



© ICONOS/MIRO LANNACE

A l'exportation

Les Côtes de Bordeaux ont meilleure cote

Depuis octobre, les quatre AOC de l'Union des Côtes de Bordeaux se sont regroupées sous une bannière commune « Côtes de Bordeaux ». « Cette mention assure une meilleure lisibilité. Elle met en avant le mot « Bordeaux », vecteur de valeur ajoutée et de notoriété à l'international », indique Audrey Bourolleau, directrice de l'Union. L'objectif est clair : développer des volumes et des marges à l'export. Ce débouché est encore peu exploité. Il pèse 14 % des volumes contre 32 % pour l'ensemble des vins de Bordeaux. Reste qu'en 2009, le groupe des Côtes s'est mieux comporté que la moyenne : le repli de ses ventes à l'international n'a été que de 9 %, (versus 2008) contre - 14 % pour le total bordelais. Au Royaume-Uni, les Côtes ont même progressé de 19 % en un an. « Ce marché est l'exemple type où nous pensons avoir bénéficié, avec la crise, d'un repli des consommateurs sur les vins de cœur de gamme, dont nous faisons partie », précise le président Florent Dubard. Vers la Chine, l'essor est même de 176 % sur la période ! « Plus on travaille les marchés lointains, plus le rattachement à Bordeaux est important », explique Lydia Heraud, de la Cave de Tutiac. « Afficher le nom « Côtes de Bordeaux » juste à côté de « Blaye », par exemple, est intéressant sur le grand export. La nouvelle mention apparaît peu à peu. Elle est bien perçue de nos distributeurs. Je note que nous avons deux références auprès de la SAQ (Société des alcools au Québec) et que nous venons d'en obtenir une troisième »