

ET SI LA CONSOMMATION DES BEAUJOLAIS ROSÉS AUGMENTAIT CES PROCHAINES ANNÉES, EN FRANCE ET À L'ÉTRANGER ?



Selon Inter Beaujolais, l'Interprofession des vins du Beaujolais, le potentiel de ventes des Beaujolais rosés sera de 10 millions de bouteilles dans les 5 à 7 ans, contre 3 millions aujourd'hui.

LA DIVERSIFICATION DE L'OFFRE DU BEAUJOLAIS EST UN ENJEU STRATÉGIQUE

En janvier 2017, Inter Beaujolais intitule sa feuille de route décennale « **Beaujolais Nouvelle Génération** » et se fixe comme objectif le **repositionnement progressif de l'offre** de son vignoble.

Tout d'abord en communiquant sur 3 univers de Beaujolais, à la fois distincts et complémentaires :

- de fête : un héritage à consolider et revaloriser
- de caractère : le nouveau socle de positionnement
- et d'exception (la nouvelle grande ambition)

Mais aussi en **appelant à diversifier la production du Beaujolais (rouge à plus de 95 %) au sein de chacun de ces 3 univers** : via le développement de Beaujolais Rosés de Fête et de Caractère (enjeu à court terme), mais aussi de Beaujolais Blancs de Caractère et d'Exception (enjeu à moyen et long terme).

LE POTENTIEL DU BEAUJOLAIS SUR LE MARCHÉ DES ROSÉS EST AUJOURD'HUI CONFIRMÉ

Au printemps 2019, Inter Beaujolais commande une étude sur les potentiels de ventes des Beaujolais rosés, sachant que leur production ne dépasse pas actuellement les 25 000 Hl.

Les conclusions de cette étude s'appuient notamment sur un sondage réalisé par IPSOS du 12 au 16 avril 2019 auprès d'un échantillon de 1 041 personnes représentatives de la population française.



Sur le plan qualitatif et stylistique, des itinéraires techniques sont en place, avec une base de données conséquentes au sein de la SICAREX, le centre de recherche viti-vinicole du Beaujolais.

« Aujourd'hui, en Beaujolais, le cépage gamay récolté à une maturité optimale permet de répondre aux attentes des consommateurs de rosé qui veulent du fruit, de la fraîcheur et pas trop d'alcool ».

THIERRY LETORTU
Directeur général d'Alliance
Vignerons Bourgogne Beaujolais

« D'après le sondage d'IPSOS, les consommateurs français de rosé veulent des Beaujolais rosés qui par leur goût se distinguent des autres rosés (93 %) et qui par leur qualité rivalisent avec les meilleurs rosés (88 %). Or, c'est aussi notre ambition ».

BERTRAND CHATELET
Directeur de la SICAREX Beaujolais, centre technique du vignoble

Sur le plan humain et technique, des compétences mais aussi des équipements dédiés existent dans les exploitations leaders du vignoble, coopératives et domaines.

« Au cours des 10 dernières années, le vignoble du Beaujolais a gagné sa légitimité sur le marché des rosés en réussissant à montrer les potentiels du gamay dans cette couleur. Aujourd'hui, il offre une alternative gourmande aux revendeurs et amateurs de ce type de vin. Chez Agamy, nous avons beaucoup travaillé nos techniques d'élaboration, jusqu'à faire des choix radicaux en 2019. Aujourd'hui, nos Beaujolais rosés répondent aux attentes et donnent entière satisfaction ».

FRANÇOIS ROTH
Directeur de la cave coopérative Agamy

Sur le plan médiatique et commercial, la presse comme les revendeurs s'intéressent de plus en plus aux Beaujolais rosés, reconnaissant leur qualité (aromatique, couleur, acidité) mais aussi leur segmentation possible en fonction des ambiances visées (simplement festives ou bistro).



Le marché des rosés que nous visons est très marketé, d'où la nécessité de s'y adapter. Chez Agamy, nous commercialisons nos Beaujolais rosés essentiellement en grande distribution, avec des acheteurs qui s'orientent pour l'instant vers des rosés pâles, légèrement acidulés, frais, amples, fruités avec des notes d'agrumes. Ce début d'année, nous lançons un nouveau BIB de 3 litres, cubique, dénommé 'Carrément Rosé' ».

