



# connexion

VINS DE BERGERAC-DURAS

**Journée Filière des Vins de Bergerac et Duras :  
Réinventer le vin, les nouveaux codes du  
consommateur**

**La dématérialisation des ingrédients et calories  
sur les bouteilles de vin : Top départ !**

## Journée Filière des Vins de Bergerac et Duras

# Réinventer le vin, les nouveaux codes du consommateur

Le 22 janvier dernier s'est tenue au CTIFL de Prigonrieux, une nouvelle édition de la journée filière des vins de Bergerac-DURAS. Une journée très attendue par l'ensemble des acteurs et professionnels de notre vignoble, articulée autour d'une grande dégustation du millésime 2023, organisée par la FVBD et les œnologues de notre région ainsi qu'avec deux tables rondes en présence d'invités et d'experts sur le thème: « Réinventer le vin : les nouveaux codes du consommateur ».



### Le millésime 2023 dévoilé...

Le vignoble de Bergerac-Duras ainsi que les zones viticoles du grand Sud-Ouest ont connu l'été dernier une vague de Mildiou sans précédent. La succession d'épisodes pluvio-orageux combinée à des températures élevées de mai à juin a favorisé le développement de ce champignon parasite causant ainsi d'importants dégâts pour la récolte 2023. Les températures chaudes, de type tropical, du mois de septembre ont été également un fait marquant ayant entraîné des prises de décision capitales au niveau du chai et de la vinification. Retour sur la dégustation de ce nouveau millésime, qualifié de compliqué, d'exigeant et atypique avec Caroline Chauveton, Œnologue conseil auprès d'Œnocentres Bergerac-Duras.

Selon l'œnologue conseil : « Pour ce mil-

lésime 2023, deux phénomènes principaux sont à retenir qui ont eu un impact direct sur les vinifications finales, mais aussi sur la date des vendanges, le choix parcellaire, les assemblages et les élevages: d'une part la pression du mildiou ayant entraîné des pertes de récolte, surtout sur les merlots, et d'autre part les conditions climatiques exceptionnellement chaudes du mois de septembre et de l'année dans sa globalité. Deux éléments extérieurs qui ont induit des décisions essentielles au niveau du chai avec la mise en place d'outils orientés pour pallier le manque de volume en rouge et agir face aux effets d'une situation caniculaire extrême. Le mois de septembre 2023 a été le mois le plus chaud jamais enregistré depuis 50 ans qu'existent les mesures météorologiques. Ce millésime est le troisième le plus chaud avec 2003 et 2022. »

Concernant les blancs secs du vi-

gnoble, Carline Chauveton semble faire preuve d'un certain optimisme, en effet selon elle : « En blanc, il y avait les volumes avec des vendanges très précoces, fin août, début septembre. Les différentes parcelles ont bénéficié de l'humidité du printemps. On se retrouve donc avec des vins qui ont été ramassés sur des laps de temps très courts et vinifiés par des températures très chaudes. On a obtenu cependant des vins plus charnus avec beaucoup de bouche et des acidités équilibrées. Nous nous sommes efforcés à travailler la matière et la souplesse avec le bâtonnage afin d'essayer d'enrober ce côté chaleureux. Un millésime 2023 pour les blancs secs sous le signe du fruit mûr. »

Les rosés ont eux aussi connu une certaine précocité, puisque ramassés en même temps voire avant les blancs secs.

« Des vins qui sont issus soit de Merlot attaqué par le mildiou, en récupérant les jus et en évitant la macération ou soit avec des Cabernet Franc et des Malbec. Toute la difficulté a été de faire des pressurages très doux et avoir une extraction la plus rapide possible. Ces deux derniers cépages ont apporté un peu plus de fraîcheur. On a donc pour 2023, des vins rosés assez aromatiques, fruités, mais plus racés, plus charnus avec des notes épicées. Nous avons mené également un travail minutieux au niveau de la colorimétrie pour rester dans la tendance claire. » précise Caroline Chauveton.

