

mateurs de proximité



TENDANCES /

Le marché de proximité : de 15 à 40 % des ventes

En Rhône-Alpes, région marquée par de nombreuses régions viticoles, la commercialisation du vin sur les marchés de proximité représente en moyenne 20 % des ventes. Cela englobe ainsi les ventes directes sur le domaine, les ventes en direct à la restauration et les ventes via des cavistes locaux. Environ 25 % de la commercialisation des bouteilles de Beaujolais a lieu sur son marché de proximité, qui commence d'abord par Lyon et ses bouchons. Pour l'appellation de Grignan-les-Adhémar dans la vallée du Rhône, 25 % des volumes sont commercialisés sur le marché local. On le voit, la conquête des marchés de proximité est un enjeu considérable pour de nombreux vignobles. La région Centre-Est (Rhône-Alpes, Bourgogne, Franche-Comté) représente le premier marché pour les vins de la Vallée du Rhône, devant Paris et le Sud-Est. Le ticket moyen consacré aux vins du Rhône est de 6,5 euros. Tout en maintenant ses parts de marché dans ce type de restauration, la Vallée du Rhône doit développer son offre auprès des bars à vin, restaurants à thème.

Parallèlement, les habitudes de consommation du vin sont en train de changer. Selon l'enquête réalisée par CHD expert, spécialiste de l'analyse des marchés de la restauration hors domicile, le vin représentait 18 % du chiffre d'affaires des restaurants en juin 2009. Dans la restauration par exemple, même si le contenant le plus acheté par les établissements reste de loin la bouteille de 75 cl, les autres bouteilles sont achetées par 49 % des établissements et le bag in box est acheté par 34 % des établissements. Dans plus de 44 % des établissements, les ventes des bouteilles entre 2008 et 2009 ont baissé. Pendant la même période, les contenants plus économiques (verre, pichet et bouteille de 37,5 cl) ont augmenté d'environ 40 %. En brasserie, la formule du vin au verre est désormais proposée par 90 % des établissements du secteur, soit une progression de 14 % par rapport à 2008. ■

Camille Peyrache

CONSOMMATION DE VINS / Sébastien Brunet tient le restaurant « Ponts et Passerelles », à Lyon, près de la place Bellecour. Pour lui, le beaujolais a perdu sa place privilégiée sur les tables lyonnaises au profit des Côtes-du-Rhône qui jouissent d'une meilleure image.

« Nous pratiquons de plus en plus la vente au verre »

Lyon, est-ce encore le jardin du beaujolais ?

« Non, le Beaujolais subit un fort ostracisme chez les consommateurs. La communication autour du beaujolais nouveau a desservi l'image du vignoble ; l'orientation actuelle vers les crus me semble plus intelligente. Le « nouveau », c'était une erreur stratégique, qui a fait beaucoup réfléchir. A mon avis, les viticulteurs doivent se poser la question entre intensifier leur production quitte à se soumettre au bon vouloir des marchés ou se détourner de la question des volumes pour se concentrer sur la commercialisation. Aujourd'hui, il me semble que les choses changent. Je me sers chez des petits producteurs, comme Lacondemine à Brouilly, ce sont des gens dont je connais l'évolution de la famille, de la production. Le Beaujolais devrait reprendre des parts de marché à l'avenir, les producteurs multiplient les gestes de bonne volonté. Ils livrent leurs clients, une pratique inconcevable en Bourgogne ou en Savoie, où le client fait un effort pour s'approvisionner. »

Quelles sont les régions de production et appellations préférées ?

« Les Côtes-du-Rhône constituent la première demande de vin de mes clients. Les appellations Saint-Joseph et Crozes-Hermitage constituent des valeurs sûres. Ce sont mes deux principales sources de marge. Leur succès s'explique autant par les pratiques culturelles que par les campagnes de promotion. Je présente un Côte-Rôtie en tête de liste

sur ma carte des vins, un produit à 50 euros. Si je n'ai pas encore vendu une seule bouteille, ce cru accélère la vente des autres vins moins chers. C'est un positionnement stratégique, un choix cohérent par rapport à mon menu le plus cher qui est à 33 euros. Ces 50 euros représentent la moitié du prix d'un repas pour trois personnes, c'est le fonctionnement en place dans les restaurants. Ma carte des vins s'ouvre aussi aux vins du Bugey. Leur dégustation m'offre des souvenirs de cette région d'où je suis originaire. Je les retiens aussi parce que leur qualité a beaucoup évolué, récemment. Je propose aussi des vins du Jura : gras, puissants et lourds, ils se marient bien avec la cuisine d'hiver. »

Les quantités de vin consommées ont-elles évolué ?

« Il existe toujours des clients qui commandent une bouteille entière. Mais nous recevons aussi des demandes pour des demi-bouteilles, que nous ne satisfaisons pas, pour ne pas éventer le produit. En revanche, nous pratiquons la vente au verre. Nous disposons de trois blancs et de quatre rouges ouverts en permanence. C'est le système qui nous permet de vendre du vin, en particulier à midi, sachant que la quantité courante, c'est un verre par personne. Les Lyonnais « de souche » continuent de commander des pots mais sans le Beaujolais que le pot contient traditionnellement, plutôt un Côtes-du-Rhône, souvent un Crozes-Hermitage. » ■

Propos recueillis par Frédéric Renaud



Sébastien Brunet, restaurateur, propose sept vins au verre.