

Les vins de Cahors tirent plutôt bien leur épingle du jeu dans la jungle des foires aux vins, qui battent leur plein actuellement. Certains producteurs développent même des stratégies commerciales bien ciblées.

foires aux vins

Et si les vins de Cahors avaient des coups à jouer à l'occasion des foires aux vins qui battent leur plein ? C'est plus qu'une hypothèse de travail. Dans un contexte de crise où le consommateur regarde, au plus près, ses dépenses, le rapport qualité-prix joue en faveur des vins cadurciens. Et l'enjeu est d'importance pour les enseignes qui jouent plus de 10 % de leur chiffre d'affaires annuel de leur rayon vin dans les foires du même nom. comme le martèle Leclerc « un bon vin n'est pas forcément cher ». Ce qui tombe plutôt bien pour les cahors.

La flambée des prix des grands crus, notamment des domaines bordelais, laisse le champ libre à ce qu'on appelle, dans le jargon, « les seconds vins ».

Selon Jérémy Arnaud, directeur marketing de l'Union Interprofessionnelle du vin de Cahors (UIVC), plusieurs domaines peuvent tirer leur épingle du jeu. Et de citer des exemples : « Les Cahors les plus présents sont notamment : Château la Reyne (6 € défiant toute concurrence), Château Pech de Jammes cuvée Petit Jammes (9 €), Château la Coustarelle cuvée l'Alégresse (pour 4 €), Le Prieuré de Cénac cuvée la mission (5 €), maison Rigal cuvée 3e Terrasse (10 €) ».

Responsable du rayon vin au Leclerc de Pradines, Stéphane Dauphin confirme : « au-delà des vins fournis par la centrale d'achats, nous avons sélectionné nous-mêmes

nos cahors en respectant la gamme de la villa malbec. Nous en avons 34 à la vente et ce sont de très bons rapports qualité-prix. Nous avons par exemple d'excellents petits domaines, comme Famaey et Capelanel, qui sont vraiment à découvrir ».

Du côté du château la Reyne, à Puy-l'Évêque, on ne cache pas que ces foires aux vins constituent un rendez-vous important dans l'année : « Je vends une partie de ma production à un négociant bordelais qui travaille avec des enseignes, indique Johan Vidal. Au fil des ans, ça atteint entre 20 et 30 % de ma production. Je pense avoir fidélisé ma clientèle. J'essaie de les satisfaire ».

Pas question pour le gérant de la Reyne de « fourguer » des vins de seconde zone aux géants de la grande distribution : « Ce sont des vins de terroir qui ont de la matière, note Johan Vidal. Quand je vends du vin, je vends aussi un peu de notre patrimoine et de notre image ».

Entre six et dix euros, loin de certains vins bordelais, le château la Reyne s'avère compétitif : « L'extérieur a un autre regard sur nous depuis quelques années. Il faut en profiter ».

Parole d'expert.

Laurent Benayoun.