



MAIRIE DE VILLEROUGE TERMENES

Aude – Languedoc Roussillon



L'Autre Lieu à VILLEROUGE TERMENES :

Une **FABRIQUE** de vins et produits dérivés
A exporter avec **les artistes engagés**

analyses et préconisations du volet
VINS et Produits Dérivés

RAPPORT FINAL

1^{er} Février 2007 Jo Raimondi



Cabinet FIDÈS-Conseil

Consultants- Formateurs en Organisation et Ressources Humaines

21 rue de la rivière 11000 CARCASSONNE

Tel et Fax : 04 68 71 46 69 Mobile : 0 675 655 904 Courriel : joraimondi@wanadoo.fr

Siret : 390 851 822 000 10 APE 741 G

SOMMAIRE

Sommaire :	p 2
1ere Partie : Etat des Lieux :	p 3
1 : La vigne et le vin : une longue Histoire :	p 3
2 : La Crise Mondiale :	p 3
2-1 : La consommation mondiale :	p 3
2-2 : des signes de crise :	p 4
2-3 : Le marché mondial :	p 4
2-4 : Un avenir pas sombre :	p 4
3 : l'évolution de la consommation en France :	P 5
4 : Données statistiques en région LR :	p 6
4-1 : La viticulture régionale en 2005 :	P 6
4-2 : Exploitations agricoles :	p 6
4-3 : l'encépagement :	p 6
4-4 : Production commercialisation :	p 6
4-5 : Eléments descriptif de la profession :	P 6
5 : En LR, une situation alarmante :	p 8
6 : Les produits issus de la vigne :	p 10
6-1 : Le jus de raisin :	p 10
6-2 : Les produits dérivés :	p 10
6-3 : l'Oenotourisme :	p 12
2 ^e partie : Nos préconisations :	P 14
2-1 : Rappel :	p 14
2-2 : les atouts pour faire :	p 15
2-3 : Agir en impulsant :	p 16
2-4 : Par rapport au projet Cave Coopérative :	p 16
2-5 : Conditions de réussite :	p 18
2-6 : Locaux utilisés :	p 19
2-7 : Calendrier :	p 19
2-8 : Budget :	p 20
Annexe 1 : Tableau des productions :	p 21
Annexe 2 : des exemples de réussite :	p 22
Annexe 3 : 63 sites Internet formation animation :	p 28
Annexe 4 : Le projet des vignerons :	p 31
<i>Remerciements</i> :	p 35

1ere PARTIE : ETAT DES LIEUX

1/ LA VIGNE ET LE VIN : Une si longue histoire

Il y a environ 50 millions d'années, la vigne apparaît dans la région à l'état sauvage¹. Des empreintes de feuilles ont été retrouvées dans des gisements géologiques, près de Castelnaud-le-Lez. Mais c'est seulement vers 600 av. J.-C. que les Grecs plantent le premier vignoble dans le sud de la Gaule, lorsqu'ils fondent Massalia (Marseille). La vigne arrivera vers Narbonne dès la fin du deuxième siècle après J.C. et se fixera plus tard dans les Corbières². À cette époque, le vin est surtout une monnaie d'échange : les Grecs l'exportent vers la Gaule contre de l'ambre ou de l'étain. Puis le vin devient une denrée de base de l'alimentation quotidienne et un aliment sacré, tout comme le pain et l'huile. Au IIe s. av. J.-C., la conquête de la Gaule du sud par les Romains donne un élan au vignoble, à la viticulture et au commerce du vin dans la région, alors connue sous le nom de Province de Tran

Le raisin fait partie des fruits les plus anciens utilisés par l'homme dont on retrouve des traces de culture dans l'Asie de l'Ouest datant de plus de 7000 ans³. En Chine, il semble que la vigne fut l'une des premières plantes cultivées. Dans l'Égypte ancienne, la vigne était déjà cultivée comme en témoignent les fresques retrouvées dans des tombeaux datant de l'époque de Ramsès II. Les Grecs puis les Romains cultivaient la vigne et connaissaient déjà la fabrication du vin qui était largement consommé lors des fêtes données en l'honneur des Dieux Dionysos et Bacchus. En débarquant en Amérique du Nord en 1535, dans ce qui allait devenir le Canada, Jacques CARTIER et les premiers colons découvrirent des vignes qu'ils tentèrent vainement de cultiver afin de fabriquer du vin⁴.

Aujourd'hui la vigne est présente dans tous les pays du monde où le climat le permet. La viticulture destinée à la production de vin s'est développée de façon importante dans des pays comme les Etats-Unis, le Chili, l'Argentine, l'Australie, concurrençant les productions européennes et notamment françaises.

2/ CRISE MONDIALE ? UNE DEMANDE EN HAUSSE !

2-1 : la consommation mondiale de vin tend à progresser régulièrement : + 6 millions d'hectolitres depuis 1996. Certains marchés sont en plein boom, comme la Grande-Bretagne, où les ventes de vin ont augmenté de 30% au cours des cinq dernières années⁵. La consommation est aussi en hausse en Allemagne, aux Etats-Unis, en Chine... A l'inverse, certains grands pays consommateurs comme la France et l'Espagne sont en net recul. Plus qu'à une «crise mondiale», c'est donc à une redistribution des cartes que l'on assiste. *«Il y a des réservoirs de croissance importants dans des pays comme les Etats-Unis», souligne James de Roany. «En France, nous avons une érosion de la consommation depuis 30 ans, ce n'est pas nouveau ! On ne peut pas parler de crise, car il n'y a pas de rupture. Il y a un problème franco-français : à l'avenir, il faudra exporter de plus en plus».*

¹ Journal de la région Languedoc Roussillon Octobre 2005

² In Perspectives 2004 No 125 Conseil Général de l'Aude

³ http://fr.wikipedia.org/wiki/Histoire_de_la_vigne_et_du_vin

⁴ http://www.orpailleur.ca/pages/histoire_vigne_quebec.html

⁵ selon une étude du cabinet Mintel

2-2 : Des signes de crise ? Le creusement de l'écart entre production et consommation a renforcé les inquiétudes de la filière, en particulier en France, où la consommation intérieure recule régulièrement : -15% entre 1999 et 2003.

A l'exportation, les résultats ne sont pas meilleurs : en 2004, les ventes à l'étranger (champagne exclus) ont reculé de 7 % en volume par rapport à 2003⁶. Pour l'ensemble des bassins de production français, le volume d'excédents est estimé à plus de 2 millions d'hectolitres, essentiellement en AOC.

La crise ne se fait pas sentir qu'en France. Elle touche notamment les vigneron australiens, qui ont vu leurs exportations baisser de 24% en valeur entre décembre 2004 et janvier 2005, en raison de la saturation du marché. Dans la même période, le prix moyen du vin australien à l'export est tombé pour la première fois sous la barre des quatre dollars.

2-3 : Le marché mondial du vin est-il victime d'une surproduction chronique ? Cette idée, fréquemment reprise en France depuis quelques mois, est loin de faire l'unanimité. Certains professionnels soulignent que l'abondance de la récolte 2004 est en partie un phénomène conjoncturel, qui fait suite à des années 2002 et 2003 plus modestes : environ 262 millions d'hectos, avec un écart production-consommation compris entre 29 et 33 millions d'hectos. De plus, cet écart a fréquemment dépassé les 50 millions d'hectolitres au cours des 20 dernières années. En 1992, il atteignait 70 millions d'hl. **En 1979, il dépassait les 90 millions...** *«D'une année sur l'autre, il y a de grandes différences liées à des problèmes climatiques. Mais à long terme, il y a une relative adaptation entre l'offre et la demande»⁷.*

Autre argument : pour mesurer le véritable excédent viticole, il faut prendre en compte les usages autres que la consommation sous forme de vin : fabrication de vermouth, de brandies, de cognac, de moûts concentrés, de vinaigre, etc. Des volumes non négligeables : **en France, ces usages représentent environ 20% des débouchés. Au final⁸,** *«on les situe approximativement au plan mondial à un niveau compris entre 30 et 35 millions d'hectolitres».* Ce qui réduit d'autant le niveau de l'excédent... *«Chacun sait qu'entre 1993 et 1998, le marché mondial était équilibré : il n'y avait pas de stocks, les prix montaient. Or, pendant cette période, l'écart moyen entre production et consommation était proche de 40 millions d'hectolitres*.* **On peut donc penser que le marché a besoin d'un tel écart»⁹.**

2-4 : Un avenir pas si sombre : Une demande mondiale en hausse qui devrait s'accroître dans les prochaines années. Selon les estimations de l'étude Vinexpo 2005, la consommation progresserait de 6,3% entre 2003 et 2008 pour atteindre 237 millions d'hectolitres. Dans le même temps, la production augmenterait de 6,4%. A l'horizon 2008, l'écart entre production et consommation sera d'environ 31 millions d'hectolitres, un niveau égal à celui de 2000. De son côté, l'OIV, dans des prévisions publiées l'an dernier, table sur une consommation de 233 millions d'hectolitres en 2007, et sur un écart production-consommation compris entre 40 et 47 millions d'hectolitres. Selon le directeur général de l'OIV, Federico Castellucci, si l'on prend en compte l'ensemble des débouchés du vin, le niveau réel de **l'excédent mondial** en 2007 tournerait autour de 11 millions d'hectolitres soit **4% du marché mondial.**

⁶ Recul de 5,8 % tous vins confondus d'après la FEVS et les Douanes.

⁷ Source : James de Roany, président du Comité interprofessionnel des Coteaux d'Aix et conseiller du commerce extérieur.

⁸ Selon Federico Castellucci, directeur général de l'OIV.

⁹ Source : Pierre Leclerc, directeur du Cevise (Comité économique des vins du sud-est)

3/ L'évolution de la consommation du vin en France¹⁰.

En France¹¹, premier marché de vin au monde (soit environ 15 %), la consommation moyenne par personne s'est réduite de moitié en 40 ans. Les Français boivent moins, mais les Français ne dépensent pas moins, ce qui fait dire qu'ils boivent mieux. Ils boivent plus de VQPRD (la moitié de l'ensemble des vins bus, et les 3/4 en valeur). L' AOC, après une longue période de fort développement, s'est quelque peu banalisée en étant présente sur quasiment tous les segments de marché. Les appellations ne semblent plus aujourd'hui échapper, sur certains créneaux stagnants voire en régression, à la concurrence des autres vins. Les vins de pays occupent une part croissante (environ le quart en volume et 15% en valeur), alors que les vins de table au sens strict (français ou des pays européens) continuent de baisser.

Selon Jean Louis Escudier¹², en France la consommation annuelle de vin, *per capita*, a diminué de moitié en 40 ans et se situe actuellement à 55 l (Onivins 2004). En 20 ans, la part du vin dans la quantité d'alcool ingérée par les Français a chuté de 75 à 60 %. Pour comparaison, les consommations actuelles dans les principaux pays producteurs ou importateurs sont de : 53 l en Italie, 35 l en Espagne, 24 l en Allemagne, 17 l en Angleterre, 7 l aux USA et 2 l au Japon.

En raison d'une augmentation renforcée par des effets conjoncturels dans les pays du nouveau monde, la production mondiale est passée de 260 MhL en 2002 et 2003 à 290 MhL en 2004. La demande mondiale croît en moyenne de 0,3 % par an et s'est établit à 234 MhL en 2004-2005. Il existe donc un excédent structurel mondial, fluctuant selon les campagnes et dont le poids est essentiellement supporté par l'Union Européenne. En France, un recul très net de 2,7 % en moyenne et 4 % en restauration a été constaté en 2003. Ce phénomène est sans doute à relier au renforcement des politiques de santé publique et de sécurité routière. Les statistiques 2004 indiquent pour la France une production de 57 MhL, une consommation de 33 MhL et des exportations, orientées à la baisse, de 15 Mh. Les vins de table français ont nettement régressé, ils représentent actuellement 15 % de la production contre 30 % pour les Vins de Pays et 55 % pour les AOC. La crise viticole actuelle est caractérisée par une baisse des prix quasi générale et extrêmement brutale. Ainsi, en un an le vin de Merlot est passé de 91,5 à 48,8 Euro/hL en mai 2005 ; sur la même période, le prix des Côtes-du-rhône « en vrac » a baissé de 122 à 61 Euro/hL. C'est la première fois que la surproduction touche les vins de qualité en France (AOC) et en Italie (DOC) et que la régulation économique du marché concerne l'ensemble de la gamme des vins. Selon la chambre d'agriculture au 4^e trimestre dans l'Aude, le vin de table s'achète 20€ les 100 litres quand les dépenses incompressibles de production se montent à 40 € ! ces cuves se vident mais jusqu'à quand les trésoreries pourront supporter ces hémorragies financières¹³ ?

