

## VINS

# Les nouvelles couleurs des côtes-du-rhône

De nouveaux modes de consommation du vin, en particulier ceux de la jeune génération dans les bistrotts, conduisent Inter Rhône à réorienter sa stratégie et à développer les blancs.



Philippe Pellaton, président d'Inter Rhône, lors de la journée « Portraits d'exception », au studio Harcourt.



Conférence de Rachelle Lemoine (à gauche), journaliste, et d'Estelle Touzet (à droite), consultante.

Pour mieux le connaître, Inter Rhône avait convié Estelle Touzet, ancienne sommelière en chef du Ritz et du Meurice devenue consultante, et Rachelle Lemoine, journaliste spécialisée en art de vivre, vin et gastronomie.

## LE CLIENT NOUVEAU EST ARRIVÉ !

En France, la consommation de vin régresse, en particulier le rouge car souvent associé au repas, au restaurant, à la viande. Le blanc s'apprécie lors des apéritifs dînatoires, plus actuels. Autre surprise, la jeune génération commande du vin dans les cafés et sur les terrasses, bien davantage que les « boomers ». Les jeunes s'intéressent à l'éthique, au bilan carbone, à la biodynamie – un atout pour les côtes-du-rhône, 20 % en bio. La mixologie relance les cocktails à base de vin, moins alcoolisés. Dans les bars et en bistronomie, le Bag-in-Box (ou cubi) répond à la demande de vin au verre. « Durant le Covid, les consommateurs ont gagné en expertise, acheté sur Internet et comparé les prix – les restaurants doivent rester raisonnables sur les marges ». Par ailleurs, certains clients choisissent leur restaurant selon la carte des vins que les établissements mettent en ligne : « Le sommelier doit conseiller le client mais aussi l'écouter, échanger sur les goûts afin de lui faire plaisir », poursuit Estelle Touzet.

Pour rencontrer ces clients, cavistes et acteurs du CHR, Philippe Pellaton annonce un budget de communication de 600 000 € par an dédié aux blancs, pendant quatre ans : « Tout est possible : nous avons organisé des Nuits du blanc au Canada, aux USA, à Londres et à Paris, des dîners en blanc... ». Une troisième édition est prévue l'an prochain. ●

PIERRICK BOURGAULT

Réputée pour ses rouges qui forment les trois quarts de sa production, la deuxième région viticole de France (derrière Bordeaux) décide de se diversifier.

Lundi 13 novembre, Inter Rhône a organisé une dégustation pour professionnels et amateurs. Du nord au sud, les vigneron et les maisons des 15 crus de l'appellation présentaient 90 cuvées, dont blancs et rosés. Le choix du lieu, le studio Harcourt (Paris 16<sup>e</sup>), célèbre pour ses tirages noir et blanc, illustre la sortie du premier gigondas blanc 2023, désormais autorisé par l'INAO. Philippe Pellaton, vigneron et président d'Inter Rhône, se réjouit : « Rester monocouleur est risqué, il ne faut pas garder les deux pieds dans le même sabot ! Vinsobres, Rasteau et Beaume-de-Venise envisagent aussi leur projet blanc. » L'INAO a longtempes refusé deux couleurs dans ces

appellations ; les vigneron hésitaient d'ailleurs à promouvoir un côtes-du-rhône blanc, « difficile à vendre comme un ceruciel à deux places ». Ils préféreraient planter des cépages noirs qui donnent du rouge ou du rosé, tel le tavel. Philippe Pellaton justifie ce récent revirement : « Nous ne produisons que 7 à 8 % de blancs, mais ils représentent 25 % de nos exportations au Canada. La demande est forte, en particulier en Belgique. Ces succès internationaux valorisent aussi l'appellation. » Mais n'est-il pas risqué de choisir des cépages blancs durant un réchauffement climatique ? « En effet, certains ne passent plus dans des terroirs trop secs. La roussanne souffre, tout le monde a planté du viognier qui ne pousse pas partout. Néanmoins, sur des parcelles orientées nord, ou en zone argileuse moins séchante, la roussanne grandit bien. Il faut le bon cépage au bon endroit », précise le vigneron. Le climat évolue, mais aussi le client.