

FÊTE DES VIGNERONS ARDÉCHOIS Pas de crise à l'Uvica qui connaît de notables progressions**Les raisons
d'un succès commercial**

En Ardèche c'est très certainement « l'une des entreprises agroalimentaire qui se porte le mieux » aime à le dire son directeur Denis Roume. À l'Union des Viticulteurs des Coteaux de l'Ardèche (Uvica) on a plutôt le sourire. La crise ? Quelle crise ? « J'étais sûr que nous allions vivre une année 2008 épouvantablement difficile » poursuit Denis Roume « et j'avais prévu les mesures en conséquence ». La fin de l'exercice a révélé... une progression du chiffre d'affaires (voir repères).

Contexte difficile

Pourtant tout ne va pas pour le mieux dans le meilleur des mondes viticoles. Mais « en volume, la consommation française tient le choc avec un développement de ventes de vins de pays de cépage, des rosés, une légère baisse des AOC et une baisse toujours nette des vins de table » commente Denis Roume. Alors quel est le secret de la réussite des Vignerons Ardéchois dans un tel contexte ?

S'adapter toujours

Afin notamment de faire face aux hausses de fournitures engendrées par la hausse du pétrole et une relative pénurie sur les bouteilles, l'Uvica a procédé à une augmentation des tarifs bouteilles et Bags in Box en fonction de la possibilité des marchés, de la concurrence. D'autre part une nouvelle organisation interne en matière de planning de production a permis de gagner

en productivité, en particulier sur les Bags in Box. Enfin les évolutions des gammes de vins ont visé à repositionner certains produits et de trouver de meilleures valorisations.

L'explosion des Bag-in-Box®

La croissance du chiffre d'affaires de l'exercice 2 008 s'appuie surtout sur une progression des ventes conditionnées en Bag-in-Box® (+ 13 % en volume, et + 16 % en valeur vs 2 007). C'est le fait notable. Ce marché des Bag-in-Box® explose littéralement. Et les chiffres 2 009 confirment la tendance. De janvier à juin, la progression est à + 18 % en volume (55 312 unités vendues) et à + 20 % en valeur (36 % du chiffre d'affaires). Ce mode de conditionnement pèse de plus en plus dans le chiffre d'affaires.

La force d'une identité

Les chiffres de ces derniers mois sont bons pour Uvica même si Denis Roume craint en raison d'un marché du vin sur-saturé sur les vins rouges « une concurrence très forte sur nos niveaux de prix ». Il reste pour autant confiant. Car si la situation est celle-là aujourd'hui, elle résulte de la justesse des choix passés : « Nous recevons les bénéfices d'une politique menée depuis des années » explique le directeur d'Uvica. Une politique qui se résume en un mix "produit/qualité/prix/notoriété/dynamique commerciale" qui a fondé l'identité des

Vignerons Ardéchois. Mais les vignerons ne crient pas pour autant victoire. Ils sont déterminés à travailler sur le triptyque qualité/prix/notoriété. Le positionnement Bio est aussi en perspective. REPÈRES CA 2 008 38 762 640 euros + 6 % (vs 2 007) REPÈRES VOLUMES CONDITIONNÉS 12 245 103 cols (stable) 92 089 hectolitres en Bag-in-Box (RD) + 13 % vs 2 007 REPÈRES CIRCUIT FRANCE Grandes et moyennes surfaces 45 %, cavistes et cafés hôtels restaurants 55 % REPÈRES EXPORTATION Angleterre, Allemagne, Belgique, Japon, Chine... REPÈRES VIGNOBLE 9 500 hectares situés en Ardèche méridionale REPÈRES DÉNOMINATIONS ET APPELLATIONS Vins de pays des coteaux-de-l'Ardèche AOC côtes-du-Vivaraïs et AOC côtes-du-rhône, vins de table. REPÈRES PRODUCTION MOYENNE 500 000 hectolitres REPÈRES UNION Uvica c'est l'union de 21 caves coopératives viticoles, 2 500 vignerons

CORTES PATRICK