Une régulation de l'offre à un niveau mondial est pour l'instant irréaliste et il est assez généralement admis par les acteurs de la filière que **la sortie de crise passe par l'élaboration de produits mieux adaptés aux attentes et aux goûts des consommateurs**. Or les vins de qualité se caractérisent par un degré alcoolique élevé (12 à 14 voire 15 % vol.) paradoxal au regard des politiques de santé publique et de répression de l'ivresse.

¹⁰ Cf INRA  Fiche Innovigne 2004, fiche ZOOM 1691

¹¹ Source : enquête Onivins-Inra réalisée en 2000 ; « les évolutions de la consommation de vin en France » .

¹² Article in revue des Œnologues No 121 Octobre 2006 les vins de qualité à faible teneur en alcool

¹³ Entretiens avec viticulteurs et Michel Cano Chambre d'agriculture

4/ DONNÉES STATISTIQUES GÉNÉRALES en LANGUEDOC ROUSSILLON¹⁴

4-1 : LA VITICULTURE RÉGIONALE en 2005¹⁵

- ❖ Vins d'appellation : 121 773 ha
- ❖ Vins de pays : 138 870 ha
- ❖ Vins de table : 34 727 ha
- ❖ Part de la région dans la France: 33,97%

4-2 : Exploitations agricoles :

Environ 30 000 exploitations mettent en valeur près de 290 000 ha de vigne (28,54% de France) Leur nombre a diminué de 41 % en 12 ans et les superficies en vigne de 17 %. La vigne représente encore toutefois le tiers de la surface agricole utile (SAU) régionale et concerne 72 % des exploitations agricoles. 18 000 viticulteurs (soit 57 % du total) ont plus de 50 ans et détiennent 59 000 ha soit 20% du vignoble. Près de deux tiers d'entre eux (63 %) déclarent ne pas avoir de successeur connu.

4-3 : L'encépagement :

Le renouvellement de l'encépagement s'est fortement accéléré au cours des 30 dernières années : les surfaces de cépages aromatiques sont passées de 27 % à 63% du vignoble régional. Simultanément, les cépages traditionnels ont décliné : -65% pour le Carignan noir qui représente encore 65 000 ha et -85 % pour l'aramon avec 4 500 ha.

4-4 : Production commercialisée (Campagne 2004-2005) :

Les sorties de chais ont représenté 14,5 Mhl (dont 2,8 Mhl d'AOC et 3,7 Mhl de vins de pays d'Oc).

4-5 : ÉLÉMENTS DESCRIPTIFS de la PROFESSION

Les prévisions de récolte 2005 confirment pour le Languedoc-Roussillon une récolte proche de 16 Mhl, inférieure d'environ 10 % à la moyenne des 5 dernières années. Ces volumes sont voisins des niveaux exceptionnellement faibles de 2003 et de 1998.

• Les coopératives :

Les caves coopératives du Languedoc-Roussillon rassemblent aujourd'hui 39 600 adhérents déclarants qui cultivent 200 000 ha de vigne, soit un peu moins de 70 % du vignoble régional. Le secteur coopératif qui compte aujourd'hui 315 caves a connu un important mouvement de restructuration : **le nombre de caves a diminué d'environ 40 % en 25 ans** (536 coopératives en 1982).

• Les caves particulières :

On dénombre aujourd'hui 5 050 déclarants en caves particulières en Languedoc-Roussillon ; ils mettent en valeur 93 000 ha de vignes soit environ 30 % du vignoble régional. Cette proportion est pratiquement stable depuis 1990 (il faut noter que certains de ces déclarants sont également apporteurs en coopérative)

¹⁴ Source : éléments de conjoncture – Préfecture de région Languedoc Roussillon – 7 Juin 2006

¹⁵ Source Journal du Conseil Régional Languedoc Roussillon Novembre 2005

• **Les groupements de producteurs :**

Le Languedoc-Roussillon compte actuellement 71 groupements de producteurs représentant environ 230 000 ha et une production de 13 Mhl. Sur cet ensemble, 48 groupements sont des groupements de commercialisation (Unions, coopératives et SICA) et 30 groupements de mise en marché (association).

• **Les interprofessions régionales :**

ANIVIT (Association nationale des vins de table et vins de pays) :

Des comités régionaux de l'ANIVIT ont été créés en son sein notamment en Languedoc- Roussillon. Environ 7 Mhl ont été commercialisés en vins de table, en vins de pays de département et de zone en 2004-2005.

INTER OC : Interprofession récente créée par arrêté du 28/10/2005. Les vins de pays d'Oc ont représenté 3,7 Mhl commercialisés en 2004-2005.

CIVL (Conseil interprofessionnel des vins du Languedoc) : Créé par arrêté du 06/09/1994. Il centre son action sur la création d'une appellation régionale. 1,4 Mhl d'appellation ont été commercialisés en 2004-2005.

CIVR (Conseil interprofessionnel des vins du Roussillon à appellation d'origine contrôlée). Créé par arrêté du 28/12/2000 à la suite de la liquidation du comité interprofessionnel des vins doux naturels. 0,6 Mhl d'AOC du Roussillon ont été commercialisés en 2004-2005.

INTER RHONE (Comité interprofessionnel des vins d'AOC "Côtes du Rhône" et de la "Vallée du Rhône") Créé par arrêté du 06/09/1994. 0,8 Mhl d'AOC ont été commercialisés en 2004-2005.

• **IRCVLR** (Instance régionale de concertation des vins du Languedoc-Roussillon) Les organisations professionnelles agricoles ont signé le 28 janvier 2005 un "protocole d'accord" pour créer une association dénommée instance régionale de concertation des vins du Languedoc-Roussillon (IRCVLR). L'objet de l'IRCVLR est :

- ❖ la réflexion sur la situation technique, politique et économique du bassin de production du Languedoc-Roussillon, avec l'aide des données fournies par les organisations interprofessionnelles.
- ❖ la proposition de grandes orientations économiques et politiques pour que le bassin régional se développe.
- ❖ la gestion de conflits économiques et politiques dans la filière de bassin de production régional.

INTER Sud de France : Créée le 30 juin 2006 en présence du préfet et du président du Conseil régional, cette fédération rassemble les quatre interprofessions du Languedoc-Roussillon (CIVL, CIVIR, Inter'Oc et Anivit régionale). Inter Sud de France doit à terme se substituer aux quatre interprofessions pour devenir une interprofession unique, chargée de piloter l'ensemble de la filière vins régionale :

- ❖ gestion et régulation économique de l'offre régionale,
- ❖ promotion et communication,
- ❖ gestion de la qualité des produits mis sur le marché,
- ❖ établissement des normes techniques et programmes de recherche appliquée

*« Avec nos **15 millions d'hl**, nous pesons autant que le vignoble argentin. Il faut profiter de cette force et mettre en commun nos moyens pour valoriser la totalité de l'offre régionale sur les marchés internationaux¹⁶ ».*

¹⁶ Philippe Coste président du CIVL et vice président délégué de la fédération « Inter Sud »

5/ En Languedoc Roussillon : UNE SITUATION ALARMANTE

Le pourcentage d'entreprises en difficulté a doublé en deux ans¹⁷. Les prévisions pour fin 2005 et fin 2006 sont basées sur une baisse moyenne de 10% par an du prix de vente du vin. « *C'est une moyenne. Pour certains produits, la baisse de prix peut atteindre jusqu'à 25%, pour d'autres elle est inférieure. Ces prévisions sont à adapter en fonction du profil de chaque exploitation. De plus, elles ne tiennent pas compte des apports personnels qu'ont pu faire les exploitants pour améliorer leur trésorerie, mais qui ne changent en rien le résultat net* ». Ces estimations permettent de donner une tendance, et le moins que l'on puisse dire est que la tendance n'est pas bonne.

Fin décembre 2005, le pourcentage d'exploitations en difficulté financière s'élève à 72% (70% pour les caves coopératives, 77% pour les caves particulières) soit une augmentation de 18%. Les prévisions pour **fin 2006** sont encore plus alarmantes : 1200 personnes auraient demandé des aides et **89% des exploitations seraient dans le rouge**. «Trois critères sont décisifs dans la capacité d'une exploitation à résister à la crise :

1. son niveau d'endettement. Les plus fragiles sont celles qui se sont endettées récemment pour investir (achat de foncier, installation en cave particulière, renouvellement important des plantations, etc.),
2. la bonne gestion de l'entreprise avec notamment la maîtrise des coûts de production,
3. la capacité à commercialiser directement, ou indirectement par le biais de sa cave coopérative, ses produits. »

L'ARRACHAGE ? Une solution extrême¹⁸ : 12 500 ha en Languedoc Roussillon

Les viticulteurs du Languedoc-Roussillon ont déposé environ 3.500 dossiers de demande d'arrachage, qui représentent une surface de 12 500 hectares de vignes sur les 300 000 ha existants.

« Ce n'est pas dramatique mais si rien n'est fait et si les cours ne remontent pas, il est à craindre une véritable vague d'arrachage lors de la prochaine campagne. Ce que nous attendons des mesures du gouvernement, c'est un encouragement à l'exportation et aux investissements commerciaux, pour aider les vigneron à sortir de la crise"... La date de clôture de cette première campagne d'arrachage est fixée au 31 décembre. La prime d'arrachage est proportionnelle au rendement de la parcelle. En Languedoc-Roussillon, chaque exploitant devrait recevoir en moyenne 6000 € par hectare arraché. Les dossiers déposés auprès de la délégation régionale de Viniflor (regroupant l'Onivins pour la viticulture et l'Oniflor pour les fruits-légumes) concernent une surface de près de **4 500 hectares dans l'Aude**, 3 700 ha dans l'Hérault, plus de 2 300 ha dans le Gard et 2 000 ha dans les Pyrénées-orientales.

L'arrachage diminue la rentabilité à court terme. L'étude a également mesuré l'impact de l'arrachage sur la rentabilité des exploitations. Là encore, les résultats ne sont guère encourageants : la diminution de la surface en vigne induit un surcroît de charges sur les vignes restant en exploitation, car certaines charges fixes ne

¹⁷ Sources Centre d'étude rurale Vincent Lacanal 16 Juin 2006 in Vinisphère

¹⁸ AFP – entretien avec Denis Verdier Confédération des coopératives viticoles de France CCNV 12/01/2006

diminuent pas immédiatement. C'est le cas par exemple des salaires, des frais financiers, des impôts et taxes, des assurances ou du fermage. A terme, ces charges peuvent baisser, mais dans un premier temps elles restent identiques. L'arrachage conduit à une baisse de rentabilité à court terme. La décision d'arracher nécessite donc une analyse et une réflexion propres à chaque exploitation.

Selon le sénateur, **Roland COURTEAU¹⁹**, : la principale cause de la crise viticole aujourd'hui en France et en Europe est avant tout la baisse de la consommation qui est passée en quelques décennies de 100-140 litres par habitant et par an à une cinquantaine de litres. Les consommateurs réguliers disparaissent les uns après les autres, remplacés par des consommateurs occasionnels, c'est-à-dire des personnes qui consomment du vin le samedi et le dimanche à l'occasion de réunions festives, lors d'un bon repas. L'évolution des modes de vie est la seconde cause : les travailleurs de force consommaient beaucoup de vin faiblement alcoolisé, mais en consommaient une grande quantité. Enfin, dernière cause, les campagnes antialcooliques qui ont pris le vin comme bouc émissaire. La concurrence étrangère est bien entendu une cause incontournable : nos exportations baissent. Et pourtant la consommation de vin augmente dans le monde, plus particulièrement, dans le nord de l'Europe. Aujourd'hui le bassin européen consomme 80 % de la production mondiale de vin. La consommation en Asie, selon une étude prospective, va progresser fortement dans les sept prochaines années. Et pourtant nos exportations régressent !

La raison principale est que nous sommes concurrencés non seulement par les pays du Nouveau Monde mais aussi par des pays comme l'Espagne, l'Italie et bientôt le Portugal. Prenons quelques exemples : les exportations espagnoles ont explosé ; en 2005 et pour la première fois la France se trouvait en troisième place au niveau de l'exportation après l'Espagne et l'Italie. Nous sommes passés de 23 % en 2001 à de 18 % en 2005. Il faut reconnaître que le gouvernement français a fait un effort en portant les aides à l'exportation à 12 millions d'euros. Cependant, comparativement, l'aide que consent l'Etat espagnol en faveur de ses viticulteurs (en leur consacrant environ 49 millions d'euros) est quatre fois plus importante. L'Australie, quant à elle, consacre 75 millions d'euros pour l'aide à sa viticulture ! Vous voyez aisément les distorsions d'un Etat à l'autre, distorsions qui déséquilibrent le jeu de la concurrence internationale. Nous avons encore beaucoup d'effort à fournir pour nous remettre à niveau.

