



● IGP MÉDITERRANÉE

L'IGP Méditerranée fête 20 ans de succès

Responsables et adhérents de l'IGP la plus étendue de France étaient invités à souffler les 20 bougies de la dénomination vendredi dernier, à Marseille. L'occasion de célébrer une 'success-story', portée notamment par l'engouement pour les vins rosés, en France comme à l'étranger.

« **O**n n'imaginait pas que cette belle idée aurait aussi bien germée. » Vingt après la création et le succès de l'IGP Méditerranée, Jean-Louis Piton, président fondateur de l'ODG Intermed et initiateur du projet avec le Conseil économique des vins du Sud-Est, en reste encore incrédule. Comme il le racontait vendredi dernier, lors du 20^e anniversaire de la création de l'Indication géographique protégée Méditerranée, qui se déroulait à l'Hôtel Intercontinental de Marseille, tout est parti d'un constat. « On était cinq ou six, au sein du Comité économique des vins du Sud-Est (Cevisé), à penser qu'il serait peut-être intelligent d'avoir un produit commun, entre la Vallée du Rhône et la Provence », raconte Jean-Louis Piton. « L'idée génératrice, c'était d'avoir une IGP partagée entre ces deux territoires, pour renforcer les liens entre les vigneron et les metteurs en marché. Nous n'avions, en revanche, pas encore découvert le bon nom, le bon format, et la meilleure IGP à mettre en œuvre. » Quoi qu'il en soit, l'idée de départ, impulsée par l'amont, était là. Restait à la mettre en œuvre.

La première campagne en 1999/2000 reste modeste, avec une production

de « seulement » 104 000 hectolitres et une couleur rouge alors prédominante, avec 65 300 hl (contre seulement 23 000 hl de rosé). L'IGP Méditerranée, qui s'appellera, jusqu'en 2007, 'Vin de Pays des portes de Méditerranée' rassemble déjà dix départements répartis sur trois régions (Rhône-Alpes, Paca et Corse). « Dans cette vision partagée qui allait devenir IGP Méditerranée, nous avons convenus dès le départ qu'il fallait un espace de liberté : nous sommes des opérateurs qui faisons plusieurs couleurs de vins, des vins de pays (qui deviendront les IGP), des AOC et des vins de table », se souvient le président fondateur de l'ODG Intermed, désormais président de l'Inao.

2008/2009 : l'année du décollage. « Cet espace de liberté permettait à d'autres opérateurs, qui n'étaient pas issus de notre région, d'y venir. Il n'y avait pas, à l'époque, de cahier des charges très précis : l'idée était de voir ce que le marché construirait avec nous. » Pour André Mercier, successeur de Jean-Louis Piton à la présidence d'Intermed, « le démarrage s'est avéré compliqué, parce qu'il y avait 24 dénominations. Nous avons donc souhaité transmettre un message simple à tous ceux qui nous rejoignaient : adoptons une seule grande IGP régionale, et gardons les anciennes dénominations pour la créer ». Malgré les efforts des fondateurs et de ceux qui les rejoignent, la production patine jusqu'en 2004/2005, date à laquelle les volumes de production franchissent le cap des 220 000 hl, avant de redescendre lors de la campagne suivante, puis de franchir à nouveau le cap des 200 000 hl en 2006/2007.

La machine est définitivement lancée l'année suivante, avec presque 350 000 hl, et un quasi équilibre entre les volumes de production en rouge et en rosé. Denis Roume, premier président d'Intervins Sud-Est résume assez bien cette évolution : « Nous avons besoin, pour obtenir une évolution positive, d'une conjonction d'éléments favorables. La première des choses, c'était la construction de l'IGP Méditerranée : elle rasurait les marchés, les opérateurs et les distributeurs, en France et à l'export, sur notre capacité à leur fournir un approvisionnement sécurisé. Il s'agissait ensuite de disposer d'opérateurs capables de vendre notre production et de disposer de la clientèle approprié. Il fallait, dans un deuxième temps, un marché qui évolue favorablement » poursuit Denis Roume. « Celui du rosé a décollé de manière extraordinaire. Cela semble évident aujourd'hui. Mais ce n'était pas aussi naturel en 1999, même si chacun voyait bien que les rosés se vendaient désormais en dehors de la période estivale. Le 3^e élément, c'est l'extension du marché des rosés, avec un vaste éventail d'offres : les distributeurs nous ont demandés d'être en mesure de répondre à cette demande. »

Des prix encore « raisonnables ». Vingt après la création de l'IGP Méditerranée, le rosé règne désormais en maître incontesté, avec 492 500 hl produits en 2018/2019, sur un volume total de 672 300 hl. Les cours du vrac ont évolué à la hausse eux aussi : le vin rosé approchait les 120 €/hl lors de la dernière campagne, et celui du blanc les 110 €/hl, soit des prix quasi doublés en 20 ans.