Les rouges millésime 2023 demeureront dans l'esprit collectif tel le challenge de l'année. En effet pour l'œnologue conseil d'Enocentre : « Il a fallu jouer en premier lieu sur les choix parcelaires. Il y a donc eu un remaniement dans la sélection des parcelles. Les Cabernets Francs nous ont offert de belles expressions, très parfumées avec des perspectives très intéressantes. Les Cabernets Sauvignons ont été dans l'ensemble assez qualitatifs. Les malbecs ont fait forte impression parce qu'ils ont résisté aux maladies, à la sécheresse, et ont constitué des bases d'assemblage de vin très qualitatives, sur le côté parfumé,



► Caroline Chauveton - Œnologue conseil Enocentres Bergerac-Duras



► Dégustation du Millésime 2023

très aromatiques et une concentration en bouche tout à fait raisonnable. Une fois ce choix parcelaire effectué, il a été nécessaire du fait que ces raisins étaient très concentrés, de faire des extractions les plus douces possibles en revoyant les rythmes de remontage, le rythme du travail des cuves pour extraire le parfum, la couleur et favoriser les fermentations mais de la façon la plus délicate. Un travail également de pressurage plus doux pour se limiter aux tanins les plus qualitatifs. La question s'est également posée concernant l'élevage en barrique face à des vins rouges concentrés et riches. On a donc travaillé également sur les boisages alternatifs afin de redonner un peu de fraîcheur et de fruit par le travail du bois. Dans l'ensemble, cela donne des vins assez charnus pas trop tanniques, sur le fruit, fruits noirs, fruit mûr. Des vins salivants, avec quelque part des acidités assez marquées mais contrôlées. »

Les vins blancs moelleux ont clairement bénéficié durant cette campagne de ce climat ensoleillé, ils ont été ramassés quasiment en même temps que les blancs secs et les rosés : « Des vins qui seront gorgés de soleil, très fruités, sur des arômes de fruits jaunes, presque d'abricot. On a cette année quasiment le goût des raisins d'origine. Des moelleux fruités, mo-

dérément sucrés et équilibrés par des acidités maîtrisées, avec un minimum de rectifications effectuées. Des moelleux assez flatteurs. Concernant les liquoreux, Les rares pluies de septembre n'ont pas suffi à déclencher le Botrytis Cinerea, nous avons donc eu une surmaturation par concentration directe avec le passerillage. Les volumes sont cependant au rendez-vous, de jolis vins, parfumés avec une aromatique dominante de confiture de melon jaune, sucre chaud, assez confit et des notes d'agrumes, plutôt orange amère. C'est assez friand, agréable et un peu atypique pour ce millésime.

2023 ne sera pas un si mauvais millésime malgré les conditions subies, et ce de par la technicité des viticulteurs, leur travail à la vigne et à la cuve. Nous aurons donc des vins élégants sur des fruits plus mûrs et plus riches certes, mais avec des nuances subtiles dans leurs parfums et leurs arômes. C'est un millésime qui peut faire exception aux mauvais millésimes dits en 3 tels que 1993 ou 2013. » conclut Caroline Chauveton.