Et pourtant la production de raisin et la consommation mondiale de vin augmentent régulièrement de 3 à 5% par an²⁰.

Selon l'INRA : Jean-Louis ESCUDIER²¹ : Un intérêt croissant pour des boissons peu caloriques, allégées ou sans alcool est apparu dans de nombreux pays. En France, la consommation de vin régresse depuis plus de 20 ans alors que celle des sodas a été multipliée par 6, colas en particulier. Les professionnels de la vigne et la recherche publique, pour freiner ou inverser cette tendance, ont exploré depuis quelques années les diverses possibilités qui existaient pour créer de nouvelles boissons à teneur réduite en alcool²², tout d'abord dans un souci général de santé publique, mais aussi pour de nouveaux débouchés pour leur production. Une évolution des besoins et du goût des consommateurs a suscité une augmentation de

¹⁹ Co-Président de l' A.N.E.V. (Association Nationale des Elus de la Vigne et du Vin) membre du groupe d'études de la vigne et du vin

²⁰ Sources INRA Pech Rouge / Jean Louis Escudier directeur, Etienne Montaigne Montpellier.

²¹ Entretiens avec Jean Louis Escudier directeur de l'INRA Pech Rouge et Cité de la Vigne et du Vin

²² CF les productions de vins sans alcool de l'UCCOAR et les récentes créations TOTO VINO

la demande réelle vers de tels produits, mais sans structuration au niveau des réseaux de distribution, lié sans doute à un faible support de communication. Les travaux doivent porter, en particulier, sur les produits de la vigne non alcoolisés accessibles à un plus grand nombre de consommateurs : le jus de raisin, le vin sans alcool et tout récemment, un soda de la vigne.

Il faut certes des idées et de la ténacité associée à des volontés d'entreprendre. Il ne faut pas sortir un exemple de son contexte et généraliser. La baisse de la consommation de vin et une communication trop négative sur le vin explique en partie cette crise. Le vin est trop sorti de ce pourquoi il existe : une boisson d'accompagnement du repas, un aliment à consommer régulièrement avec modération. **La diversification est là pour 5 à 10% des volumes, ce qui correspond très exactement à la surproduction actuelle.**

La sortie de crise : c'est une addition de solutions, le vin de qualité d'abord avec gamme élargie (cépages techno) et une gamme de degrés d'alcool (9%, 13%) Pas de modèle unique ! Il faut réhabiliter le vin boisson à boire à table au quotidien en quantité modérée.

La commission de Bruxelles propose **l'interdiction du saccharose**, c'est d'un coup des centaines de milliers d'ha reconvertis en sucre de raisin. **La profession et les politiques n'ont pas rebondi sur cela...dommage pour la filière !**

6/ LES PRODUITS ISSUS DE LA VIGNE ET DU VIN : Une opportunité à saisir

6-1 / LE JUS DE RAISIN ? En plein essor, le plein espoir et plein d'avenir :

L'union européenne consomme environ 255 millions de litres de jus de raisin par an avec la répartition suivante : Les principaux pays européens consommateurs sont l'Allemagne, l'Espagne, le Benelux et l'Angleterre. La France en produit 100 millions de litres.

Le jus de raisin occupe aujourd'hui une bonne place dans l'univers des jus de fruits et arrive en quatrième position comme jus consommé derrière l'orange, la pomme et les multi vitaminés. Les consommateurs lui attribue une forte connotation santé et bien-être en plus de ses vertus organoleptiques.

Au niveau mondial, il se consomme environ 1 milliard de litres de jus de raisin. Il y a là un véritable marché à investir en développant une nouvelle commercialisation et une communication modernisée²³.

6 -2 / Les PRODUITS DERIVES :

“Pour faire face à la (légère) surproduction mondiale (5% de moyenne), nombre de sociétés ou producteurs tentent de diversifier leur production à partir du raisin et/ou du vin. Toute une gamme de boissons et produits naturels est fabriquée pour répondre à la nouvelle demande des consommateurs, à la fois à moindre degré d'alcool et à faible valeur énergétique :

- ❖ pétillants de raisin,

²³ Cf. le jus de raisin PAMPARYL lancé en 1926 par une famille de Nuits Saint Georges – Bourgogne

- ❖ brut de raisin / brut de raisin allégé
- ❖ cocktails à base de vin, Kirdoc : kir vigneron 100% raisin
- ❖ boissons à base de vin désalcoolisé, (Toto Vino, Lyre)
- ❖ vins désalcoolisés (le 0° Bonne nouvelle de UCCOAR)
- ❖ vins allégés en alcool,
- ❖ vins aromatisés,
- ❖ vins de liqueur,
- ❖ vins secs,
- ❖ vins doux,
- ❖ vins apéritifs,
- ❖ vins mousseux,
- ❖ Carthagène, d'Alicante-Bouschet,
- ❖ marc de raisin
- ❖ confitures et gelées,
- ❖ extraits de vin,
- ❖ extraits poly phénoliques,
- ❖ sucre de raisin,
- ❖ confiseries : bonbons, tomettes,
- ❖ verjus (pour la cuisine),
- ❖ vinaigre,
- ❖ moutarde,
- ❖ huile de pépin de raisin,
- ❖ confit de vin,
- ❖ sucre de raisin,
- ❖ papier avec les rafles (cf. Moulin de Brousse),
- ❖ les vins de l'agriculture raisonnée,
- ❖ les vins « bio²⁴ ».

Les Vins faiblement alcoolisés²⁵ :

- ❖ **Il existe** toute la gamme²⁶ de produits faiblement alcoolisés (inférieur à 3% vol), pétillants de raisin dont il se vend plus de 10 millions d'unités et les cocktails à base de vin dont il existe plusieurs dizaines de références - la plus importante étant produite par la société LISTEL à partir de ses vignobles du Sud de la France concernant le pétillant de raisin -. Mais d'autres produits commencent à être valorisés par exemple en cuisine : ce sont les extraits de vin et notamment les extraits secs non volatils qui subsistent après distillation du vin (20 et 30 g par litre) comme ceux produits par la distillerie la Gardonnenque dans le Gard, les polyphénols issus de vins tel que Provinol élaboré par des distillateurs coopérateurs de l'Ardèche (Société SFD à Vallon Pont d'Arc). La composition de l'extrait sec est particulièrement riche en anthocyanes. Il y a aussi les colorants élaborés par une majorité de distilleries à partir du marc de raisin. Par ailleurs les pépins, les peaux et les feuilles de vigne rouge particulièrement riches en resvératrol sont de plus en plus employés dans les produits cosmétiques et comme compléments alimentaires. Et puis, et peut-être surtout en quantité, il y a le sucre de raisin, composé pour moitié de glucose et de fructose, produit par 5 coopératives dans le midi de la France. Ce produit pourrait remplacer le saccharose issu de la betterave à sucre pour la chaptalisation des vignobles septentrionaux, si la législation évolue, comme l'a proposé le 22 juin 2006 la Commission Européenne, dans le cadre du projet de réforme de l'organisation commune du marché du vin européen.
- ❖ L'UCCOAR à Carcassonne, (CA 75 M €) s'est engagé il y a plus de 20 ans dans un vaste programme de recherche dont l'objectif était de mettre sur le marché de la grande distribution un vin désalcoolisé connu des consommateurs sous le nom de Bonne Nouvelle. Ce produit, aujourd'hui disponible en rouge, rosé ou blanc sans alcool, est commercialisé dans de nombreux réseaux de distribution. Ce produit voit ses ventes augmenter de façon mesurée mais régulière, plus d'un **million de bouteilles** sont actuellement vendues en France. Au niveau mondial, une dizaine de sociétés élaborent des vins désalcoolisés, en France donc, en Allemagne, Australie et États-Unis pour l'essentiel.

²⁴ Cf. « la folie des vins Bio : un engouement croissant in l'express mag du 23 Mai 2005

²⁵ : Soda naturel de raisin : www.totovino.com, Vins désalcoolisés : www.vin-sans-alcool.com, www.uccoar.com, www.vitisphere.com, www.piroc.fr/produits.htm

²⁶ Jean Louis Escudier INRA Pech Rouge

6-3 : L'OENOTOURISME et les ANIMATIONS : un fort potentiel !

Près de 14 Millions de Français²⁷ sont intéressés par le tourisme viticole. Les « étrangers » constituent le tiers des visiteurs de caves et des vignobles. Il y a là un formidable gisement qui ne demande qu'à être valorisé comme le font déjà certaines régions ayant amené l'ensemble des opérateurs à agir de concert (Champagne, Bourgogne²⁸, Bordelais...) .

Il est à noter qu'aucun organisme de la région Languedoc- Roussillon n'apparaît dans les 20 premières pages du moteur de recherche Google sous la rubrique « vin et tourisme»! Et pourtant il existe pléthore de propositions non fédérées ni structurées autrement que sous la forme de calendriers mensuels édités ici et là et qui sont diffusés par les organisateurs²⁹ voire même proposées sans aucune publicité³⁰ .

Et pourtant les initiatives ne manquent pas : quel est le village, le canton, le pays qui n'organise pas « sa manifestation », de la fête locale au Festival, sans associer le vin ? Pas moins d'une trentaine d'animations sont organisées chaque année en Corbière et Minervois. (Cf annexe)

La multitude d'appellations, de dénominations, d'opérateurs - des producteurs individuels - caves particulières - aux adhérents - coopérateurs des caves coopératives , en passant par les négociants, le touriste moyen, non connaisseur, ne s'y retrouve pas et ne se sent pas à l'aise)³¹

Nous avons questionné des visiteurs de la Cité de Carcassonne de Terra Vinéa (50 000 / 100 000 visiteurs / an) , de Nuit Rouge à Villerouge et du FAIM d'Albières mais aussi du Domaine l'Hospitalet : les réponses sont unanimes : d'un coté les connaisseurs et amis du vins qui ont pré arrêté leur choix et qui se déclarent prêts à découvrir d'autres vins, pour peu que l'occasion leur en soit donnée, et de l'autre coté, le plus grand nombre, souvent extérieur à la région, qui ne connaît pas trop le vin en général et pas du tout les vins du Languedoc Roussillon, qui dit ne rien comprendre à « cette jungle » d'appellations, de dénominations et qui avoue ne pas être en capacité de distinguer les différentes qualités de vin : quid d'un Malepère? d'un Minervois? Si le Corbière tient la vente³², Le Fitou tire son épingle du jeu grâce à une bonne image et alors même que c'est un Minervois qui a été sacré « champion du monde » ...

De plus, la mention « cave coopérative » reste frappée d'une renommée de scandales à répétition : «ils font des mélanges et trafiquent³³» et ne rassure pas les clients contrairement aux vigneron des caves particulières. Les dégustations - ventes organisées ici et là n'attirent pas, naturellement, les non connaisseurs faute de pédagogie adaptée et d'un accueil spécifique des non consommateurs et des

²⁷ Sources ONIVINS

²⁸ Cf : WWW.vins-bourgogne.fr

²⁹ Cf les fêtes du vin de Carcassonne organisée aux mêmes dates que la Ronde de Malepère

³⁰ Cf les visites de vignobles de Michel Larégola a Montgaillard, les balades dégustation de la cave coopérative de Talairan, les accueils week ends - orchidée de Jean Pierre Mazard à Talairan ...

³¹ Source : Comité Régional du Tourisme Languedoc-Roussillon (<http://www.sunfrance.com>) . La région c'est 15 Millions de touristes annuels , dont 5 millions d'étrangers : 34% d'Allemands, 22% de britanniques et 17% de Néerlandais . Le tourisme représente 7 milliards d'euros soit 16% du PIB régional contre 6,1 en France , c'est près de 80 000 emplois salariés annuels (INSEE données DADS

³² En 2005, nous avons manqué des ventes, faute de produit » – Jean PierreThéne directeur du syndicat cru Corbières pour Université de la vigne et du vin Ferrals des Corbières 27 Octobre 2006

³³ Cf. les « unes » de la presse régionale du 18 Octobre 2006 relatant le procès de la SARL Rieu jugée pour fraude de 810 000 hl !

enfants à qui il faudrait proposer des jeux de découverte, des audio visuels, des explications et bien sûr des dégustations typées de vins, de jus de raisins avec visites guidées des vignobles, des caves, rencontres des viticulteurs, des œnologues, etc.. Il y aurait là une véritable action de formation de grande ampleur à organiser pour l'ensemble des acteurs opérateurs à l'exemple de la grande distribution³⁴ et ses caves et opérations « foire vins de France ». Le choix d'une stratégie cohérente à tous les niveaux reste posé :

- veut t on produire du raisin-vin-volume en visant la grande distribution qui depuis 1946 affiche son projet : *acheter moins cher pour vendre moins cher*, sans se soucier de prendre le temps de conseiller le client –il est roi- ? Dans ce cas la lutte sera sanglante avec les pays comme le Brésil qui parvienne à 2 récoltes annuelles avec des salaires sans charge 30 fois inférieurs à ceux d'Europe³⁵ ? (60 fois en Inde !)
- Veux t on « vendre » la spécificité des vins, l'exception culturelle du vin qui est autre chose qu'un simple produit alimentaire reproductible au meilleurs coûts ? Il s'agit de développer une stratégie « terroirs » plaçant dans la bouteille la culture, les paysages, le soleil, les hommes et le vin ? et vendant cette plus value à son juste prix³⁶ ?

