

EPIBAG

Le pain et le vin... dans le même sac !



Guilhem Bruguère, le président du syndicat du Pic Saint-Loup (à gauche) : "Nous avons anticipé".

So servir du pain pour faire la promotion d'un cru : la démarche est, pour le moins, inhabituelle. Une jeune femme l'a osée, une histo belge !

Elle est grande, élancée, blonde... A n'en point douter, il y a du Vicking dans son arbre généalogique. D'où la surprise, chaque fois qu'elle se présente avec un grand sourire : "Je suis vigneronne, dans le Gard"... Effet garanti. D'autant plus que c'est vrai.

Passionnée de vin "incollable en matière de cépage et de terroirs" selon la rumeur, et dégustatrice redoutable, Claire Warnon est Belge. A l'instar de ses nombreux compatriotes "néoruraux" languedociens, elle a découvert le vignoble régional presque par hasard et, très vite, elle a décidé de s'y installer... Cinq ans plus tard, force est de reconnaître qu'elle a gagné son pari : son domaine et ses vins ont eu les honneurs de la presse professionnelle, et il ne s'agissait pas de journaux belges qui auraient pu, à la rigueur, être soupçonnés de chauvinisme ou de parti pris.

Productrice confrontée aux difficultés de la commercialisation, Claire Warnon se rend très vite compte que "savoir-faire" et "laire-savoir" sont complémentaires. Qu'à cela ne tienne : en avril 1993 elle crée la société de promotion "Epi-Bag" qu'elle installe à Nîmes.

Démarche normale, somme toute. Ce qui est tout à fait extra-ordinaire, en revanche, c'est le support choisi : ni presse écrite et audiovisuelle, ni panneaux d'affichage, mais un modeste sac en papier, tout simplement, juste capable de contenir quatre baguettes de pain (la ration quotidienne d'une famille française moyenne) et de les conserver dans un

état de fraîcheur optimal durant 18 heures au moins.

15 manipulations par jour !

"Nous avons fait réaliser plusieurs études de marché", précise Claire Warnon, "et elles ont toutes confirmé nos prévisions. Dans une famille de quatre personnes dont l'un des membres achète le pain dans la mainée, chaque emballage est manipulé au moins une quinzaine de fois par jour ! En comptant bien entendu les deux principaux repas ainsi que le petit déjeuner du lendemain qui, lui, en fonction des horaires du travail et de l'école, n'est généralement pas pris en commun... C'est-à-dire 15 occasions de voir le message côté pile, le nom générique d'un cru, ou côté face, c'est-à-dire les noms, les adresses et les numéros de téléphone des producteurs susceptibles de vendre quelques bouteilles ou un carton".

L'avantage, on le voit, est incontestable : aucun panneau, fût-il de trois mètres sur quatre, ne permet cette lisibilité. De surcroît, la réglementation communautaire stipule que l'emballage du pain est obligatoire pour d'évidentes raisons d'hygiène. "Si certains artisans ne le font pas", explique encore Claire Warnon, "c'est parce que la prix de revient d'un sac se situe aux alentours de 15 centimes ! Or, les campagnes de promotion d'Epi-Bag permettent la fourniture gratuite des emballages !"

C'est le Cru Pic Saint-Loup qui vient d'inaugurer, en ce mois de décembre, cette nouvelle forme de communication. A l'occasion d'un événement d'un côté du sac, l'autre étant réservé aux noms et adresses des quelque 20 producteurs et des coopératives pratiquant la vente directe, le tout surmonté d'une carte du terroir. Dans les souflets du sac, on peut découvrir les coordonnées de l'imprimeur, d'Epi-Bag et du Syndicat des Patrons boulangers et boulangers pâtisseries de l'Hérault, ainsi que la publicité d'une radio locale, ce qui permet de couvrir le prix de revient de l'emballage.

Le quatrième cru !

Au mas de Saporta, où Claire Warnon lançait la campagne Epi-Bag sous l'œil attentif du responsable de la Fédération de l'interprofession Michel Remondat et de l'œnologue des Coteaux du Languedoc Béatrice de Chabbert, la petite réception conjointement organisée par les artisans boulangers et les producteurs du Pic Saint-Loup constituait en réalité une cérémonie "à tiroirs" : ce jour-là, une centaine de boulangers et boulangers pâtisseries (à l'exception des croissanteries, viennoiseries et "points chauds" qui traitent en réalité de la pâte industrielle congelée) recevaient leur contingent de sacs.

Délimitation géographique : le secteur septentrional de Montpellier, entre Facultés et route de Ganges, autrement dit le "voisinage" immédiat du terroir concerné...

Mais ce "tiroir" ouvert, on accédait à la deuxième célébration : en ce début décembre, pour la première fois l'appellation "Cru du Pic Saint-Loup" figurait officiellement sur un document imprimé !

"Il est vrai que nous avons quelque peu anticipé", reconnaissait le président du Syndicat des producteurs du Pic Saint-Loup Guilhem Bruguère. "Mais il y a longtemps que nous avons introduit notre demande auprès de la Fédération interprofessionnelle des appellations du Languedoc, et d'après les informations dont nous disposons il semblerait que notre demande est la plus recevable".

Au-delà d'une simple opération de promotion, Epi-Bag aura contribué en fin de compte à la modification de la géographie viticole du département... En effet, l'Hérault était connu jusqu'à présent pour ses trois crus et ses 13 terroirs : il ne faudrait plus y situer que 12 terroirs... mais un cru de plus !

