



Actualité

Entre-deux-Mers: l'identité du terroir au centre de la stratégie de l'appellation

L'arrivée prochaine de l'Entre-deux-Mers rouge impose une réflexion globale pour l'appellation: qu'est-ce qui fait la particularité de l'Entre-deux-Mers dans son terroir, et donc dans ses vins? C'est en identifiant sur la différenciation sur les rouges qu'il est apparu que les vins blancs avaient besoin de gagner en identité, pour leur permettre de gagner en valeur.



▶ David Labat affiche ses ambitions pour l'Entre-deux-Mers.

Dans un paysage viticole peu enjoué, l'appellation Entre-deux-Mers arbore un visage confiant sur son avenir, avec cependant la conscience que rien n'est gagné. « Pour l'AOC Entre-deux-Mers, 2022 a été une riche année. Les dégustateurs nationaux et internationaux avouent avoir été agréablement surpris. » Pour le président David Labat, l'appellation répond à la logique des consommateurs « Boire moins, mais mieux ».

« Notre AOC est en le parfait exemple! Des vins de grande qualité dans la cible prix des consommateurs qui en font aujourd'hui les meilleurs rapports qualité prix sur le marché. » Pour David Labat, l'équilibre est donc un bon prix « pour sécuriser l'acte d'achat des consommateurs. Une valeur qui permette à nos distributeurs une performance économique. Une valeur qui doit permettre au vigneron d'investir et d'évoluer. Une valeur qui doit aussi permettre la transmission des entreprises. »

L'Entre-deux-Mers représente aujourd'hui moins de 1600 hectares en blanc, mais l'appellation espère bien croître avec la future appellation Entre-deux-Mers rouge.

Avec ce projet de déclinaison en rouge, l'Entre-deux-Mers se donne un cahier des

charges visant à identifier la production de l'appellation, et la volonté d'être repéré « comme un grand vin rouge de Bordeaux », clame David Labat.

De façon à bien positionner l'identité de ce futur vin, le syndicat a demandé un audit. Agnès Bœuf et Jean-Marc Demange, du cabinet AOC Conseil ont questionné nombre d'acteurs de la production, du négoce et également de la distribution, au contact avec les consommateurs.

« Rehausser le blanc pour accueillir le rouge »

« L'atout des petites AOC, explique Agnès Bœuf, est d'être recherchées par les distributeurs. L'intérêt pour le client est d'avoir de l'humain à raconter, un territoire, et dans le cas présent un collectif qui revendique un effet de groupe. » Cependant, si le territoire et l'appellation portent de nombreuses qualités, les deux porteurs de l'étude mettent le doigt sur un point soulevé par le secteur de la consommation: « Quelles sont l'identité et la typicité de l'Entre-deux-Mers blanc? Il semble que la description du profil produit entre un Entre-deux-Mers et un Bordeaux blanc soit confuse. »

Elle ajoute: « Poser la question de la nouvelle identité de l'Entre-deux-Mers rouge oblige à mieux définir celle de l'Entre-deux-Mers blanc. » Et les deux prescripteurs d'envisager une évolution du cahier des charges pour bien identifier les itinéraires techniques au chai: « Cela peut être une obligation d'un minimum de 20 % d'un cépage dans l'assemblage. Cela peut être une obligation d'élevage sur lie sur un temps donné. Un protocole de validation par la dégustation. Tout l'enjeu est de rehausser le blanc pour mieux accueillir le rouge. »

Et l'enjeu de cette identification des typicités de production vise à une volonté: favoriser de la création de valeur, et donc de marge tant pour le producteur que le distributeur.

C'est dans cet état d'esprit que l'affectation parcellaire pour les blancs, à ce jour non-obligatoire, le sera à terme de façon à être dans la même logique que les rouges. Un travail au long cours, qui se traduit par une démarche d'amélioration continue. Le marché des blancs est l'un des rares à gagner en croissance, mais il impose donc un standard la qualité pour maintenir ou conquérir des parts de marché.