Sans opposer forcément ces 2 stratégies, le plus grand vignoble du monde³⁷ pourrait peut être développer les 2 stratégies en axant une communication adaptée, il s'agirait véritablement de développer un marketing qualité très fort à l'instar par ex des marques automobiles allemandes ! Le vignoble du pays Corbières Minervois qui n'a pas su communiquer sur le vin titré champion du monde fait vivre grosso modo 30% de l'économie locale directement ou indirectement³⁸. Il y a là un très fort potentiel de développement à imaginer pour peu qu'à la fois les efforts soient poursuivis dans la formation et la production de qualité ET à la fois que les goûts et aspirations du public soient satisfaits « ce qui compte c'est que vos vins soient acheté et apprécié, AOC ou pas³⁹ »

La mise en cohérence et de nouvelles actions collectives (mise en place des OJD, de nouvelles plate forme de commercialisation et de communication sous la marque ombrelle « Sud de France – south of France ») nous apparaissent comme des issues possibles à la crise alors même que la consommation mondiale continue d'augmenter .

Vignerons d'Europe⁴⁰ : En avril , en parallèle du salon du goût et des saveurs, 1000 vignerons de toute l'Europe se réuniront à Montpellier pour débattre sur l'avenir du vin et des vignerons, compte tenus des enjeux imposés par un marché de plus en plus globalisé..

Des vignerons heureux ? Nous avons rencontré ceux qui se sont regroupé au sein de La Remise⁴¹ et qui vendent toute leur production grâce à qualité et renommée .

³⁴ Cf. les cavistes des groupes Intermarché, Leclerc, Carrefour qui conseillent les clients et offrent des promotions

³⁵ La quinzaine de grands distributeurs tels Val d'Orbieu, UCCOAR, JeanJean etc traversent une crise sans précédent

³⁶ Cf Hervé Hannin HIEV / ENSAM Montpellier et « les frontières du vin » Point de vue Pascal Frissant viticulteur en Minervois et membre de la confédération paysanne

³⁷ Cf Propos du président Georges Frêche in journal de la région Octobre 2006

³⁸ Eric Andrieu président du Pays Corbières Minervois in 1ere Université de la vigne et du vin 27 Octobre 2006 Ndrrieu

³⁹ Dorothee Franjus CNIV in 1ere Université de la vigne et du vin . Op cit

⁴⁰ [Vignerons d'Europe](http://www.slowfood.fr/france) : du Samedi 14 avril 2007 09:30 au Dimanche 15 avril 2007 .www.slowfood.fr/france

⁴¹ [La remise, Salon de vin naturel](http://www.laremise.fr) : **Tout la production de ces vins spécifiques est vendue chaque année** Pour plus d'informations:.. Edouard: 06 77 50 94 22 Jean-François: 06 88 11 83 02 Loic: 06 82 01 78 08. www.laremise.fr

2^e PARTIE : PRECONISATIONS

2-1 : Rappel :

A première vue, le contexte actuel de la viticulture n'est pas favorable au territoire des Hautes Corbières et à la commune de Villerouge Termenes en particulier.

La viticulture traversant une crise sans précédent, (90% de la profession est dans le rouge), l'arrachage des vignes sur Villerouge va bon train. De 58,91 ha (étude 2003) la superficie est passée à 43 ha en 2004, et n'est plus actuellement (2006) que de 28 ha pour passer à seulement **15 ha** l'an prochain soit 0,77% de la superficie communale totale (1941 ha). Un désastre pour la commune si tout était arraché : une activité historique qui disparaît avec ses coutumes ancestrales et ses savoir-faire, un paysage qui se transforme avec le risque de friche ou garrigue proliférante, ou de champs laissés en jachère au grand bonheur des cochongliers⁴², et une impression d'abandon au 1^{er} coup d'œil des touristes et 17 000 visiteurs du château⁴³ (site Pays Cathare) . A noter que l'entreprise de réparation automobile et son stockage cimetière de véhicules en tous genres à l'entrée du village « gâchent » la vue et la beauté du paysage sans parler des risques de pollutions lentes du sol et qu'il conviendrait d'éviter autant que faire se peut la prolifération d'occupations insolites de l'espace.

4 viticulteurs pluri actifs resteraient sur la commune. La question étant comment la commune pourrait inviter les propriétaires à conserver leurs vignes, voire à replanter ? Avec quelles mesures incitatives ? Ou comment aider un jeune à s'installer et co-produire avec la cave coopérative de Talairan un vin « château de Villerouge » ? Peut être en proposant de louer les terres à vignes et de replanter via l'INRA des vignes qui ne se taillent pas ou des vignes « sans raisin » sur les parcelles visibles de la route et/ou du village ? malgré une hygrométrie défavorable⁴⁴ ?

Le cadre imparti à cette étude ne nous permet pas de traiter de la problématique de la viticulture⁴⁵ mais de positionner le projet « réhabilitation de la cave coopérative de Villerouge Termenès » en terme de dynamique économique productive.

Nous ne développerons pas ici les difficultés de la viticulture entrant dans les champs généraux décrits ci-dessus, en considérant que les difficultés spécifiques du territoire de Villerouge (altitude, climat, désertification, arrachage etc.) peuvent représenter autant d'atouts qu'il conviendrait de décliner :

⁴² Croisement des sangliers et cochons : un véritable fléau source Fédération Nationale de la Chasse

⁴³ Chiffres du CDT Aude et Entretien Sandra Chaput

⁴⁴ Cf travaux de INRA déjà cité et de Cédric Lecarreux et Carole Bourdin service Viti oeno a la chambre d'agriculture de l'Aude

⁴⁵ Cf. Université de la Vigne et du Vin organisée par le Pays Corbières Minervois le 27 Octobre 2006 à Ferrals des Corbières

2- 2 : Les ATOUTS pour faire :

- ❖ Une volonté des élus locaux, maire en tête, de faire quelque chose,
- ❖ Un territoire naturel et préservé : Il n'existe aucune nuisance de type autoroute, TGV, aéroport, Eoliennes, usines fortement polluantes etc etc Une étude préalable et paysagère d'aménagement foncier et une réorganisation foncière ont été menées à bien⁴⁶ et parlent **d'écrin paysager à préserver**,
- ❖ un état de crise obligeant toute la filière professionnelle à réfléchir afin de mieux agir ensemble, ici et maintenant, chacun avec sa spécificité. Des solutions diversifiées entrant en application : exportation, autres produits etc.,
- ❖ Des viticulteurs de Villeroze et environs⁴⁷ (caves coopératives et caves particulières des terroirs du Termenes parfois appelé d'altitude, du vertige etc exprimant leur intention de s'engager dans un projet visant à mieux répondre aux besoins de nouveaux clients en lien avec les artistes impliqués dans le projet « Cave coop » ,
- ❖ Un organisme de recherche INRA- Pech Rouge et Université de Montpellier d'accord pour apporter ses savoir-faire en terme de culture de la vigne et de production de vins de qualité (80% de leur activité) et de produits diversifiés issus de la vigne et du vin,
- ❖ Une volonté des collectivités d'agir pour sauver la filière : interventions en tous genres et à tous les niveaux⁴⁸ , création de la marque Sud de France (Conseil Régional) prises de positions du Conseil Général, création de la 1ere Université de la vigne et du vin (Pays Corbière Minervois) ...
- ❖ Des organisations professionnelles qui décident d'agir ensemble pour rendre lisibles leurs rôles et leurs missions : création de la marque ombrelle SUD DE France, mise en place des OJD...
- ❖ Des « entrepreneurs » qui agissent sur différents créneaux : investissements , amélioration de la qualité des produits, commercialisation accrue, efforts à l'exportation, accueil, animation, production et fabrications diversifiées de jus de raisin et vins faiblement alcoolisés, et produits dérivés : lyre, les eaux-de-vie de vin, le sucre de raisin, l'huile de pépins de raisin, le confit de vin, les raisins secs, le vinaigre de vin, les confitures de raisins, les pâtes de fruits, la moutarde du pape... et des lignes d'accessoires,
- ❖ Des artistes soucieux de s'engager aux cotés des producteurs avec mise en synergie de dynamiques complémentaires. Les opérations «Musique et vins » et « Arts plastiques et Vins » faisant bon ménage,
- ❖ Villeroze : Un village renommé par son environnement naturel, ses paysages, son patrimoine, son château et ses près de 17 000 visiteurs / an, ses fêtes médiévales et la qualité d'accueil de ses habitants sachant s'organiser (Cf. les anciennes fêtes médiévales et maintenant « Nuit rouge à Villeroze » en 2006).

⁴⁶ Cf. entretiens avec Philippe Marcy, Etude Cabinet Repérage et cabinet Christian Gueneret Mars 2003

⁴⁷ Cf. CR de réunions, rencontres et contributions écrites transmises au cabinet FIDES Conseil

⁴⁸ En janvier dernier, une délégation de la Région Languedoc-Roussillon, conduite par le Président Georges Frêche, s'était rendue à New Delhi pour participer au Salon international de l'agro-alimentaire IFOWS accompagnée de plusieurs sociétés du Languedoc-Roussillon. Au cours d'une rencontre avec M. Girard, Ambassadeur de France en Inde, Georges Frêche a souhaité qu'à l'occasion de la traditionnelle fête du 14 juillet à New Delhi, les 3000 invités de l'Ambassade puissent découvrir les vins et saveurs de Sud de France - South of France. In journal de la région LR

2-3 : QUE FAIRE : AGIR en IMPULSANT UN PROJET POLITIQUE

- **Préserver la qualité de l'environnement et les abords de la commune en maintenant la vigne visible ,**
- **Impliquer des professionnels qui s'engagent dans le projet : viticulteurs, chercheurs, commerciaux et Artistes,**
- **Créer une marque avec une gamme de produits de qualité, une communication « nouvelle » et une société de production et de commercialisation par niches et spécifiques,**
- **Initier des actions de commercialisation originales en s'appuyant sur les artistes de la « fabrique ». Imaginer un marketing adapté valorisant la qualité du produit et la spécificité du terroir « Villerouge »**
- **Articuler la vente de ces produits avec les concerts des artistes invités ou associés en organisant des actions commerciales innovantes d'envergure et un suivi systématique.**

Si chacune des personnes concernées a « sa » petite idée de ce qu'il faudrait faire, nous n'avons pas rencontré, sur ce territoire, de personnes entreprenantes, dotées de quelques moyens, de réseaux conséquents et porteuses d'une idée lumineuse et géniale que tout le monde attendait. Autrement dit, nul n'est prophète en son pays et de surcroît la crise bien réelle qui frappe 90% des exploitations n'est pas de nature à encourager la prise de risque.

Et pourtant, la demande mondiale continue d'augmenter et ici et là, des initiatives fleurissent et réussissent :

2-4 : PAR RAPPORT AU PROJET CAVE COOP DE VILLEROUGE , Il s'agirait de

- ❖ **Créer une marque ombrelle, sous l'égide de la marque SUD DE FRANCE** avec un nom genre « château de Villerouge⁴⁹ » ou d'emprunter le nom d'un personnage célèbre (Bélibaste ?) ou un nom inventé « le caveau de la fabrique de Villerouge » ou « les vins des vigneron de l'Autre lieu » .. qui serait spécifique aux productions créées et commercialisées et porteur d'une bonne image de fabrication traditionnelle selon les savoir- faire ancestraux.
- ❖ Créer une **société de production** composée d'actionnaires producteurs en charge de **produire de l'excellence** à tous les échelons :
 - une **gamme simple** de produits déclinée en 3 qualités : quotidien, village et Château- prestige en 3 couleurs : rouge, blanc et rosé. Ces produits seraient élaborés par des œnologues reconnus et patentés, en partenariat avec l'INRA – Pech Rouge afin de répondre au «goût » attendu du public et produit de manière naturelle : cépages spécifiques adaptés, peu ou pas de traitement chimique, vendanges à la main et productions « ancestrales » valorisant les savoir-faire et un taux d'alcool moindre,
 - Des emballages « maison » qui devront être adaptés aux attentes : petites bouteilles, nouvelles formes, bouchons à vis, étiquettes d'artistes⁵⁰ ... Ces vins seront soigneusement élaborés à partir des raisins du secteur en «qualité totale».