Et c'est le Cru Pic Saint-Loup qui sera, désormais ce prestigieux quatrième.

■ P.E.

Marchés des vins de la région



Semaine du 8 au 15 décembre 1993

■ SÈTE

Italie (Pouilles) : rouges : 13° à 14,5 : 19,50 F à 22,50 F.

Algérie : Prix de références : 31,50 F ; Prix de transactions : 468 F/hl.

Espagne : Blanc de blanc 11° : 19,50 à 21,00 F.

AOC Coteaux du Languedoc : en générique : 400,00 F/hl.

Vins de pays rouges et rosés : 10°5 à 11°5 : 25,00 à 28,00 F/hl.

Vins de pays d'OC 92 : 325,00 F/hl et +.

Vins de table rouges et rosés 92 et 93 : 9°5 à 10° : 21,00 à 22,00 F ; 10°1 à 11° : 21,00 à 23,00 F ; 11°1 à 12° : 22,00 à 24,00 F ; 12°1 et + : 23,00 à 25,00 F. blancs de blancs : 10° à 12° : 24,00 à 26,00 F.

■ MONTPELLIER

Vins rouges : 10° à 11° : 22,00 à 23,00 F ; 11° à 12° : 22,00 à 26,50 F ; + de 12° : 23,00 à 26,50 F.

Blancs : 10°5 à 13° : 24,00 à 27,00 F.

Vins de pays

Blancs : 11°5 à 12° : 262,00 F à 300,00 F ; Cépages : 12° à 12°5 : 395,00 à 55,00 F.

Rouges : 10°5 à 12° : 240,00 à 350,00 F/hl. Cépages : 12° à 12°5 : 350,00 à 380,00 F/hl.

AOC Coteaux du Languedoc : 400,00 à 500,00 F/hl (1 611 hl) ; St-Chinian : 430,00 à 465,00 F/hl (400 hl).

Commission spéciale : rouge 10° à 12° : 24,90 F ; 11°5 - 40 980 hl.

■ NÎMES

Vins de table : 10° à 12° : 22,00 à 25,00 F ; + de 12° : 23,00 à 25,50 F.

Vins de pays : 10°5 à 12° : 270,00 à 290,00 F/hl.

Cépages : 12° et + : 325,00 à 380,00 F/hl.

Moyenne pondérée CEE : 101 000 hectes - 11°3 - 24,05 F.

■ CARCASSONNE

Vins rouges : 9° à 9°9 : 20,00 à 22,00 F ; 10° à 10°9 : 21,00 à 23,00 F ; 11° à 11°9 : 22,00 à 24,00 F ; 12° et + : 23,00 à 25,50 F.

Vins de cépages :

Merlot : 350,00 à 360,00 F/hl.

Cabernet : 360,00 à 380,00 F/hl.

Vins de pays : 10°5 à 11°5 : 250 à 280 F/hl ; 11°5 et + : 280,00 à 320,00 F/hl.

Corbières : 430,00 à 440,00 F/hl.

Minervois : 430,00 à 440,00 F/hl.

Volume de la semaine

Vins de table : 32 177 hectes.

Vins de pays : 29 642 hectes.

Volume total : 61 819 hectes.

■ NARBONNE

Vins de table : 9° à 10° : 21,50 à 22,50 F ; 10°1 à 11° : 22,50 à 23,50 F ; 11°1 à 12° : 23,50 à 24,50 F ; 12°1 et + : 24,50 F.

Vins de table de qualités supérieurs et spéciales : 11° à 14° : 23,50 F et +.

Vins de pays : 10°5 à 11° : 250,00 à 260,00 F/hl ; 11° à 12° et + : 260,00 F/hl.

AOC Corbières : Génériques : 430,00 à 440,00 F/hl. Qualités et affaires spéciales : 440,00 F/hl et +.

AOC Minervois : Génériques : 440,00 à 450,00 F/hl ; Qualité et affaires spéciales : 450,00 F/hl et +.

Commission de cotation européenne :

Vins de table : 11° : 24,10 F (38 500 hectes).

Vins de pays : 11° : 24,30 F (16 000 hectes) ; Moyenne pondérée : 11° : 24,20 F (54 500 hectes).

CHANGEMENT

La coopérative du Muscat de Frontignan a changé de raison sociale depuis le début 1993 : elle se dénomme désormais Frontignan coopérative SCA. Elle reste plus que jamais fidèlement attachée à la diffusion de son produit phare : Le muscat de Frontignan AOC "Grande tradition", étiquette jaune et verte, dans sa bouteille traditionnelle torsadée.

Ce produit profite du développement de la consommation des muscats puisqu'à fin août 93, l'entreprise enregistre + 2 % par rapport à 92.

Fort de ses 350 adhérents qui représentent 80 % de la superficie de l'Appellation Muscat de Frontignan, elle développe depuis quatre ans un nouveau savoir-faire, aidée en cela par l'œnologue

Denis Dubourdieu, afin de coller à un rapprochement de la cible consommatrice et de l'engouement pour un type de produit dont les occasions de consommation se multiplient.

CONCOURS DE TAILLE DE LA VIGNE

Les finales départementales du concours de taille de la vigne auront lieu aux dates suivantes :

Hérault : le 15 janvier à Quarante. Tél. 67 88 71 01.

Gard : le 29 janvier à Générac. Tél. 66 81 78 58.

Pyrénées-Orientales : le 22 janvier à Canet. Tél. 68 35 00 65.