

Muscadet: en quête de reconquête

Malgré une conjoncture qui reste délicate, des signaux d'espoir ont été apportés au muscadet. Cela passe par la destruction des idées reçues.

Le muscadet enfin cru pour *Le Point*, une double page des frères Martin de Gorges dans *Le Nouvel Observateur*, des coups de cœur par-ci, un renouveau par là... Le diaporama des coupures de presse sur le muscadet est pour le moins dithyrambique. Il tourne en boucle, ce mardi matin, dans la salle des Noëles au Landreau, théâtre de l'assemblée générale du syndicat de défense du muscadet (Sdaoc). Il démontre que l'image de ce vin change. Le phénomène est encore récent. Le message des responsables et des intervenants est de continuer à l'amplifier. Sous forme de reconquête. "N'ayez pas honte. Allez faire connaître votre vin ne

serait-ce qu'aux restaurateurs nantais qui, la plupart, le bouquent pour de fausses raisons", clame dans un cri du cœur le cordon-bleu Christophe François de la table des Chants d'avril (lire page 7), applaudi pour son message d'espoir.

Interloire décline ses autres actions de communication soucieuses de valoriser cette AOC au cépage unique en martelant qu'elle n'est plus ce blanc de comptoir à l'acidité rebutante: 392 spots radio aux grandes heures d'écoute, 4 pleines pages de publicité dans des magazines de référence et des dizaines de partenariats événementiels (Rendez-vous de l'Erdre, Hellfest, Muscadétours, déjeuner presse à New-York...). "C'est bien tout ça. Mais les retombées, on ne les enregistre pas dans nos caves. Etes-vous sûr de bien faire votre travail?", s'interroge un vigneron. Un peu dur à encaisser pour François Robin, directeur de l'in-

terprofession pour les vins de Nantes qui retournera la question. La réaction témoigne aussi de la crise. Tenace. Malgré les messages d'espoir. En 2010, le cabinet CER estimait que trois-quarts des exploitations étaient concernées par une trésorerie déficitaire.

Il faudra du temps pour redresser une situation très fragile. Les chiffres de la consommation ne sont pas là pour rassurer. "En cinq ans, la part des consommateurs réguliers a chuté de 21 à 17 % de la population de plus de 15 ans en France. Sur cette frange, deux-tiers sont âgés de plus de 50 ans", pointe Pierre Rayer de la direction régionale de l'agriculture. "Toutefois, pour le Nantais, on n'est pas dans la situation catastrophique de 2008, sans aucune visibilité, nuance Joël Forgeau, président du syndicat. Avec la contractualisation, on a réussi à obtenir un

compromis avec le négoce. 25 % du Vignoble est contractualisé, c'est-à-dire que 60 % de sa production a un prix fixe pendant trois ans. Sur les 40 % restants, 20 % du prix minimal ne bougent pas".

Longue sera la reconquête des marchés. Longue sera aussi la reconnaissance de la qualité auprès de l'ensemble de la filière viticole et ceux qui la côtoient (cavistes, restaurateurs, journalistes spécialisés, acteurs du tourisme...). "Il y en a qui font du vin au km. Vous, vous faites du vin. C'est toute la différence", exprime Christophe François.

"On voit bien qu'il reste beaucoup de travail à faire pour redorer le blason", commente Solène Franquet, gérante de la maison des Vins à Nantes, ouverte en 2009. Un établissement, en plein cœur de la ville, qui participe à cette revalorisation auprès des Nantais en premier lieu. "85 % des 12000 visiteurs annuels sont de l'agglomération. C'est la cible que l'on voulait toucher. C'est un premier point réussi. Les remarques les plus entendues sont encore souvent mitigées: "j'aimerais un bon muscadet" ou "il paraît qu'il y a du bon muscadet, vous en avez?", voire plus négatives comme "je voudrais un blanc sec mais pas du muscadet", "le muscadet est un vin qui ne se garde pas", "si c'est pour mettre 10 euros, autant prendre un bourgogne". Heureusement, d'autres, avides de connaissances se laissent tenter: "je ne savais qu'il y avait autant de styles de muscadet", "j'en ai goûté un l'autre jour, je voudrais en redécouvrir" ou "comme j'habite Nantes, je me dois d'en déguster". Si bien que nous vendons 4600 bouteilles de muscadet, 7000 si l'on compte l'ensemble des vins



Solène Franquet gère la maison des vins à Nantes

nantais, sur les 14000 vendues dans l'année", explique celle qui propose 44 autres vins du Val de Loire. "Sur les 4600 bouteilles vendues, qui représentent une gamme de 30 muscadets, 47 % sont des vins de l'année et 33 % sont des crus communaux".

D'où la question du prix. "Il ne faut pas brader son vin", conseille Jean-Marie Bourgeois, 65 ans d'activité négoce dans le Sancerre au compteur (lire encadré). Solène Franquet l'atteste. "Les meilleures ventes en muscadet à la maison des vins, ce sont un Sèvre et Maine 2004 à 6,90 euros (500 cols) et un Clisson 2005 (cru communal) à 12,70 euros (450 cols). Le prix moyen dépensé pour un muscadet chez nous, c'est 7,89 euros. C'est un peu moins que la moyenne de l'ensemble de nos vins (8,53 euros), mais cela montre que s'ils s'y retrouvent en qualité, les clients sont prêts à dépenser plus". Et la jeune femme de prendre l'exemple du malvoisie d'Ancenis qui a pris en moyenne deux euros par bouteille mais qui n'a pas vu ses ventes baisser. Un exemple à suivre pour le muscadet.