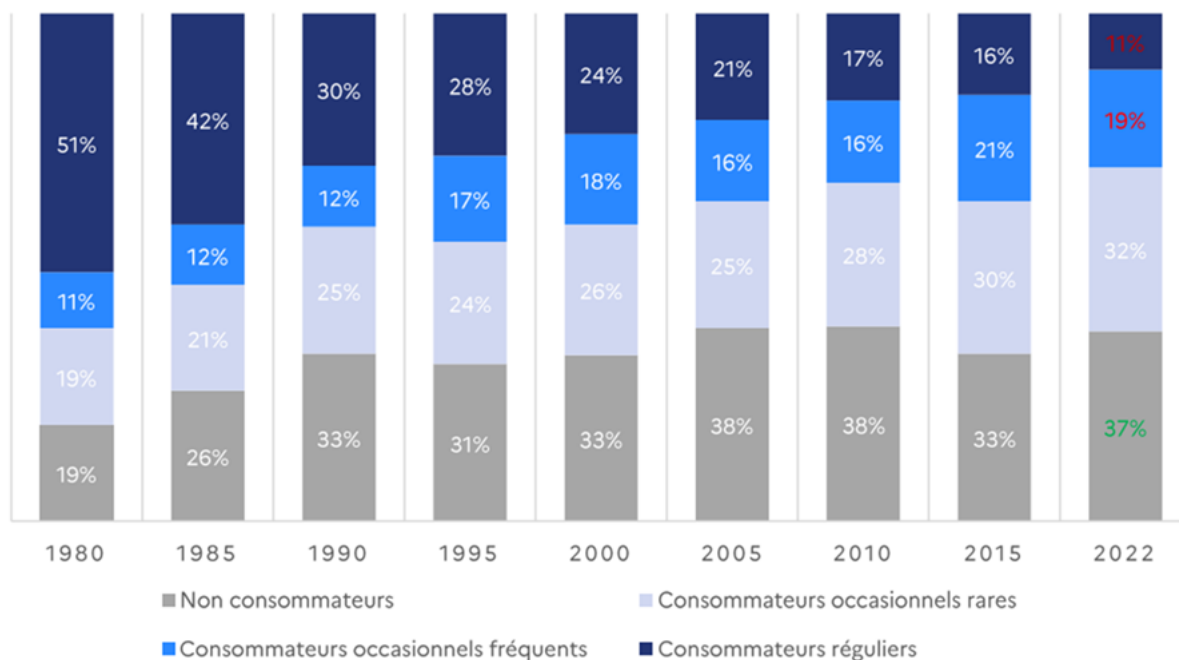
Deux tables rondes organisées avec de multiples objectifs poursuivis, tels que l'examen en détail de l'évolution de la consommation de vin en France, avec un accent particulier sur les attentes changeantes des consommateurs. Une exploration des attentes spécifiques des consommateurs actuels en projetant les types de vins qui répondront à ces attentes dans le futur. Tenter de par les différentes analyses d'inspirer une adaptation stratégique des typologies de vins actuelles aux nouvelles habitudes de consommation et engager ainsi les acteurs vinicoles dans une réflexion approfondie sur la manière dont ils pourront ajuster leurs offres afin qu'elles restent pertinentes dans un marché en constante évolution.

## Répondre aux attentes du consommateur

Nous continuons d'assister ces dernières années à la poursuite d'une transformation de la consommation du vin au sein de la population française. Les statistiques actuelles nous livrent un constat sans appel : une consommation individuelle moyenne de vin qui a chuté de plus de 70% depuis les années 60 (127 litres en 1960 pour 40 litres aujourd'hui). Une diminution liée principalement à un renouvellement des générations et surtout à un changement structurel des occasions et comportements de consommation en fonction de l'âge des consommateurs.

Même si le vin occupe encore aujourd'hui une place importante dans la consommation des français, puisque 71% de la population en consomme au moins 1 fois dans l'année, il faut rappeler que la proportion des non-consommateurs de vin a atteint un niveau plancher avec 37 % des français adultes. Depuis plusieurs années, on observe un phénomène où la consommation de vin devient de plus en plus occasionnelle, atteignant désormais 51% des Français âgés de 18 ans et plus. Afin de dissiper certaines fausses idées, entre 2018 et 2023 le nombre de consommateurs de vins a progressé sensiblement de 2%. Nous sommes passés en 2018 de 39,4 millions (d'adultes) à 40,1 millions en 2023. Cependant, ces consommateurs sont désormais devenus plus occasionnels, entraînant une diminution d'environ 2 millions de consommateurs hebdomadaires, passant ainsi de 25,6 millions à 23,6 millions.

### Fréquence de consommation de vin



► Source : France Agrimer

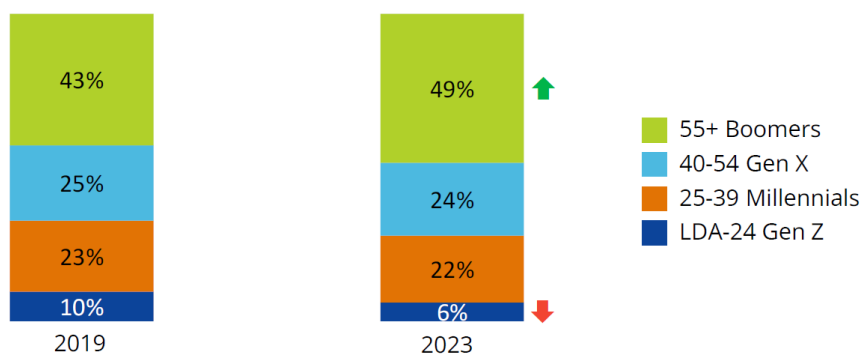
Pour Stéphanie Piot, Déléguée générale adjointe Vin & Société : « Le vin « aliment » a disparu au profit du vin « plaisir ». 6 moteurs sociétaux sont à l'origine de la mutation de notre système alimentaire, expliquant les changements de notre rapport au vin :

