

Se positionner sur les labels environnementaux

Denis Guthmuller livre son analyse de la situation économique des Côtes du Rhône et fixe un cap pour l'avenir.



Denis Guthmuller, quelle est votre analyse de la situation actuelle des Côtes du Rhône ?

La situation est bonne, et c'est plutôt une heureuse nouvelle dans le contexte défavorable de la crise sanitaire : des débouchés qui se sont fermés en France et à l'export avec les Taxes Trump et les perturbations liées au Brexit... Tout cela laissait augurer une campagne peu dynamique. Mais nous sommes en progression sur nos sorties de chais par rapport à 2020. Sur nos transactions vrac également, l'évolution est très positive.

Pourtant, la lenteur des contractualisations a généré des inquiétudes et entraîné une dégradation des prix sur nos marchés vrac. C'est regrettable, d'autant plus qu'il s'est contractualisé plus de volumes que l'an dernier. Ce n'était donc pas justifié. Et ce n'est pas lié à nos vins, qui plaisent, pour lesquels la demande est bien là. Le bilan est donc plutôt positif, après un an complet de perturbations liées au Covid.

Comment voyez-vous le déroulement de la campagne 2021-2022 ?

Pour cette nouvelle campagne, les sorties de chais devraient encore progresser, car tous les circuits de commercialisation et distribution fonctionnent, et la consommation reprend, avec l'amélioration de

la situation sanitaire, les restaurants ouverts... Si la situation repart à la normale, nous devrions exploser les compteurs ! Le contexte aujourd'hui est très encourageant et tous les indicateurs sont au vert. Même si nous ne sommes pas complètement sortis de la crise sanitaire, nous voyons le

Nos marchés évoluent, les consommateurs historiques vieillissent et les nouveaux consommateurs fonctionnent différemment

Danemark annuler toutes les restrictions, la Suède aussi. La récolte 2021 sera extrêmement réduite, nous le mesurerons à la fin des vendanges. Mais nos stocks vont nous permettre de faire la jonction

avec le prochain millésime. Ainsi, nous ne devrions pas avoir de perturbations sur les circuits commerciaux par manque de vin.

Quelle est votre vision du marché à plus long terme ?

Nos marchés évoluent, car les consommateurs historiques vieillissent et consomment moins. Or, les nouveaux consommateurs ne compensent pas : ils ont un fonctionnement différent. À nous de les amener vers nos produits. Notamment, grâce à la diversification de notre production vers davantage de vins blancs et rosés. En effet, la consommation de vin rouge régresse, sur une tendance de fond, au profit de ces derniers. Là, les travaux de

l'Institut Rhodanien sont les bienvenus, pour définir les profils des vins blancs et rosés de la Vallée du Rhône, les plus adaptés aux marchés. Quant au vin rouge, il s'en consommera toujours, son avenir est certain. Et nos cépages rhodaniens sont tout à fait adaptés aux nouveaux consommateurs : la rondeur de nos vins ne heurte pas leur palais habitué aux sodas. Surtout si nous prenons l'habitude de servir nos rouges à des températures plus fraîches. Et comme nos consommateurs historiques transmettent leur amour de nos vins, le Côtes-du-Rhône traditionnel garde encore toute sa place.

Par ailleurs, assez rapidement, une grosse partie du marché devrait se détourner des vins sans label environnemental, et laisser le Côtes-du-Rhône conventionnel sans aucun label potentiellement en difficulté. Déjà, la grande distribution s'oriente massivement sur ce créneau. Chacun doit donc se positionner sur sa capacité à intégrer une démarche environnementale. À nous d'évoluer, pour rassurer le consommateur et faciliter son acte d'achat.

Enfin, observons le millésime 2021 : il a été exceptionnel à plus d'un titre. Jusqu'au 8 avril nous demandions une distillation de crise, puis quelques jours plus tard, une catastrophe climatique a détérioré notre potentiel de production. De nouveaux outils de régulation sont à réfléchir pour assurer notre résilience et alimenter le marché de façon pérenne. 