Les producteurs de l'IGP Méditerranée ont, certes, séduit les consommateurs par leur qualité et leur diversité, mais aussi par des prix encore « raisonnables », quand ceux des Côtes de Provence s'envolent, comme l'explique Xavier Leclerc, directeur des achats vins pour le groupe Auchan : « Nous avons renforcé la présence de l'IGP Méditerranée au sein de notre offre ces dernières années, sur les trois couleurs. La montée des prix de certaines AOP, mais aussi le côté porteur du terme même de 'Méditerranée', qui a su convaincre les consommateurs ». Denis Bonnet, responsable vin pour France Boissons, pointe aussi les qualités de l'IGP Méditerranée : « Elle présente d'excellents rapports qualité/prix face à la hausse tarifaire très élevée sur les rosés de Provence. (...) Elle est amenée à prendre une place plus importante dans les années à venir, aux côtés d'autres, pour pallier au manque de disponibilités des AOP provençales ».

Export et contenants, pistes d'avenir. L'anniversaire de l'IGP Méditerranée est aussi l'occasion pour ses fondateurs de s'interroger sur son avenir, à l'image de Jean-Louis Piton : « Malgré le grand succès actuel lié à celui du rosé, l'IGP Méditerranée a-t-elle une identité qui lui appartient en propre, auprès des consommateurs, ou s'agit-il d'un halo général de la région provençale ? Il est important que les acteurs futurs de l'IGP Méditerranée se concentrent sur cette question et sur celle de l'affirmation de leur valeur, de leur identité. Il faut pas être suiveur, mais constructeur de sa propre image ».

Denis Roume voit quant à lui l'oc-

casion d'une remise en question et de garder la tête froide : « Nous n'aurions jamais imaginé l'évolution des prix sur les marchés. Beaucoup d'éléments favorables nous ont aidés, même si on s'est mis en situation de les saisir et de réussir cette période. À nous d'être maintenant en mesure de les maintenir, de progresser. Cet anniversaire, c'est le moment de se remettre en question, d'être imaginaire ». Pour Jean-Claude Pellegrin, producteur et président de l'ODG Pays des Bouches-du-Rhône, « la place de l'IGP Méditerranée deviendra de plus en plus forte dans les années à venir, en raison de son rapport qualité/prix, mais aussi grâce à l'originalité de nos vins, offerte par la mosaïque de territoires qui la compose ».

Plusieurs pistes sont pour cela à l'étude, comme la place de l'export – qui représente aujourd'hui 26% des volumes produits depuis janvier 2019, date de l'obtention d'un code douanier – et celle des contenants. Si la majorité des contenants commercialisés en grande distribution sont des bouteilles pour le rouge et le blanc (respectivement 84% et 70%), le rosé est quant à lui essentiellement vendu en BIB (89%). S'il correspond à une image de vin convivial, à partager entre amis, il risque de freiner une éventuelle montée en gamme destinée à empiéter sur le marché des Côtes-de-Provence.

JULIEN DUKMEDJIAN

Le chiffre

Dix départements de production sont réunis dans l'IGP Méditerranée : Ardèche, Bouches-du-Rhône, Drôme, Var, Vaucluse, Alpes Maritimes, Alpes de Hautes-Provence, Hautes-Alpes, Haute-Corse, Corse-du-Sud.



© Intervins Sud-Est

Pour prolonger la soirée, Lionel Lévy, chef étoilé de l'Intercontinental à Marseille, a proposé des accords met-vins autour d'un carnet de dégustation de près de 50 domaines IGP Méditerranée.



© Intervins Sud-Est

Marine Gayraud et Axelle Fichtner, respectivement directrices d'InterVins Sud-Est et d'IGP Méditerranée, Joël Reynaud, président de la dénomination Vaucluse, Thierry lcard, président de l'IGP Méditerranée, Jean-Claude Pellegrin, président de l'IGP Pays des Bouches-du-Rhône, et Roger Ravoire, président d'InterVins Sud-Est



© Intervins Sud-Est

Les producteurs de l'IGP Méditerranée ont, certes, séduit les consommateurs par leur qualité et leur diversité, mais aussi par des prix encore « raisonnables ».

L'IGP Méditerranée en neuf dates

- 08/07/1999 : constitution de la dénomination et de la fédération InterMed.
- 09/1999 : 1^{ères} vendanges.
- 29/10/1999 : publication au JO du 'Vin de pays des Portes de Méditerranée'.
- 02/2000 : lancement du 1^{er} millésime à Vinisud.
- 01/10/2007 : simplification du nom qui devient par décret 'Vin de Pays de Méditerranée'.
- 2009 : création de l'interprofession Intervins Sud-Est.
- 08/08/2009 : enregistrement européen.
- 02/11/2011 : arrêté d'homologation de l'IGP Méditerranée.
- 14/12/2016 : reconnaissance de la production de vins effervescents par le Conseil d'État.