- 1- une urbanisation et transformation économique de la société;
- 2- une mutation des familles avec une réduction de leurs tailles et une augmentation des familles monoparentales;
- 3- une féminisation de la société : du monde du travail aux représentations culturelles;
- 4- un nouveau rapport au temps avec l'accélération des rythmes sociaux entraînant une simplification des repas et une progression du snacking;
- 5- une sensibilité croissante à la santé et au bien-être, la santé étant devenue la 1<sup>ère</sup> préoccupation des français et;
- 6- de nouveaux rapports naissants à la nature et la naturalité, 24% se considèrent flexitariens et 2,2% végétariens, majoritairement des femmes. »

La population qui consomme du vin vieillit avec une chute marquée de la pénétration du vin auprès des 18-24 ans entre 2019 et 2023. En effet, la génération Z ou génération Tiktok (concerne les jeunes nés entre 1996 et 2010) ne représentant que 6% des consommateurs (10% en 2019).

## Consommateurs de vin : par âge

Base = Tous consommateurs français de vin (n≥1001)



► Source : Wine Intelligence, Vinitrac ® France, avril 2023

Perçu comme la boisson de leurs parents, voire de leurs grands-parents, le vin semble éloigné de cette génération. Il arrive de plus en plus tardivement dans leur vie. D'après l'enquête menée par Vin et Société, ils ne consomment du vin qu'occasionnellement, voire exceptionnellement pour une partie d'entre eux et n'envisagent pas de voir leur consommation évoluer au cours de leur vie.

Selon la déléguée générale adjointe Vin & Société : « Pour les jeunes nés dans une génération très attentive à sa santé, la sobriété devient de plus en plus tendance en partie sous l'influence des réseaux sociaux. On assiste à un changement de statut social de l'alcool, lequel n'est plus systématiquement perçu comme une dimension incontournable de la fête aux yeux des nouvelles générations. Le vin se heurte à des barrières symboliques : boire du vin, c'est faire partie d'un club élitiste. Son univers est perçu comme compliqué, voire sacré, difficilement accessible. D'où la nécessité de dia-

loguer avec eux en adoptant de nouveaux codes de communication :

1- rajeunir les visages de ceux qui incarnent le vin en mettant en avant de jeunes vigneronnes et notamment des femmes;

2- un besoin de simplicité et d'accessibilité avec des étiquettes devant apporter une information simple et directe sur le goût du vin et des conseils sur les accords mets-vins avec les plats du quotidien;

3- un packaging entre réassurance et innovation, ils souhaitent des étiquettes « plus fun » et des bouteilles plus petites, adaptées à la consommation d'une ou deux personnes et moins onéreuses;

4- Ecolos mais pas trop : Les jeunes ont un a priori positif concernant l'impact du vin sur l'environnement. Ils sont favorables au vin bio, sans pesticides, en phase avec leurs valeurs, mais n'en n'ont « jamais bu » ou expriment de faibles intentions d'achat, notamment en raison du prix. Un vin moins alcoolisé suscite leur intérêt. »

L'enquête de Vin et Société met également en évidence une cible importante



dans cette réflexion sur les consommateurs du futur : la femme : « Autrefois mal perçues par la société, les femmes qui boivent du vin s'affirment aujourd'hui comme libres et les égales des hommes. En symbolisant cette évolution, le vin se positionne comme un produit moderne. Leurs attentes vis-à-vis du vin sont diverses :

1- Le vin est l'un des éléments qui peut satisfaire leur désir de prendre du temps pour soi, aussi bien le vin de la convivialité, bu entre amis, lors de soirées « chill », que

le vin détente après une journée de travail ;

