

## Sieur d'Arques : "les bulles bénéficient de la crise"

**S**ur les six millions de bouteilles de vins effervescents commercialisés en 2008 par l'entreprise Sieur d'Arques à Limoux, 20 % ont été écoulés à l'export. "La demande à l'export est en progression et notamment sur les pays anglo-saxons", indique Laurent Mingaud, le directeur commercial export.

Selon lui, un transfert de consommation s'est fait des Champagne, qui ont subi la crise de plein fouet, vers les autres vins effervescents de qualité, qu'ils soient Blanquette ou Crémant. C'est justement ce segment haut de gamme que les bulles de Limoux entendent occuper aujourd'hui. Et de préciser : "En 2008, pendant que les Champagne enregistraient une chute de plus de 30 % aux USA et en Grande-Bretagne, les autres effervescents ont augmenté leurs ventes de 25 %." Parmi les nouveaux pays prospectés, Sieur d'Arques cible les pays émergents avec notamment un vif succès au Brésil où les ventes se développent très bien. "En Chine, où Sieur d'Arques a fait ses premiers pas en 2007, nous développons une stratégie de marques avec notamment Bulles de Blanquette", explique L. Mingaud, qui compte par ailleurs sur l'effet levier de la prochaine exposition universelle de Shanghai. Les effervescents de Limoux font aussi leurs premiers pas sur le marché indien.

En Allemagne, premier pays consommateur de vins effervescents au monde, où les vins effervescents de la cave Sieur d'Arques étaient peu présents, une dégustation à l'aveugle ayant placé un crémant en 6<sup>e</sup> position sur 320 vins dégustés a d'ores et déjà permis de développer les ventes.

En France, une progression des ventes est également enregistrée. Selon Jean-Michel Renaud, direc-



De g. à d., Laurent Mingaud et Jean-Michel Renaud.

teur commercial France, cette croissance serait en partie liée au travail qualitatif réalisé sur les vins

mais aussi, comme à l'export, à l'effet crise économique préjudiciable aux Champagne.

## A propos de la réforme des AOP et des IGP, ils ont dit...

**Robert Skalli, directeur général des Vins Skalli :** "Je reste dans le segment des vins à IG car mon objectif est de défendre le long terme. Toutes les grandes marques sont adossées à une origine. Tous les développements se font sur ces segments-là."

**Philippe Coste, président du CIVL :** "Nous vivons en Languedoc-Roussillon une vraie révolution. Il y aura désormais ceux qui feront le choix de l'origine et ceux qui ne la revendiqueront pas ; voilà où se situe aujourd'hui la réalité de la mixité. Je pense qu'il n'y aura point de salut pour les vins sans attache territoriale."

**Laurent-Emmanuel Migeon, directeur général d'Evoc :** "A Evoc, nous faisons le pari des vins sans IG. Ils devraient représenter plus des deux tiers de nos volumes commercialisés. La professionnalisation au vignoble avec notamment la mise en œuvre de nouvelles méthodes de conduite (irrigation, taille minimale, nouveaux clones...), garante d'une augmentation des rendements et d'une réduction des coûts de production, accompagne notre stratégie afin de rester compétitifs sur le marché international."