⁴⁹ Dénomination restant attachée à la cave coop de Villerouge, reprise par celle de Talayran – Gilles Cutilles directeur

⁵⁰ Cf. par exemple les vins de Gigondas (84) ou les bouteilles du domaine Santorin à Payriac Minevois

- ❖ **Une société de commercialisation** en charge de vendre en « direct-client⁵¹ » : qualité totale, traçabilité, selon des méthodes nouvelles : recherche de niches afin de nouer des relations partenariales amicales avec les hébergements : gîtes et chambres d'hôtes, restaurants, hôtelleries, avec les comités d'entreprises, les tours opérateurs, les grandes sociétés, les organismes de formation, les organisations de manifestations **et pour l'exportation** : les ministères de la culture, de l'agriculture, des affaires étrangères, l'alliance française, les maisons de la région Languedoc Roussillon⁵² et les spectacles des artistes invités, notamment lors de leur participation à des Festivals et manifestations culturelles ici et ailleurs **« partout » dans le monde**. Il s'agirait de mettre en vente selon des méthodes modernes et nouvelles :
 - Le **terroir spécifique** « hautes corbières » comme « valeur ajoutée » à une production « unique » : qualité de vie, paysage, hommes et femmes typés local et citoyens du monde, soleil, mer et valeurs de l'occitanie : Paratge, Convivencia ...
 - Les produits fabriqués (la gamme à 3 niveaux, 3 couleurs).
 - Les produits « achetés et revendus « sous la marque » et proposés aux publics : vins faiblement alcoolisés (UCCOAR), jus de raisin (Sopagly ?, Unisource ?) sodas de vigne (Toto Vino ..) .
 - Des produits issus de la vigne et du vin : confiture, gâteaux.
 - Des accessoires liés à la vigne et aux vins : tire bouchons etc...
 - Les produits de la marque selon des méthodes différentes : niches, vente directe, vente autour des spectacles des artistes accueillis en résidence et se produisant ici et ailleurs dans le monde .
 - Des animations : accueil, hébergement, stages, formations, informations, dégustations, week ends et séjours a thème alliant les plaisirs de la découverte du patrimoine et des vignobles. Ce volet devra se développer. Il nécessite une professionnalisation et l'intégration du projet dans les innombrables organismes et réseaux existants (Cf. les annexes) .
- ❖ De créer à la cave coop en lien avec le volet « fabrique d'artistes » :
 - **un lieu «quatr'heure** » avec dégustation de produits du terroir procurant un revenu complémentaire aux viticulteurs. Cette **«auberge-bar à vin** » ne ferait pas concurrence à la rôtisserie et pourrait fonctionner à l'année, les week-ends et 7 jours sur 7 pendant la saison de Mai à Octobre avec une restauration simple : assiette de pays (option crudités) omelette, un plat au choix ; fromages et dessert. A noter qu'il conviendrait que la rôtisserie vende prioritairement les produits de la marque « château de Villerouge ». Un partenariat pourrait être noué avec les propriétaires de gîtes et de chambres d'hôtes pour offrir à chaque client une ½ bouteille et une visite de la cave, lieu d'exposition et de création, voire de mini spectacle. A noter que l'actuelle rôtisserie pourrait offrir d'autre produits et ne pas se limiter au « médiéval »

⁵¹ Cf. Cave de Saint Laurent visitant les clients hors région : prise de RDV offre d'une demi bouteille, livraison immédiate et paiement en 6 chèques bancaires (36 bouteilles vendues, 12 offertes)

⁵² Cf. site et délibérations du 25 Avril 2005 du Conseil Régional Languedoc Roussillon : jumelages renforcés, partenariats privilégiés, coopérations inter- régionales et réseau et 14 maisons de la région à travers le monde : Europe, Asie, Amériques .

- Un **lieu dégustation – vente original** ayant pour but de susciter l'envie de découvrir et pour double mission de vendre la production « Château de Villerouge » et de renvoyer sur les caves partenaires.
- **Un pôle accueil - Office de tourisme- renseignements** divers et variés : hébergement, restauration, loisirs, culture, activités, immobilier... A noter que ce point existe déjà au niveau du Château de Villerouge en lien avec le canton et le pays. Il serait donc à renforcer et développer. Le financement de ce poste est en partie assuré par le Château.

2-5 : CONDITIONS DE REUSSITE

Ce volet « économique via le vin » n'est pas évident à mettre en œuvre sur Villerouge Termenes compte tenu du contexte (arrachage, pas de viticulteur local impliqué ...) Il nous semble difficile que la municipalité lance seule cette action.

- ❖ La municipalité propose et impulse une dynamique économique en apportant l'opportunité du volet artistique.
- ❖ Des personnes physiques s'engagent et investissent en créant une société et apportent leurs compétences et savoir-faire. Une option serait qu'un viticulteur appuyé par une cave particulière ou la cave de Talairan se lance dans cette opération (Cf. Totovino) ou qu'une société existante et en bonne santé s'engage à relever le défi : Voir Claude Vialade et le domaine d'Auriol,⁵³ le vignoble Roger⁵⁴ ou un groupe tel «Gérard Bertrand⁵⁵ » ou le VAL D'ORBIEU⁵⁶ s'engager avec leur « signature ».
- ❖ Que la cave coopérative de Talairan s'engage avec ses moyens et ses réseaux, ce qu'elle est prête à faire .
- ❖ Que l'INRA noue un partenariat de recherche développement, ce qui semble acquis .
- ❖ Que les organisations professionnelles suivent ... ne serait-ce que du bout des doigts. A noter une méfiance notoire vis à vis de l'ensemble des organisations et institutions bancaires et administratives (les syndicats, la chambre d'agriculture, la MSA , les assureurs, jugés comme responsables de la situation !),
- ❖ Que la professionnalisation soit recherchée à tous les échelons de la chaîne : de la vigne au consommateur en passant par la commercialisation et la formation – animation – promotion.

⁵³ **CLAUDE VIALADE La passionaria occitane** En 10 ans **les Domaines Auriol** sont devenus un négociant reconnu : 10 M € de CA export . Les partenariats avec les vigneronns se développent, et les clients sont de plus en plus nombreux Europe, Asie, Canada. Gaujac - BP 79 - 16, rue Gustave Eiffel 11204 **Lézignan** Corbières - FRANCE. - www.saint-auriol.com

⁵⁴ **Frédéric Roger Vignobles** créée en 1987. Frédéric Roger s'est appuyé avant tout sur l'expérience et les fondements de plusieurs générations de vigneronns pour créer et développer une activité de producteur, négociant, éleveur et embouteilleur. Le souci du contrôle total de la chaîne de production a toujours guidé son développement . www.froger-vignobles.com/

⁵⁵ **Gérard Bertrand - Les vins du Languedoc : Domaine de l'Hospitalet** Route de Narbonne-Plage 11100 Narbonne - France ... info@domaine-hospitalet.com <http://www.domaine-hospitalet.com> ... www.gerard-bertrand.com

⁵⁶ **VAL D'ORBIEU** : Raison sociale, COOPERATIVE DES VIGNERONS DU VAL D'ORBIEU. . 11104 ARBONNE CEDEX France. Téléphone, 04 68 42 75 00. Fax, 04 68 42 75 01 www.cooperation-agricole.coop

2-6 : LOCAUX UTILISES ?

- ❖ Il ne nous semble pas indispensable que le raisin utilisé pour fabriquer les produits de la marque « Château de Villerouge » soit récolté sur la commune de Villerouge Termenès. Seul compte le nom choisi qui aura son importance.
- ❖ Les produits vendus sous la marque « Château de Villerouge » seront fabriqués soit dans la cave de Talairan (savoir-faire et potentiel de développement) et/ou par convention dans les caves particulières selon un cahier des charges spécifique.
- ❖ Le siège des sociétés créées sera domicilié à Villerouge Termenès.
- ❖ La société de commercialisation pourra autant que faire se peut être installée à Villerouge en lien avec la « fabrique d'artistes ».
- ❖ Le volet animation à distinguer du volet commercialisation sera installé à la coopé de Villerouge (lien avec les autres volets et le secteur résidences d'artistes).
- ❖ Le Volet expédition étiquetage spécifique pourra être réalisé à la cave coopé de Villerouge – quai des vendangeurs aménagé – ou par délégation confié à l'une des caves particulières ou à la cave de Talairan ou si nécessaire à la cave de Davejean qui reste libre de toute occupation faute de projet.
- ❖ Le volet bar auberge quatr'heure serait à installer dans la cave coopé de Villerouge sur la face avant avec accès direct sur le parking et faire lien avec le côté boutique-dégustation, vente « produits du terroir » et avec le château et la pâtisserie si celle-ci es maintenue en l'état ou transformée en Hôtel restaurant de standing.

2-7 : CALENDRIER ?

Qu'est-ce qui empêche de démarrer demain ? A priori : rien et Objectivement : tout ! Il manque juste un déclic donné par un fédérateur ? Une personne clé au charisme reconnu ? Nous n'en avons pas repérée... Un organisme ?

Une décision des élus avec influence auprès des organisations et des financements spécifiques en échange d'un engagement de professionnels serait de nature à faire avancer les choses.

2-8 : BUDGET

A ce niveau d'étude, et avant toute validation, nous n'avons pas inscrit de tableau financier. Les sociétés de fabrication et de commercialisation doivent être créées, indépendantes et autonomes, et dégager des bénéfices à terme.

L'installation de bureaux permettra une prise en charge partielle des coûts de location (base 30 € / M²).

Le volet auberge et le volet commercialisation - accueil devraient créer des synergies avec le point Accueil Information susceptible de devenir à terme Syndicat d'initiatives / Office de Tourisme.

ANNEXE 1 :**TABLEAU INDICATIF DES PRODUCTIONS DE RAISIN et DE VINS⁵⁷**

Monde	290 Millions d'hl	
France	57 Millions d'hl	
Languedoc Roussillon	15 Millions d'hl (34% de la France)	30 000 exploitants
Groupe FRUITE (dont UNISOURCE Ensérune)	3,1 millions d'hl 600 000 hl de jus de raisin	15% d'exportation / 27 pays (6 000 bouteilles INRA : 1%)
FOULON - SOPAGLY	1 million d'hl jus de raisin	1000 hl fournit par cave coopé de Talairan = 100 000 bouteilles
UCCOAR Carcassonne	1 million d'hl de VINS	15% a l'exportation dans 27 pays
« GERARD BERTRAND »	7,5 M de bouteilles	Vin sur 300 ha et négoce 60% France et 40% exportation stratégie à 6 ans : tout à l'exportation
Groupe VAL D'ORBIEU	500 000 hl Dont 300 000 hl en bouteilles 75% à exportation	200 vigneronns dont JP Mazard 80 caves particulières 15 Caves coopératives
INRA	42 ha = 1 500 hl 10 000 visiteurs à Cité de la vigne et du vin (2006)	Propose 6000 bouteilles de jus de raisin à UNISOURCE 30 agents INRA statutaires ,100 mois stagiaires /an , 5 équivalent Main d'oeuvre occasionnelle,1 à 2 ingénieur détaché sur contrat budget et dépenses hors salaires 500 000 € ht /an
Cave Coop de Talairan	50 000 hl (0,33% de la région)	170 coopérateurs 50% va à UCCOAR
Domaine Serre Mazard	63 ha - 3 000 hl	250 000 bouteilles 10% va la cave coop de Talairan
Cave SCEA Rémon Mestre	20 ha - 800 hl	30 000 bouteilles / an
Commune de Villerouge	25 ha Vers 15 ha en 2007 ?	1120 hl (valeur 2006)
Dominique Lamy	5 ha : 184 hl	

⁵⁷ Sources : entretiens, documents , études sites internet Op cit

ANNEXE 2 : DES EXEMPLES DE REUSSITES : à profusion !