2- Les consommatrices sont sensibles aux aspects sanitaires : elles souhaitent des étiquettes plus transparentes, pour mieux savoir ce qui est consommé, notamment la valeur calorique. Un degré d'alcool plus élevé leur paraît difficile à concilier avec les recommandations sanitaires ;

3- leurs attentes environnementales apparaissent très puissantes et évoquent le souhait d'un vin qui « respecte l'environnement » avec « moins de pesticides » ;

4- de nouveaux formats type demi-bouteille plus adaptés pour les personnes seules ou pour une consommation modérée ;

5- Le moment de la dégustation reste marqué par la tradition et l'esthétique : un beau verre, une bouteille avec un bouchon en liège... » conclut Stéphanie Piot.



► Table ronde : A la rencontre du consommateur d'aujourd'hui et du futur

Stéphanie PIOT - Déléguée générale adjointe Vin & Société, Christophe HOCQ-BAZAT Caviste - Gérant Intercaves Bergerac, César COMPADRE Journaliste - Grand Reporter Sud-Ouest Spécialiste du Vin, Bertrand BALLESTA - Responsable Communication IVBD

## Adapter la production et la commercialisation aux attentes du marché

De nos jours, la tendance de consommation semble s'orienter vers des vins rouges plus légers avec une teneur en alcool minimale, plutôt que vers des rouges corsés atteignant les 15° d'alcool. Cette évolution reflète un changement de préférences favorisant les vins plus légers. Les vins rouges tanniques, riches en alcool, marqués par le bois et trop mûrs des an-

nées 1990 ne font plus l'unanimité. Les consommateurs se tournent désormais vers des vins blancs, rosés ou rouges plus légers en alcool, offrant des saveurs plus fruitées, plus digestes, avec des tanins fins et bien intégrés.

Caroline FLEUR, Œnologue-Directrice d'Œno Centres souligne cette nécessité

impérative de s'adapter techniquement afin de répondre aux attentes des consommateurs et ainsi leur offrir des vins les plus proches des tendances du moment : « Il n'existe pas ou très peu de techniques « innovantes », nous devons en tant qu'experts, ajuster nos conseils, nos pratiques, nos méthodes de vinification et d'élevage pour d'une part s'adapter au réchauffement cli-

matique et d'autre part coller aux envies du consommateur. Des vins fruités, frais, moins alcooleux, souples et moins, tanniques. Le vin rouge en est le parfait exemple, nous savons que le marché est demandeur en vins rouges fruités, légers et faciles à boire. Cette typologie de vins implique pour le vigneron certaines contraintes techniques. Tout d'abord, au niveau de la maturité, il est impératif d'anticiper la date de récolte et surveiller sa température en utilisant les matériels de frigos adaptés. Il ne faudra pas attendre une maturité phénologique trop tardive. Une attention devra être également portée sur la macération, elle sera courte, à froid, carbonique ou semi-carbonique. Il sera nécessaire de privilégier une extraction douce et un élevage sans apport de bois, en utilisant soit des amphores ou des œufs qui garantiront un gain en rondeur grâce à la microporosité des matériaux. Il ne faut pas oublier que faire des vins fruités, cela coûte « cher », en raison des techniques et des matériels utilisés. »

Cette adaptation obligatoire aux at-

tentes du consommateur, outre l'aspect technique, nécessite en parallèle une réflexion quant au packaging : « Il faut certes être à l'écoute des goûts du consommateur mais surtout être attentif à sa façon de consommer. Nous savons tous que la consommation moyenne de vin est en baisse. Nous devons prendre en considération les tendances actuelles qui favorisent le snacking, des collations salées ou sucrées généralement légères et rapides à consommer, les envies de choix variés et de plus en plus, la recherche d'une facilité dans la lecture et la compréhension. Ces éléments factuels imposent donc aux vigneron certaines adaptations. Il se doit d'adapter son étiquette au marché visé, son format : 50cl, 37cl, 25cl, BIB, son bouchage et son contenant en fonction de certaines zones géographiques, telles que les USA ou l'Europe du Nord. » tente à préciser la directrice d'Œno Centres.

