



L'IGP Méditerranée dopée par les rosés



630 000 hl d'IGP Méditerranée sont commercialisés en moyenne par an. - crédit photo : Détail de l'affiche conçue pour les 20 ans de l'IGP Méditerranée

Vingt ans après sa création, l'indication géographique protégée (IGP) méditerranée flirte avec le succès. Lancée par l'amont, la dénomination surfe aujourd'hui sur la vague rose. À Marseille, le 4 juillet dernier, les professionnels d'InterVins Sud-Est sont revenus sur les contours de sa création.

« *Du bonheur !* », a lancé Jean-Louis Piton, président fondateur de la fédération InterMed, l'organisme de défense et de gestion de l'IGP méditerranée lors du vingtième anniversaire de la dénomination à Marseille le 4 juillet dernier, organisée par InterVins Sud-Est. « *L'idée que nous avons semée en 1999 a magnifiquement germé.* » À l'époque, une poignée de représentants de la production font le pari suivant : offrir au marché une dénomination d'assemblage produite à partir d'un bassin d'approvisionnement étendu, dix départements.

20 ans pour s'imposer

Pour autant, le succès n'est pas immédiat. Certes, dès la première année 100 000 hl sortent des chais sous la bannière « Portes de Méditerranée », le nom de l'IGP à l'époque. Mais la production, plafonne plusieurs années à ce niveau. Elle franchit un nouveau cap à partir de 2007/2008 avec un triplement du volume



[Visualiser l'article](#)

commercialisé. Ce n'est que quatre ans plus tard, qu'elle prend véritablement son essor avec un peu plus de 455 000 hl mis sur le marché pour atteindre 630 000 hl de moyenne à ce jour.

" *Nous surfons sur le rosé* "

À l'origine de cet envol, l'engouement pour la couleur rosé. Laquelle pèse aujourd'hui, 70 % de la commercialisation contre 20 % pour les rouges et 10 %. « *Nous surfons sur la couleur dans le sillage des rosés de Provence* », expose Roger Ravoire, président d'InterVins Sud-Est. Au point que cette année, en début de campagne, la dénomination a été prise d'assaut par les opérateurs pour couvrir leurs besoins dans la couleur face à la pénurie des rosés provençaux. Résultat, le cours moyen du rosé estampillé Méditerranée sur le marché du vrac a bondi pour avoisiner 120 €/hl.

Transformer l'essai

« *Il nous reste désormais à affirmer encore davantage notre identité et à mettre au point notre stratégie pour les années à venir* », affirme Thierry Icard, président d'InterMed. Plusieurs axes vont être travaillés, le poids des couleurs, les contenants (Le Bag-in-box® représente 89 % des ventes des rosés IGP méditerranée en grande distribution), le développement des marchés à l'export, ainsi que la bulle. Le conseil d'État a reconnu l'effervescent méditerranéen en 2011. Il s'en produit 10 000 hl à ce jour. Une niche en devenir ?