Transformer les pépins de raisin en pépites⁵⁸... Voilà le secret de l'entreprise Caudalie ! Depuis 1995, Mathilde Thomas et son mari, fondateurs de cette PME à succès, conçoivent des cosmétiques à base d'extraits de raisin et jouent la carte "100 % viticole". Tous les produits ou presque ont en effet un nom qui rappelle le vin : Vinopulp, Vinoperfect, Fleur de vigne, Vinosource... Mieux : les créateurs ont déposé le terme de Vinothérapie ! *"Même si la consommation de vin baisse"*, comme l'indique Michel Ponce, d'Onivins (Office national interprofessionnel des vins), peu de marchés suscitent aujourd'hui autant d'intérêt et de nouveaux concepts. À voir tous les produits, accessoires ou services qui se développent dans son sillage, une chose est sûre : tout est bon dans le vin ! Première source d'inspiration : le tourisme. De nombreux viticulteurs proposent des dégustations, des visites d'exploitations, voire des séjours thématiques. Loïc Pasquet, vigneron bordelais et fondateur de Liber Pater en 2002, a ainsi élaboré un circuit touristique à vocation historique : *"Beaucoup de clients s'interrogeaient sur la signification du nom de notre vin. Liber Pater est le dieu de la vigne et des libertés dans la mythologie romaine. Nous avons donc créé un circuit international d'une semaine, ponctué de diverses dégustations. Nos clients sont à 90 % étrangers, plutôt fortunés, et mordus de culture"*, explique-t-il.

Des circuits touristiques autour de l'histoire du vin

Les concepts de résidence qui mêlent vin et visite font un carton plein et répondent au désir de plus en plus marqué des Français de retrouver une ambiance traditionnelle. *"Il faut être à l'écoute des attentes du client et s'y adapter, explique Francine Klur, copropriétaire d'un vignoble bio en Alsace. Nos hôtes recherchent avant tout de l'humanité ! En offrant l'hébergement, notre objectif est de rendre service et de fidéliser la clientèle, pas de faire du chiffre."* Il n'est cependant pas nécessaire d'être viticulteur pour faire découvrir le vin et son patrimoine. De simples passionnés peuvent très bien créer des gîtes ou des chambres d'hôtes (plus rentables mais plus gourmandes en temps). Il est également possible de lancer des activités sportives. C'est par exemple le pari de Valérie et Fabien Kuntzmann, créateurs d'Aglae en décembre 2004, et qui proposent des rallyes pédestres dans les vignobles. Le marché des accessoires du vin est également florissant et très ouvert à la nouveauté. Les concepts novateurs explosent d'ailleurs sur ce créneau : des plus astucieux aux plus fous ! La société "1/4 Vin" a ainsi eu l'ingénieuse idée de créer des verres de vin de 20 cl prêts à consommer tandis que Charles Perrin, jeune héritier d'une dynastie de viticulteurs, a lancé le premier... sexual wine. Baptisé "Le" pour les hommes et "La" pour les femmes, ce vin se présente dans de petites bouteilles et se boit à la paille ! 100 000 bouteilles devraient être vendues d'ici à la fin de l'année, dans les bars et les discothèques.

Inventer des concepts et former les amateurs

Les innovations technologiques sont également de plus en plus présentes sur ce secteur. Exemple avec la société Onéo qui vient de commercialiser un nouveau bouchon appelé Diam, dont le but est d'éliminer le goût de bouchon dans l'alcool. La société a obtenu le trophée d'or de l'innovation au salon Vinitech 2004 de Bordeaux, une référence majeure dans le monde de la viticulture. Enfin, la formation offre elle aussi des opportunités. *"Les jeunes s'y connaissent de moins en moins en matière de vin"*, constate Damien Delattre, directeur de l'école des vins de Bourgogne. Résultat : les formations œnologiques explosent. L'école de Damien Delattre dispense ainsi des formations courtes destinées pour les trois quarts à des néophytes. Pour se lancer, il est nécessaire d'investir dans du matériel informatique, un dispositif de projection pour photos et du mobilier de dégustation. Il est possible de démarrer l'activité en louant des salles de conférences, mais il faudra très rapidement investir dans ses propres locaux pour gagner en crédibilité.

⁵⁸ Nicolas LEFEBVRE - Défis N° 231 - Septembre 2005

En Languedoc Roussillon : des centaines d'initiatives parfois risquées mais toujours innovantes⁵⁹ :

❖ **Une nouvelle production : TOTO VINO** : ⁶⁰ entrepreneur de boissons, crée une **gamme de nouvelles boissons inédites, désaltérantes, finement gazéifiées** (alcoolisées ou sans alcool) à base d'eau, de raisin et/ou de vin, symboles d'une façon de boire « autrement » notamment le SODA. Boire un **TOTO VINO** exprime une demande de pouvoir boire à tout moment de la journée et de la nuit, pendant et hors des repas, pour se désaltérer. Pour créer ses boissons structurées autour du raisin et/ou du vin (avec ou sans alcool), TOTO VINO bénéficie de l'appui technique de **l'INRA** et de sa remarquable Unité expérimentale d'œnologie de Pech Rouge dans le cadre d'un contrat de recherche et d'expérimentation.

❖ **50 000 visiteurs au domaine de l'Hospitalet**⁶¹ : la volonté d'un homme qui a su s'entourer de compétences et définir un stratégie : qualité et exportation. Les vins Gérard Bertrand datent de 1992 . A la fin de sa carrière de rugbyman, Gérard Bertrand décida de créer une société réunissant **les meilleurs vigneron du Languedoc**. La force de conviction de Gérard, sa ténacité, son enthousiasme ont permis de bâtir les premiers partenariats commerciaux en France et à l'étranger. Outre ces vins de qualité (7 M de bouteilles vendues / an dont 40% à l'exportation activité de négoce comprise soit 5,5 M de bouteilles, une équipe de 50 salariés dont 30 en commerce) le domaine l'Hospitalet offre bien plus qu'un domaine viticole, l'Hospitalet est un écrin situé au bord de la Méditerranée, qui véhiculent des valeurs telles que fraternité, échange, culture, au service du vin, de l'artisanat et de la gastronomie : **Art de Vivre !** le domaine de 1000 ha dont 300ha de vignes offre le gîte et le couvert (hôtel et 2 restaurants) caveau de dégustation, galeries artisanales, produits du terroir et animations en tous genre : soirées dégustation et festival réunissant Jazz, vins et peinture : La 3ème édition 2006 d'un festival de sensations qui illustre à merveille l'art de vivre du Sud de la France a réuni un public nombreux ravi d'entendre Nicole Croisille, le Quintet Louis Martinez, André Charlier et Benoît Sourisse, Guy Marchand accompagné de l'énergique orchestre de Fred Manoukian, le Big Band Brass... La proximité de Narbonne et des Plages (Gruissan etc) n'explique pas seulement le succès !

❖ **Les confitures d'Anita ? la gelée de raisin d'Angeline ?**

Tout comme Mme Anita Jalabert qui a créé son entreprise familiale de confitures en 1988, « SARL les jardins d'Anita⁶² » commercialisées sous le nom de « douceurs de vins », Angéline Guibert, exploitant 3ha de vigne sur Ginestas, ne se contente pas de porter ses raisins à la coopérative. Elle a pris la suite de Madame Francès qui lui a transmis ses recettes, son matériel et sa clientèle. Elle choisit ses grappes, presse le jus, fait cuire, pasteurise et produit 3 sortes de gelées à base de carignan, de muscat et de mauzac. La gelée de raisin se déguste en tartine au petit déjeuner et le confit de vin s'utilise en condiment en cuisine pour déglacer, rehausser une sauce, une papillote. Ces créneaux pourraient devenir source d'emploi si des commerciaux savaient faire découvrir ces productions artisanales⁶³

⁵⁹ Lu sur internet : bonjour nous sommes des chambres d'hôtes situées à Boutenac capitale de l'AOC Corbiere, notre village possède de nombreux caveaux ouverts à la visite et à la dégustation..et il existe une route des vins bien sympathique dans le département ! Le meilleur vin du monde 2006 est un minervois donc tout proche de nous!! Visitez notre site ; <http://lacorbiere.boutenac.free.fr>

⁶⁰ www.totovino.com, Toto Vino : entrepreneur de Boissons. BP. 3 à 11200 Névian – France Tel 04 68 433 584

⁶¹ Cf rencontres et visite du Château l'Hospitalet avec Richard Planas, régisseur général des 4 domaines : www.gerard-bertrand.com.

⁶² Les Confitures d'Anita : www.confitedanita.com : Mme Anita Jalabert Les Cabanes 11480 La Palme

⁶³ Adeline Guibert 04 68 46 27 23 In La Gazette du développement local AAdel No 106

- ❖ **La Cité de la vigne et du vin** qui a ouvert ses portes en Juin 2004 avec une double vocation : accueil et information du grand public et formation à destination des professionnels. Cette cité qui « explique » tout de l'histoire de la vigne et du vin a attiré 10 000 visiteurs en 2006 et la montée en puissance est avérée avec les scolaires, les groupes etc.
- ❖ **La prolifération des animations** : Cabardièse – Pennautier (piano et vin, concert dégustation dans des domaines) les ampélofolies du cabardès (truffe et vin), les 14 balades en vins de Pays (Hérault), Terra Vinéa et ses 50 000 visiteurs / an, le circuit découverte avec la grande cave de Banyuls sur Mer, les balades vigneronnes en Minervois, les 69 caves de l'Aude qui proposent un accueil personnalisé (Guide des caves de l'Aude édition 2006 de vigneron coopérateurs audois) ou le guide des vigneron agréés « terras vitis » selon le cahier des charges de l'agriculture raisonnée, les cures de santé avec le Jus de raisin aux halles de Narbonne, les fêtes des vins primeurs à Carcassonne, Lézignan, Limoux.. Promaude à Lézignan Corbière et son village de l'Europe, (80 000 visiteurs annoncés) la fête du haut Fitou, la Ronde du Malepère, Toques et Clochers, la Fête des vendanges de Leucate, La fête des vendanges à l'ancienne de Montréal, La Fête du Chardonnay à Saint Polycarpe, la fête du vin à Tuchan, la fête des châtaignes et du vin primeur à Villardonnel, les pistes du vin de Paul Chevillot etc. etc.
- ❖ Des salons de professionnels tel Immovigne , organisé par l'iNRA, SITEVI à Montpellier (les années impaires), Dyonisud à Beziers en alternance avec SITEVI, et les salons extérieurs (Bordeaux ...) alors même que les coûts deviennent prohibitifs pour les « indépendants » et les petites caves coopératives telles Talairan, Padern ...
- ❖ Sur le seul Pays Corbière-Minervois⁶⁴, nous avons relevé 25 manifestations autour du vin :
 - LEZIGNAN CORBIERES :
 - Fête du vin primeur en Octobre (Mairie)
 - Nuit du Primeur à la MJC en Octobre
 - PROMAUDE et son village d'Europe en Juin Association Promaude : 80 000 visiteurs/ an
 - Soirées dégustation d'un chai et produits du terroir tous les mercredi de Juillet et Aout au camping de la pinède
 - SAINT MARCEL SUR AUDE :
 - Vin Nouveau avec la Cave coopérative et CDF
 - TOUROUZELLE
 - Dégustations de vins de juin à Mars à la cave coopérative des 2 terroirs
 - CAMPLONG D'AUDE
 - Visites du vignoble en Juillet Aout : Cave les vigneron de Camplong
 - SAINT LAURENT DE LA CABRERISSE
 - Soirée vigneronne - vin chansons et poésie (Juillet) : cave « cellier des demoiselles
 - POUZOLS MINERVOIS
 - Paroles de vigneron : journée découverte de la vigne et du vin : cave coopérative
 - AZILLANET
 - Fête du Pin'Art animations autour du vin et de l'art en Juillet . cellier des 3 blasons

⁶⁴ Sources Pays d'accueil Corbières Minervois – Anne Marsserou Danièle Bosch.

