

12 juillet 2010 06h00 | Par **JULIEN ROUSSET**

## La bataille des vins légers

Face au succès du Tariquet, les rosés et clarets de Bordeaux veulent reconquérir le marché des vins de l'apéro.



La première dégustation en pinasse des rosés de Bordeaux et Bordeaux supérieurs a eu lieu jeudi au large du port de la Vigne. PHOTO JULIEN ROUSSET

Le Tariquet, boisson officielle de l'apéro ferret-capien ? Affirmatif, répondent plusieurs restaurateurs, comme Jean-François Tastet, patron de l'Escale, sur la jetée. « Cela fait une demi-dizaine d'années, environ, que ce petit vin blanc simple et fruité marche bien. Pour les clients, il signifie l'été, la fraîcheur. Et il plaît à toutes les générations : le sec plutôt aux jeunes, le doux plutôt aux personnes plus âgées... »

Un serveur du Pinasse Café confirme : « C'est un gros succès car tout le monde le connaît, y compris ceux qui s'y connaissent peu en vin ». Xavier de Gabory, caviste installé à Petit-Piquey, ajoute : « Le Tariquet représente la moitié de mes ventes. On assiste, depuis deux-trois ans, à un engouement réel autour des vins de pays des côtes de Gascogne... ». Quant à Rémy Grassa, directeur général du domaine du Tariquet, dans le Gers, il explique : « Le point de départ, c'était l'huître. Des ostréiculteurs à Andernos ou à Claouey nous ont fait confiance, puis des confrères les ont suivis, au Canon par exemple, surtout pour notre blanc sec... Ainsi s'est créé un lien particulier avec le Bassin ».

D'ailleurs, quand des internautes égrainent, sur Facebook, les commandements du « vrai ferret-capien » (1), ils décrètent que n'en sont que ceux qui « adorent le Tariquet » - entre autres règles qui disent aussi, en vrac, que le ferret-capien certifié conforme « ne voit pas l'intérêt de porter des chaussures », a « abandonné l'idée du petit-dej' en famille », ou « cherche encore à imiter la recette des moules de chez Hortense ».

### Rosé « floral et léger »

Bref, quand des touristes trinquent sur la presqu'île, ils choisissent volontiers le Tariquet pour l'apéro. Mais aussi du muscadet pour accompagner les fruits de mer. Ou les rosés de Provence pour se rafraîchir en fin d'après-midi... Et les vins d'appellation bordelaise dans tout ça ? Souverains, certes, quand il s'agit de dîners dignes de ce nom, ou de grandes occasions. Mais sur le marché du « vin léger d'apéro et d'entrée de repas », la production locale veut mieux faire.

« Quand je vais en Corse, je vois qu'on boit des vins corses. Quand je vais dans les régions méditerranéennes, on boit des vins provençaux. Mais ici... » constate, dans un soupir, Marc Médeville. Il est viticulteur à Cadillac, et membre actif du Syndicat des Bordeaux et Bordeaux supérieurs, qui pèse à peu près la moitié de la production annuelle de vin en Gironde.

Ses camarades d'AOC et lui ont lancé jeudi, au Cap-Ferret, une opération de reconquête « du marché des vins de proximité, des vins de plaisir ». Cette campagne passe par un chapelet de soirées ou d'initiatives prévues cet été (voir ci-contre).

Les viticulteurs du syndicat étaient aussi venus apprendre à quelques relais d'opinion, comme les marins de la Pinasse Compagnie, à promouvoir ces méconnus rosés made in Gironde. Car pour Marc Médeville et ses confrères, le problème n'est pas un problème de goût ou de prix, mais bien un problème d'habitude et de représentation. « Dans le département, la production de rosés a été multipliée par quatre en cinq ans, passant de 60 000 à 240 000 hectos, mais peu de gens le savent... C'est quasiment une question de couleur : le Bordeaux, culturellement, c'est le rouge ; on a beaucoup de mal à l'imaginer en rosé, estime Marc Médeville. Il faut désacraliser la consommation de Bordeaux, et mieux connaître les vins locaux : le rosé, aux notes florales et légères, est parfait pour l'apéro. Il y a aussi, sur ce marché des vins d'été, les clairets de Bordeaux, au goût plus intense, plus charnu, plus "fruits rouges" : parfait pour les paellas ou pour les plats épicés ! »

#### **Tariquet « branché »**

Marc Médeville en appelle au régionalisme, à la « redécouverte des terroirs ». Idem pour Laurent Maupilé, adjoint au maire de Lège-Cap-Ferret et délégué général de la fête du Vin : « C'est intéressant pour nous de rapprocher nos deux terroirs, le Bassin d'Arcachon et les vins de Bordeaux. À la Fête du vin, quand les visiteurs découvrent les stands de rosés de Bordeaux, ces derniers cartonnent ! »

Une conférence de presse, quelques soirées, la formation d'un réseau de relais d'opinion... L'opération initiée jeudi sur la presqu'île peut paraître symbolique, mais, selon un observateur, elle marque déjà une impulsion. « Le Tariquet a sur le plan du marketing une sacrée longueur d'avance, il est devenu "branché" ».

Mais il est plus facile de mener des campagnes de com efficaces pour un seul domaine viticole comme le Tariquet, que pour une appellation et un syndicat comme le syndicat des Bordeaux et Bordeaux supérieurs, qui regroupe plus de 5 000 viticulteurs... »

(1) Groupe sur Facebook : « I (L) Cap-Ferret »