Toutes les attentions et curiosités convergent également vers les nouveaux produits que sont les vins nature, vins

sans soufre et les vins désalcoolisés partiellement ou totalement. Pour ces vins, Caroline FLEUR conseille un accompagnement rigoureux et régulier : « Pour les vins naturels ou sans soufre, la rigueur et l'anticipation s'imposent. Il sera nécessaire de procéder à des suivis réguliers avec des contrôles microbiologiques et toujours avoir à l'esprit d'agir en préventif. Quant aux vins désalcoolisés, l'intervention d'un prestataire extérieur dans la technique de désalcoolisation sera privilégiée avec après cette étape, un gros travail à mener de rééquilibrage des vins pour pallier à la perte d'alcool, à la concentration de certains arômes et à une acidité plus marquée. »



► Table ronde : Quelles stratégies pour adapter la production et la commercialisation aux attentes du marché ?

Cathy LOURTET - Responsable technique et ODG, Laurent LEYX-VALADE - Responsable technique vigne pour VLDC (Cave de Berticot), Emmanuel VINSONNEAU - Ingénieur chargé de projet pratiques viticoles et équipements à l'IFV et Caroline FLEUR - Œnologue, Directrice d'Œno Centres

Les deux tables rondes de cette journée filière ont été également éclairées d'une manière tout à fait unique par le crayon vif et l'humour aiguisé de l'illustrateur et dessinateur de bande dessinée, Ström. Il est parvenu à traduire avec subtilité et précision la teneur des échanges et discussions autour de la réinvention du vin et des nouveaux codes du consommateur en une série de dessins vivants et percutants. De la baisse de la consommation, à l'adaptation des typologies des vins aux nouvelles habitudes de consommation, en passant par les défis posés par le réchauffement climatique, chaque dessin offre un regard unique et incisif sur les questions qui animent les acteurs de la filière viti-vinicole. Un coup de crayon habile et une perspective teintée d'humour qui permet d'explorer avec ingéniosité les contours d'un monde viticole en perpétuelle évolution.

LA CONSO BAISSÉ, MAIS IL Y A PLUS DE CONSOMMATEURS !



IL VA falloir s'ADAPTER AU RÉCHAUFFEMENT CLIMATIQUE !





ADAPTER LA TYPOLOGIE DE NOS VINS AUX NOUVELLES HABITUDES DE CONSO!

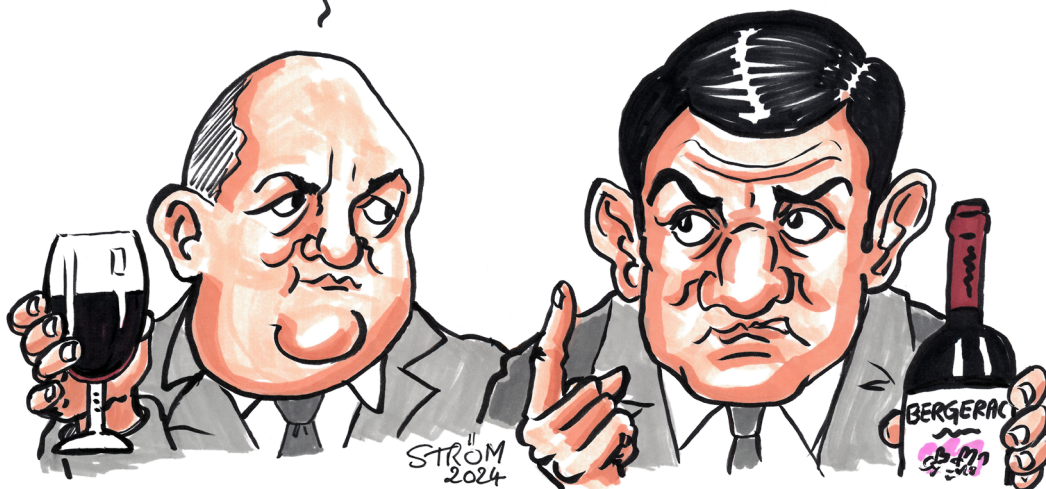
POUR SÉDUIRE  
LES JEUNES, ON VA  
CHANGER LES NOMS!



DRY JANUARY...

IL Y A DE  
L'ALCOOL DANS  
VOTRE VIN?

Y EN A ENCORE!



> Bertrand BALLESTA