- FERRALS DES CORBIERES
 - Université de la vigne et du vin au Cellier de Graffan et Espace Culturel – Pays Corbières Minervoises 27 Octobre 2006.
 - CASTANS
 - Fête de la Châtaigne et du vin nouveau (Octobre) Mairie et CDF
 - AZILLE
 - Fête de la châtaigne et du vin nouveau » marché des produits du terroir octobre
 - AIGUES VIVES
 - « Foire de la pomme du vin et du riz » Octobre Histoire d'Aigues Vives:
 - OLONZAC :
 - Bar à vins - Rugby XV
 - ALBIERES
 - Le Bar à vin – Dégustation et stage d'œnologie en Juillet : Mairie et FMM Cave coopé de Talairan
 - VILLEROUGE TERMENES
 - NUIT ROUGE A VILLEROUGE : rencontre musique et vins : tous les crus du départements : Mairie, ADAC (5 Aout 2006)
 - TALAIRAN
 - Balade dans le vignoble , dégustation tous les mercredi juillet Aout Cave coopérative.
 - LE SYNDICAT D INITIATIVE DE MINERVE :
 - « Les Chemins de Minerve » Art et vin – dégustation insolite, expositions, balade accompagnées, repas, concerts rencontres (Octobre)
 - Les balades vigneronnes (printemps / Ete)
 - Minerve au cœur de la Pierre, Minerve au cœur du Vignoble (Aout)
 - TUCHAN :
 - « Fête du vin Haut Fitou » - départ en calèche sur le vignoble – découverte de la nature – visite guidée et déjeuner vigneron – bal.. en Juillet CDF.
 - Les Mardis de Cavel'Art expositions tout l'été dans les caves particulières du canton – animations – dégustations tous les mardis Juin, Juillet Aout . ADAT
 - SALLELES D AUDE :
 - « Festival l'eau la terre et le vin » journée d'animation avec dégustations, brocante.. Juillet Mairie
- ❖ Pour l'exemple, Jean Pierre Mazard⁶⁵, est apprécié des 4 000 visiteurs annuels qui viennent visiter et déguster dans son caveau de Talairan. Depuis 1993, il mène des actions avec des artistes contemporains qui parrainent des cuvées ou lui offre des étiquettes spécifiques. Cette année – 2006- il a été associé à l'opération Miam Miam Glougou initiée par le Musée International des Arts modestes de Sète et le Conseil Régional⁶⁶. Il propose des sorties à thème avec sa spécialité des Orchidées sauvages et aussi des week- ends découverte comprenant le gîte et le couvert avec initiation à la dégustation, parcours œnologiques, découverte des vignobles, explicitation animée de la fabrication du vin, visite des hauts lieux touristiques de la région etc.

⁶⁵ Domaine Serre Mazard : 63 ha, 3000 hl - 250 000 bouteilles dont 10% à la cave coopé de Talairan.

⁶⁶ Née à Sète en 2003 et organisée par le Musée International des Arts Modestes, la manifestation intitulée Miam-Miam Glou-Glou, organisée par le Musée international des arts modestes en partenariat avec la ville et Jacques et Laurent Pourcel du restaurant le Jardin des Sens de Montpellier, s'exporte grâce à son nouveau partenaire, la Région Languedoc-Roussillon. Il s'agit toujours de mêler l'art contemporain et le vin et, notamment de remettre les prix aux trois cuvées choisies parmi la production régionale, par un jury de spécialistes présidé par François Commeinhes et par Patrick Malavielle de la Région.

- ❖ Les Vignerons de Talairan : cave coopérative (9 terroirs, 950 ha, 170 adhérents 50 000 hl) propose de son côté « des journées vigneronnes gratuites » comprenant des randonnées pédestres autour du vignoble et du patrimoine local suivies de dégustations gratuites des vins et produits du terroir.
- ❖ La plupart des viticulteurs en cave particulière mais aussi certains coopérateurs participent aux nombreuses animations locales : stages d'œnologie et atelier dégustation au Festival d'Albières des Musiques du Monde, Nuit Rouge à Villerouge et à des animations extérieures dans le but de faire connaître, vendre – écouler- leur production⁶⁷ : Marché de Noël Ste Geneviève des bois (Essonne) Foires aux vins en Bretagne, Expo vins du Languedoc Rotterdam Pays –Bas (Mars 2006) expo Corbières Dublin Irlande (juin 2006), quelques uns se lançant même dans des opérations promotionnelles vers le Canada et la Chine⁶⁸.
- ❖ De nombreux gîtes proposent des visites de caveaux et des circuits découvertes. La Cave Coopérative de Talairan offre une bouteille à chaque nouvel arrivant.
- ❖ A l'exemple de l'Italie⁶⁹ et/ou de régions telle l'Alsace, des initiatives « routes des vins⁷⁰ » sont à développer.
- ❖ Sous l'impulsion de Michel Bourzeix ex directeur de l' INRA- Pech Rouge, de multiples initiatives ont lieu dans le narbonnais : développement de la Via Domitia, de la via Aquitana, relance de l'université Internationale d'Eté en Méditerranée, relance des cures de jus de raisin à Narbonne... ,

Plus globalement sur le Pays Corbières Minervois, les animations autour du vin ne manquent pas mais elles sont souvent noyées au milieu d'une foultitude de propositions en tous genres.

Ces animations pour intéressantes et dans l'air du temps qu'elles soient n'en restent pas moins disparates et mériteraient une promotion et une professionnalisation indispensable en vue d'une meilleure lisibilité et une plus grande cohérence . Vous avez dit efficacité économique .

Enfin nous avons relevé une synergie viti vinicole possible entre 6 grands idées-projets , fédérateurs et complémentaires⁷¹ :

- Le Café d'Argeliers traitant de l'histoire des vigneronns
- Le Musée de la vigne de Lézignan
- L'Autre Lieu – Fabrique de Villerouge Termenès
- La Cité de la Vigne et du Vin de Gruissan
- Le Centre de Recherche INRA de Pech Rouge
- L'Université de la vigne et du Vin organisée par le Pays Corbières Minervois .

⁶⁷ exemple : le domaine de Rune créé en 2003 : superficie = 20 hectares, Production 800 hl dont 550 AOC Corbières et 250 Vin de pays.

⁶⁸ Cf. Arnaud Scié de Talairan et sa cuvée étiquetée spécifiquement en chinois dans le cadre de la ,plate forme commercialisation de la fédération des caves particulières .

⁶⁹ Le tourisme viticole mêlé à l'archéologie rapporte 2,5 milliards d'Euros / an aux viticulteurs Italiens in La Dépêche du Midi 31/12/06

⁷⁰ Cf. écrits et communications de Michel Bourzeix (ex INRA)

⁷¹ Entretiens Emmanuelle Benson et Franck Loyat du Pays Corbières Minevois et René Martinole mairie de Lézignan/ association Promaude

DES GROUPES QUI INVESTISSENT :

- ❖ **SOPAGLY ?** Le site de Rivesaltes a été fermé et la production remontée à Macon et racheté par la société RAISIN SAS. A ce jour, la nouvelle société Foulon Sopagly emploie 50 personnes et produit plus de 100 millions de litres de pur jus de raisin par an. Elle est un acteur incontournable en Europe. La **Cave coopé de Talairan** lui fournit chaque année 1000 hl selon cahier des charges, de quoi fabriquer **100 000 bouteilles** de jus de raisin.
- ❖ **Le groupe Fruité :** Holding : Fruité Entreprises (La Roche-sur-Foron/Haute-Savoie) CA consolidés 2003 de 4 entités : 116, 80 millions d'euros, 337 salariés, capacité de production : 310 millions de litres, dont la société **Unisource**. Siège social : Nissan-lez-Enserune (Hérault) CA 2003 : 16 millions d'euros Effectif : 52 salariés, Capacité : 60 millions de litres 4 lignes de conditionnement (en verre).

l'INRA vient de transférer son modèle de jus de raisin, riche en polyphénol à Unisource fruité pour diffusion nationale pour que cela puisse peser sur la filière dès début 2007. 6000 bouteilles seront ainsi réalisées.

- ❖ **UCCOAR :** CA de 75 millions d'euros : 139 employés 1 million d'hl vendus en 2005. Avec une part de marché en volume égale à 3% du marché français, UCCOAR fait partie des 5 plus importantes sociétés françaises en volume, des 10 premières en valeur. Plus de la moitié des volumes est réalisée en vin de pays : 40 % en vin de pays de département et de zone (Aude, Hérault, Pyrénées orientales) et 20% en vin de cépages (Merlot, Cabernet Sauvignon, Chardonnay). Le reste des volumes se répartit comme suit : 25 % en vin de table et vin de l'Union Européenne, 10 % en A.O.C. et **5% de produits « spéciaux » tel que le vin désalcoolisé.**

La Cave Coopérative de Talairan est forte de 170 vigneron coopérateurs exploitant 950 ha de vignes répartis sur 11 villages des Corbières, produit **50 000 hl** par an dont 40% en A.O.C. Elle exporte 1800 hl et fournit 1 000 hl à Foulon Sopagly pour faire 100 000 bouteilles de jus de raisin et fournit près de 50% de sa production à l'UCCOAR en partenaire associé.

- ❖ **Les Domaines Auriol, installés à Lézignan-Corbières, doublement récompensés.** Double récompense pour **Claude Vialade** qui a créé en 1995 à Lézignan-Corbières la société Les Domaines Auriol : d'une part elle a reçu récemment à Montpellier une "victoire de la réussite" décernée par notre confrère Le Journal de l'Emploi, d'autre part, elle a obtenu la certification ISO AFAQ 9001 pour son "système de management par la qualité". Cette récompense s'appuie sur des référentiels internationaux pour optimiser le fonctionnement de l'entreprise. Les Domaines Auriol qui **commercialisent neuf millions de bouteilles dont 90% à l'exportation**, vient de renforcer son équipe commerciale. Jean Jacques Bonnenfant, ancien responsable grande distribution de Listel va prendre en charge le développement du marché français. Jean Kauffmann, venu des Vignerons Catalans, va s'occuper du marché allemand. Ce commercial est employé dans le cadre d'un groupement d'employeurs mis en place avec la cave de Turckheim en Alsace et la société de négoce Siechel de Bordeaux.
- ❖ **Château LA DOMEQUE AOC CORBIERES :** Depuis 1987, **Frédéric Roger** crée et développe une activité de producteur, négociant, éleveur et embouteilleur. Le souci du contrôle total de la chaîne de production a toujours guidé son développement. Trois lignes d'embouteillage pour un potentiel de mise de **15 millions de bouteilles.**
- ❖ **Le Groupe VAL D'ORBIEU** depuis 1967, superficie : 12 000 hectares, 112 collaborateurs, 15 caves coopératives, 80 caves particulières, 2000 vigneron pour 38 millions de bouteilles produites, 77 millions € de C.A. HT dont 48 % à l'exportation et Récolte 2004 : 600 000 hl dont 155 000 d'AOC

ANNEXE 3

63 SITES INTERNET de FORMATION INFORMATION et ANIMATION Autour de la vigne et du vin

(très peu d'opérateurs de la région Languedoc Roussillon)

Animation Chemin vigneron :

http://www.chemins-vignerons.com/01_marc/marc.html

La Cité de la vigne et du vin :

http://www.inra.fr/la_sciences_et_vous/la_cite_de_la_vigne_et_du_vin_entre_savoirs_echanges_et_innovation

Animation Vin en Languedoc Roussillon

: http://www.sunfrance.com/prestige/index.php?id_gmenu=8858&flags1=32uo

<http://www.vignerons.com/actualites/manifs2006.htm>

marque Sud de France : <http://www.vitisphere.com/dossier--49635-51563.htm>

Calendrier

<http://www.oenologie.com/index.php/category/Calendrier-vins>

Organismes de formation :

<http://www.viti-vini.com/fr/1414.html>

Guide des vins

<http://www.sites-fr.com/annuaire/235.html>

<http://www.oenologie.fr/annuaires/services/annuservice.shtml>

<http://www.mondowine.com/index.php>

<http://www.big-annuaire.com/Oenologie.php>

http://www.vignobletiquette.com/som/men_intro.htm

<http://www.indexa.fr/entreprises/annuaire/alimentation/gastronomie-oenologie-guides>

<http://www.meta-referencement.com/annuaire.php?id=109>

<http://www.mylinea.com/vin-spiritueux/guide-vin/>

Manifestations

<http://www.vinexpo.fr/index.php?espace=bilans-salons&rubrique=vinexpo-2005&categorie=presse>

<http://www.mylinea.com/lafeste/animations/>

<http://museum.agropolis.fr/pages/animations/estivales06/accueil.htm>

Oenotourisme :

<http://www.viti-net.fr/Outils/Fiches/FichesDetail.asp?idRub=11&id=1008>

un exemple à suivre le client est roi : http://www.vins-bourgogne.fr/index.php?site_id=4

