Cassis ainsi que des IGP Var et IGP Alpes-Maritimes. Ce service est également ouvert à tous les vignerons pour la restructuration individuelle. Le plan collectif porte sur 2.156 ha de plantation sur trois ans répartis de la façon suivante : 430 ha entre 2012 et 2013, 906 ha entre 2013 et 2014, 820 ha entre 2014 et 2015. Pour l'appellation Côtes de Provence, 845 ha ont été plantés en deux ans. Quatre cépages monopolisent 93 % de cette AOP : 28 % sont du Cinsaut (234 ha), 40 % du Grenache (336 ha), 11 % de la Syrah (88 ha), 15 % du Rolle (125 ha).

### L'actualité du plan collectif

Il est rappelé qu'il est encore possible de déclarer avant le 31 décembre 2014 les arrachages à réaliser avant le 31 juillet 2015 et/ou les plantations 2014 que les vignerons auraient oublié de déclarer avant le 31 juillet (minoration de l'aide de 50 %) Important : les viticulteurs inscrits en plan collectif de restructuration, PCR Provence, ayant prévu des plantations en 2015, doivent s'assurer rapidement auprès de leur pépiniériste de la disponibilité des plants (pénurie). Ils doivent se faire enregistrer nominativement auprès du service restructuration en cas de problème d'approvisionnement. Contact Florence Langlet, mail : f.langlet@odg-cotesdeprovence.com.

