

dans la presse

Le Parisien

L'ouverture du carré du Palais reportée

Le chantier du carré du Palais, à Avignon, connaît de nouveaux rebondissements. Prévu pour être la vitrine des vins de la vallée du Rhône, l'édifice voit son ouverture repoussée, au mieux dans le courant de l'été. En effet, l'architecte en charge des travaux vient d'être mis en examen pour escroquerie. L'interprofession rhodanienne ne compte pas en rester là et réclame déjà « des saisies pour garantir l'indemnisation du préjudice », selon son avocat.

Le Parisien, 1^{er} avril 2017

Hérault

Un logo pour les vins français

Un visuel tricolore pour identifier facilement les vins « 100 % français » dans les rayons de grande distribution. Telle est la proposition émise par les vignerons indépendants de l'Hérault. « Nous n'avons pas encore défini clairement le cahier des charges mais nous allons le faire dans les semaines à venir », précise le directeur de la fédération régionale, Luc Cauquil.

L'origine des vins, seul pré-requis

Une chose est sûre cependant, les critères d'adhésion porteront uniquement sur l'origine des vins. L'objectif étant de



UNE FOIS LE CAHIER DES CHARGES ÉTABLI, ce logo pourrait être utilisé par l'ensemble des opérateurs français.

proposer ce nouveau visuel à l'ensemble des opérateurs français, toutes catégories de vin confondues. Pour les bouteilles mais aussi, et surtout, pour les BIB. « Aujourd'hui, nous faisons appel à la filière,

et pourquoi pas au ministre de l'Agriculture, afin qu'ils s'emparent du sujet, lance-t-il. Nous savons que les décisions prennent du temps mais nous espérons qu'en avançant un projet sur la table, les débats puissent aller plus vite. » En attendant, la proposition sera discutée dans le courant du mois avec la fédération des vignerons indépendants de France. « Mais c'est une solution facile à mettre à œuvre, souligne Luc Cauquil. Et surtout, pacifique. » Et le directeur de préciser qu'une cave s'est déjà dite intéressée à la suite de l'assemblée générale.

MATHILDE LECLERCQ

stratégie d'entreprise

Les vignobles Caritas misent sur le vin avec un supplément d'âme

Avec la création de leur marque collective

« Caritas », les vignerons Lux Montis et les moines de l'abbaye du Barroux, dans le Vaucluse, entrent dans une nouvelle dimension. À l'origine de la démarche, se trouvent deux volontés fortes de faire bouger les lignes. Avec d'un côté, la cave des vignerons de Beaumont-du-Ventoux, héritière d'une dynamique qualitative engagée il y a dix ans (basée sur la reconquête des terrasses et les plantations en haute densité), mais qui bute sur l'aspect commercial. Et de l'autre côté, les moines paysans de l'abbaye du Barroux, qui disposent d'une image monastique à fort potentiel de vente, et qui souhaitent aider les viticulteurs à mieux rentabiliser leurs vins. Pour mener à bien ce projet, les deux entités se sont entourées d'experts. Ils ont notamment fait appel

à l'œnologue rhodanien Philippe Cambie et à l'agence de communication Orkidées. « Le but n'est pas de duper le consommateur en plaquant simplement l'image de l'abbaye, afin de mieux vendre, expliquent les porteurs du projet. Il y a une réelle démarche de retour aux valeurs profondes de la paysannerie. » Un engagement non seulement pour la cave, mais aussi pour l'environnement et pour assurer aux vignerons une rémunération décente et un avenir digne.

Rayonner en France et à l'international

« Si je n'ai pas la charité, je ne suis rien » arbore d'ailleurs le bouchon, qui se veut comme un témoin pour réveiller les consciences. De plus, une partie des recettes est reversée à des œuvres caritatives. « C'est un vin qui a du sens, tout simplement,

estime Sébastien Carme, coopérateur. Les personnes athées s'y retrouvent tout autant que les catholiques. » Une démarche ouverte, qui se veut également unifiante, au-delà des clivages naissants entre domaine, coopérative, bio, nature, conventionnels... En pratique, les vins de la cave de Beaumont et du monastère sont assemblés et déclinés en trois couleurs sur trois gammes : Vox Montis (9 € TTC), Pax Montis (13 € TTC) et Lux Montis (16 à 18 € TTC). Et force est de constater que moines et vignerons ont vu juste : trois agents exportateurs sont déjà venus à leur rencontre, et ils devraient travailler avec un quatrième bientôt. « Nous allons commencer par cibler les marchés matures, comme les États-Unis et le Benelux, puis les pays émergents comme la Chine ou ceux du continent africain », informe Sébastien Carme.



MOINES DU BARROUX & VIGNERONS LUX MONTIS

LE VIN N'EST PAS LE SEUL DÉNOMINATEUR COMMUN ENTRE MOINES ET VIGNERONS.

Le respect, la vérité et l'ambition de faire vivre le « génie français » les rassemblent.

Les vignobles Caritas espèrent écouler 100 000 bouteilles par an d'ici 2019, et à moyen terme, progresser jusqu'à 400 000 cols. « L'idée, à terme, est de commercialiser ainsi la totalité des volumes, soit 1 à 1,5 million de bouteilles, afin de tirer vers le haut les 90 vignerons de Beaumont », conclut le Père responsable du projet.

XAVIER DELBECQUE