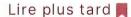
Accueil / Commerce/Gestion / Après 40 ans d'AOC, les vins de Faugères en route vers la cohérence des prix

HARMONISATION TARIFAIRE

Après 40 ans d'AOC, les vins de Faugères en route vers la cohérence des prix

L'appellation du nord du Languedoc a entamé une réflexion sur le positionnement de ses vins. Bien valorisée au sein du réseau traditionnel, elle peine à installer cette cohérence de prix vis-à-vis de la grande distribution

Par Olivier Bazalge Le 24 juin 2022













econnue en AOC depuis 1982, l'appellation Faugères célèbre ses 40 ans en se tournant résolument vers l'avenir. Avec 75 % de ses entreprises et 50 % de ses surfaces engagées en bio ou biodynamie, l'appellation met en avant son action environnementale. La valorisation de ses vins figure au 1er rang des autres préoccupations et le syndicat de l'AOC Faugères a entamé une réflexion sur le sujet ces deux dernières années. Depuis l'an dernier une collaboration a même été engagée avec le consultant Fabrice Chaudier sur le positionnement des vins de Faugères. « Par positionnement, on entend prix de vente au consommateur, car la donnée d'entrée du prix d'un vin est celle du consommateur et non pas celui auguel le distributeur vous l'achète », explique le consultant, qui a déjà animé deux sessions de formations auprès des vignerons de l'AOC Faugères.

Le consultant explique en effet que les vins de l'appellation font montre d'un positionnement prix en phase avec les attentes des vignerons chez les cavistes traditionnels. « L'interprofession a réalisé une étude du prix moyen relevé chez les cavistes au 4ème trimestre 2021. Celui-ci se situe à 18,21 € pour les Faugères, ce qui est en cohérence avec la segmentation attendue par les vignerons locaux, qui fixe le cœur de gamme de ses vins entre 12 et 19 € chez les cavistes », valide Fabrice Chaudier. Pour le consultant, le bât blesse néanmoins sur le créneau de la commercialisation en grande distribution, connu grâce aux données IRI. « Le prix moyen de la bouteille de Faugères s'y fixe à 4,90 €, non seulement c'est moins que le prix moyen toutes AOC confondues, fixé à 6,07 €, mais c'est également inférieur à celui du Languedoc, qui arrive à 5,10 € », situe le consultant.

Cohérence des prix par débouché

« Depuis une vingtaine d'années, le rayon vins de la grande distribution est en perte de volume continue, se traduisant par une diminution de 20 % de ses parts de marché, mais la GD continue de représenter 60 % des volumes consommés à domicile. En revanche, le prix moyen des vins qui y sont vendus n'a fait qu'augmenter », reprend Fabrice Chaudier. Outre le décalage de positionnement par rapport au marché moyen, le consultant juge plus préjudiciable l'incohérence par rapport au prix moyen relevé chez les cavistes. « Il faut se donner les moyens de la valorisation de masse, en prenant comme point de départ le prix de vente au consommateur », répète le consultant.

Avec ses 54 500 hl produits en 2021, Faugères reste une appellation de taille modeste à l'échelle languedocienne mais présente une typologie assez singulière. « 45 % des volumes de l'appellation sont produits et commercialisés par la cave coopérative des Crus Faugères Mas Olivier, et pour le reste, nous sommes constitués de beaucoup de vignerons indépendants très peu présents sur le secteur de la grande distribution », décrit Françoise Ollier-Taillefer, vigneronne du domaine éponyme à Fos. Fabrice Chaudier précise également que « 42 % des volumes annuels de Faugères partent en GD, 10 % à l'export et le reste (près de 48 %) dans les circuits de vente directe, cavistes et restauration ».

Filière française obsédée par la GD / /

Pour rester en phase avec les objectifs de prix fixés par ses vignerons et le positionnement qu'elle a réussi à installer dans le réseau traditionnel, Fabrice Chaudier estime « qu'on ne doit pas plus pouvoir trouver en GD de Faugères de cœur de gamme dont le prix de vente consommateur est inférieur à 6,50 €. En appliquant les coefficients de marge, cela correspond à un prix départ de 3,85 € HT ».

Pour le consultant, « la filière française est obsédée par la GD, et on l'a laissé dicter ses prix, alors qu'elle affiche une dynamique décroissante et n'a plus rien inventé de nouveau pour le rayon vin depuis la 1ère foire aux vins il y a 40 ans, alors qu'elle avait beaucoup aidé au développement de ces AOC ». Il estime donc que la GD ne doit constituer « qu'un marché parmi tant d'autres » pour une appellation comme Faugères, et que « ce n'est pas au distributeur de faire le prix d'une AOC, mais bien au consommateur, en cohérence sur l'ensemble des marchés touchés par cette appellation ».

Animations, dégustations, rencontres avec les vignerons, publicités dans la le lieu de vente, présentoirs... Fabrice Chaudier encourage néanmoins les vignerons à mettre en place tout un tas de mesures d'accompagnement pour aider le distributeur à vendre sa production au consommateur.