Prestataires privés :

www.confitedanita.com

WWW.totovino.com

<http://www.quartvin.com/>

<http://www.vitisphere.com/article-52271.htm>

i

www.bistrotdepays.com

<http://www.sommelier-vins.com/categorie-202118.html>

<http://www.degustationvins.com/>

<http://www.vinissime.fr/qsn.html>

[http://www.cepdivin.org/actu/actu2005\(2\).html](http://www.cepdivin.org/actu/actu2005(2).html)

http://recherche.bluewine.com/fr/index.asp?Page=2&no_categorie=400000

http://www.epicurisme.com/index.php?id=59&id_critique=51

<http://caves-legrand.com/univers/>

<http://www.petitedegustation.com/category/dbf4afd77d083e077658ca1de3bc0610/>

<http://sophiedupaigneconseil.com/pages/plus/vin.htm>

<http://www.levinleclub.com/voir-entendre.php>

<http://www.clictout.com/rub.asp?rub=1455>

<http://www.cinerea.com/fr/viniacademie.htm>

<http://www.oeno2000.com/quisommesnous.htm>

<http://www.levinselivre.com/philosophie.htm>

<http://www.vins-emotions.com/pages/presentation.html>

<http://www.meilleur-sommelier-du-monde.com/content.cfm?id=251>

www.oenosud.com

<http://www.arts-culinaires.com/interviews/patrick-chazallet.aspx>

<http://www.vinissime.fr/>

http://dmoz.org/World/Fran%C3%A7ais/R%C3%A9gional/Europe/France/Commerce_et_%C3%A9conomie/Gastronomie_et_alimentation/Boissons/Vins/Formation_et_s%C3%A9jours/

<http://www.oenotropie.com/fr/EvenPro.php>

[dmoz.org](#), [mozilla.org](#) | [ChefMoz](#) | [MusicMoz](#) | [Open-Site](#) | [Wikipedia](#)

<http://museeduvinparis.com/>

<http://www.wine-event.fr/ludique.htm>

http://www.lyon-entreprises.com/entreprise_seminaires_oenologiques_5793.html

<http://www.vinextenso.com/prestations.html>

<http://www.cellier-saint-paul.fr/1.aspx>

www.vinissime.fr

www.ecole-du-vin.fr

<http://www.abrege.com/lpv/prodig01.htm>

<http://www.techno-science.net/?onglet=ouvrages&ID=2100492950>

un nouvel opérateur Audois : Ciel bleu : (mais pas encore opérationnel)

http://www.sunfrance.com/prestige/index.php3?langue=fr&id_gmenu=8858&code_menu=ciel%20bleu%20voyages&id_art=39019#a_39019

ANNEXE 4 : le Projet Villerouge par des vigneron

Suite aux réunions⁷² sur ce projet nous ressentons plus précisément les besoins des vignerons, confrontés à une crise sans précédent.

Différents constats s'imposent :

Les systèmes anciens de commercialisation (vrac soumis aux cours du marché) ont atteints leurs limites puisqu'ils ne revalorisent pas la qualité mais incitent à une production de masse et une politique de bas prix. Les structures en place en sont réduites actuellement à vendre à n'importe quel prix (pour faire tourner la machine disent-ils !) . Les viticulteurs pour qui à la base ont été montées et largement financées ses structures sont oubliés depuis longtemps. Les cours actuels sont environ à 50 % du prix de revient d'un vigneron n'ayant aucun investissement en cours et aucun salaire à payer !

Des efforts ont été réalisés dans le vignoble et dans les caves, mais cela ne suffit pas, suivisme et attentisme, répandus dans notre département, n'apportent aucune solution aux problèmes actuels (" On a fait des efforts donc on va mieux vendre " est une utopie à laquelle malheureusement croient encore beaucoup de viticulteurs). Le réveil risque d'être douloureux.

Nous avons un besoin urgent d'explorer d'autres façons de mettre en marché les produits existants (Vins, hébergement, ...), d'en créer d'autres (Visites, accueil, ...), d'essayer de mettre en cohérence toutes les actions entreprises.

Les atouts à exploiter :

- La région des Corbières sauvages, la nature à l'état pur, des paysages vierges et protégés .
- Gastronomie, culture et histoire méditerranéennes constituent un gisement de valeurs fort et exploitable.
- Une population nouvelle, étrangère à la région vient s'installer chez nous, elle est curieuse de découvrir notre univers. Sachons la recevoir et la transformer en ambassadeurs de nos produits. Nous sommes désormais à deux heures de Dublin, Londres, Charleroi et Barcelone par exemple.
- Le site du château de Villerouge suscite un vif intérêt (20 000 visiteurs annoncés par an) il pourrait être intéressant de proposer d'autres activités culturelles sur ce village puisque à ce jour les visiteurs repartent dès la fin de la visite du château. Les produits de la vigne, activité économique essentielle dans la région, ne sont pas mis en avant dans la commune.
- Le mode de vie actuel a généré une population qui se déplace de plus en plus. Elle est demandeuse de séjours " clef en main " ou une animation intéressante est proposée.

L'objectif à atteindre :

**Valoriser notre région, nos production,
pour vivre dignement dans nos villages.**

⁷² Cf compte rendus de réunions – FIDES Conseil - 31 Janvier 2004, 22 Juin 2004, 7 Octobre 2004, 26 Septembre 2005, 18 Janvier INRA et 7 Février 2006

Quelques activités possibles :

- Fabrication et commercialisation d'une ligne de produits (sous une marque à trouver)
 - dérivés de la vigne et du vin (Jus de raisin, confiture de vin, gelées, ...)
 - issus des productions locales à remettre en valeur (Arbouses, Guignes, ...)
 - autres à découvrir...
- Activités culturelles avec la musique (Padovani), l'art (Récup art), et lien commercial évident en profitant de leurs contacts et tournées dans le monde pour diffuser nos productions.
- Visites découvertes actives de nos différentes activités :
 - Randonnées dans les vignes, la garrigue, les bois, ... (Pédestres, vélos, cheval)
 - Cueillette et fabrication en groupe de fruits locaux (Guignes, arbouses, châtaignes, mures, ... champignons ...)
 - Dégustations dans les caves et chez les éleveurs ...
- Location de salles pour séminaires ou réunions avec activité découverte proposées.
- Activité pédagogique sur l'élaboration des vins, sur les élevages ou autre, réintégrer dans la culture le vin et ses dérivés.
- Prestation service pour fabrication produits dérivés, bouchage, pasteurisation, ...

Au préalable :

Recenser tous les acteurs économiques locaux pouvant être intéressés par une démarche dynamique (Vignerons, éleveurs, hébergeurs, artisans, miel, ...)

Quelques idées de réalisations (à développer et à compléter) :

- Créer un lieu d'accueil dans une démarche de bâti respectueux de l'environnement et faisant appel à des technologies nouvelles utilisant les produits naturels. Ce bâtiment pourrait intégrer :
 - une salle de réception pour réunions, séminaires, ateliers, ...
 - des salles destinées aux travaux culturels, (Musique, Récup-Art, ...),
 - une cuisine pour réception de groupes (par professionnels locaux intéressés ou par nous même quand nous recevons des groupes),
 - un atelier de fabrication et de conditionnement des produits de la gamme propre à la structure (nécessaire pour confitures, bouchage bouteilles capsules et pots, autoclave pour pasteurisation des différents produits, ...)
 - Une zone stockage pour les activités différentes.
 - Une salle bureau avec nécessaire pour optimiser la communication propre et des membres ou autres par l'utilisation de matériel tel que imprimante couleur laser, fabrication d'étiquettes,

Le marché visé :

- Tous les visiteurs qui s'arrêtent ou qui passent dans notre région sont des clients potentiels à capter.
- La clientèle nationale ou internationale en quête de produits naturel, sensible aux produits régionaux et que fait rêver notre région et notre " art de vivre " .
- La clientèle d'entreprises locales ou autres qui recherchent un cadre agréable et inhabituel pour réunion ou séminaires ...
- La clientèle nationale ou internationale de plus en plus nombreuse à la recherche d'une prestation hébergement, activités, découverte.

La structure possible :

- Suite à la réunion de Pech Rouge - Gruissan il est apparu que la forme SCIC pourrait être la solution la plus pratique. A travailler ...
- A notre avis il est primordial d'éviter la déresponsabilisation qu'ont généré les systèmes coopératifs actuels. Pour cela, **il semblerait raisonnable que tous les intervenants intéressés par ce projet s'impliquent financièrement sur ce projet.**

L'élaboration concertée et clairement acceptée d'un règlement intérieur définissant le plus clairement possible les désirs de chacun, les objectifs de la structure et les modes de financement de chaque action sera le pivot de la réussite.

Le fonctionnement :

Au démarrage un salarié polyvalent (Gestion comptable, financière, commerciale ...) animera la structure.

Les différents membres proposent des animations suivant leurs goûts et leurs compétences (Ballades, dégustation, élaborations de produits, ...)

Chaque prestation est rétribuée à raison d'une valeur décidée en commun dans le règlement intérieur.

Il faut que chacun soit reconnu en fonction de son implication financière ou active. Nous sommes dans un schéma économique et pour que chacun s'en sorte par l'action et non pas par des mesures sociales.

Le financement de l'activité :

Nous sommes en train de chercher des solutions à la crise sans précédent que nous traversons.

Au delà du financement de la partie construction, il est primordial de trouver un système d'avance financière pour pallier au manque de trésorerie disponible de tous ceux qui en auraient besoin.

Une avance remboursable sur activité à venir permettrait la responsabilisation de chacun. (Exemple assurance prospection proposée par la région aux activités export).

Conclusion :

- Ce projet pourrait permettre à son petit niveau de recréer une **dynamique** dans notre coin sinistré économiquement.
- Des **liens sociaux** locaux qui se perdent pourraient renaître.
- Par ce projet, nous avons une **ouverture sur monde** à travers les **échanges culturel et commerciaux** prévus.

Des **embauches** peuvent être générés par le développement de l'activité.

La population locale, chaleureuse, sociable, accueillante, laborieuse, souhaite retrouver sa « dignité » en vivant du fruit de son travail et non d'assistantat.

Ce texte est une liste d'idées destinées à alimenter la discussion autour du projet.

Il est fondamental de rajouter, interroger, projeter des idées ...

Coordonnées des participant actuels aux rencontres :

Marie-Lise, JL Arthozouls	11220	Talairan	✂ :0 468 440 305 ☎ :0 468 440 305 ☎ :0 685 834 723
Cave Coopérative Gilles Cutiliez	11220	Talairan	✂ :0 468 440 217 ☎ :0 468 440 613
Domi Mestre Xavier Rémon	11220	Talairan	✂ :0 468 440 499 ☎ :0 468 458 352 ☎ :0 675 698 880 ✉ : rune@wanadoo.fr
Lamy Dominique	11330	Villerouge T.	✂ :0 468 700 683 ☎ :0 468 440 613 ✉ :tourrens@aol.com
Annie et JP Mazard	11220	Talairan	✂ :0 468 440 222 ☎ :0 468 440 847 ☎ :0 685 834 783 ✉ : mazard.jean-pierre@wanadoo.fr
Daniel Rémon	11220	Talairan	✂ :0 468 440 065 ☎ :0 468 440 065 ☎ :0 685 053 444 ✉ : daniel.remon@louis.degrave.com
Estelle et Arnaud Sié	11220	Talairan	✂ :0 468 440 984 ☎ :0 468 440 984 ☎ :0 689 566 120 ✉ : treviac@wanadoo.fr
Nadine et Alain Trille	11220	Talairan	✂ : 0 468 440 210

INRA Pech Rouge : Michel Bourzeix, Jean Louis Escudier : escudier.ensam.@inra.fr

Remerciements

A toutes les personnes qui nous ont contribué à ce travail et notamment :

- Gérard Berland « les 400 coups »
- Lydie Nguyen « AX'Hom consulting »
- Mano Rome Manageur Culturel
- Rémy Spengler «Lille 3000»

les habitants et les élus de Villerouge Termenes

- Secrétaires de mairie
- Equipe de l'ADAC
- Jean Marc Padovani et Soléar

les techniciens des services et administrations

- Franck Simoneau de l'ADDMD 11
- Aadel et ADHCO
- Claire Sarda Verjes Direct Europe Languedoc Roussillon
- DRAC, Réseau en Scène et services du Conseil Régional

Les viticulteurs et les responsables de la profession

- Michel Bourzeix , JL Escudier directeur de l'INRA Pech Rouge
- Michel Cano et la Chambre d'agriculture
- La cave coopérative de Talairan et les viticulteurs locaux
- Jean Pierre Mazard et le Groupe Val d'Orbieu
- Catherine Marin Pestel et l'association Le Remise

La région Languedoc Roussillon ?

Le plus grand vignoble du monde !

La plus grande vithèque du monde : 285 vins !

Vous, viticulteurs du Languedoc Roussillon,
n'ayez pas de complexes.

Notre vignoble est le premier du monde,
c'est à vous de prendre la tête de la viticulture française

Georges Frêche président de la région Languedoc Roussillon

Réveillon du Languedoc Roussillon - Mercredi 21 décembre 2005 à Montpellier