FRANÇOIS ROTH
Directeur de la cave coopérative Agamy



Bien noter que, pour les consommateurs français de rosé, les Beaujolais rosés correspondent bien à l'image de convivialité des vins du Beaujolais (85 %) mais aussi leur donne une image moderne (85 % également) ».

LAURENT BOUDON
Directeur chez IPSOS

In fine, cette étude révèle que le développement de l'offre de Beaujolais rosés en France pouvait contribuer à des ventes additionnelles tant pour le Beaujolais que pour le marché du rosé en général :

29 % des Français se disent prêts à consommer du Beaujolais rosé, et ce en plus de leur consommation habituelle de Beaujolais pour 71 % d'entre eux.



En 2019, nos ventes de Beaujolais Nouveaux rosés ont progressé tant en France qu'à l'export. Elles devraient encore augmenter de 50 % en 2020. En dynamique sur le circuit de la grande distribution, nous allons désormais systématiquement proposer des Beaujolais rosés aux circuits traditionnels et spécialisés, avec l'enjeu notamment de la restauration ».

FRANÇOIS ROTH
Directeur de la cave coopérative Agamy



Après avoir réalisé un premier rosé, fuité et délicat, portant la mention 'gamay noir' sur son étiquette, j'envisage désormais de monter en gamme en élaborant des rosés issus de terroirs différents (granit rose, pierres bleues, sols siliceux, etc.) ».

FRÉDÉRIC BERNE
Vigneron à Lantignié

46 % des consommateurs français de rosés se disent intéressés par du Beaujolais rosé, et ce en plus de leur consommation habituelle de rosé pour 70 % d'entre eux. Mieux, 85 % des consommateurs de rosé considèrent que le Beaujolais rosé devrait davantage être proposé à la vente.



En 2018, nous produisons 1 % de nos Beaujolais en rosé. Ce sera 5 % en 2020 et nous visons les 10 % à moyen terme (5 ans). Commercialement, nous avons d'ores et déjà créé et testé des cuvées sur le marché français, avec la marque 'C'est pas la mer à boire' pour la grande distribution et les marques 'Premier Bain' et 'Rose Nacarat' pour les circuits traditionnels. En 2020, nous lancerons de nouvelles marques pour conquérir certains cavistes, bars à vin et autres restaurants bistro, en France comme à l'étranger ».

Thierry Letortu
Directeur général d'Alliance Vignerons Bourgogne Beaujolais



L'OFFENSIVE DES BEAUJOLAIS ROSÉS À WINE PARIS 2020

les Beaujolais rosés s'afficheront dans les allées de ce salon parisien, grâce :

Du 10 au 12 février 2020, au pavillon du vignoble (hall 6), avec un espace dédié aux Beaujolais Rosés de Fête, composés de :

- « rosés de fête », à l'approche des fêtes de fin d'année où les Nouveaux rosés se dévoilent
- « rosés d'hiver », au moment où les stations battent leur plein
- « rosés d'été », à déboucher lors des grandes soirées entre copains ou en famille

et aux « Beaujolais Rosés de Caractère », c'est-à-dire de table, de terroirs, et de vigneron.

À l'affiche aussi avec une **master class dédiée aux rosés (hall 4, salle Dionysos le lundi 10 février à 10h30)** animée par Fabrice Sommier, Meilleur Ouvrier de France en sommellerie et directeur du Groupe Georges Blanc, qui remarque notamment dans le sondage IPSOS que, pour les consommateurs français de rosé, les Beaujolais rosés se consomment lors des repas (89 %).

Wine Paris est aussi **un marqueur qui permettra de repérer sur le salon les maisons et domaines du Beaujolais proposant des rosés** (pose d'un même rafraîchisseur rose sur leur comptoir de dégustation).

CONTACT PRESSE INTER BEAUJOLAIS

Laura Pillot | Tél. : 04 74 02 22 16 - 06 08 86 02 64 | lpillot@beaujolais.com

SUIVEZ LES VINS DU BEAUJOLAIS

@Vins_Beaujolais | @Vins du Beaujolais | @VinsBeaujolais | www.beaujolais.com

