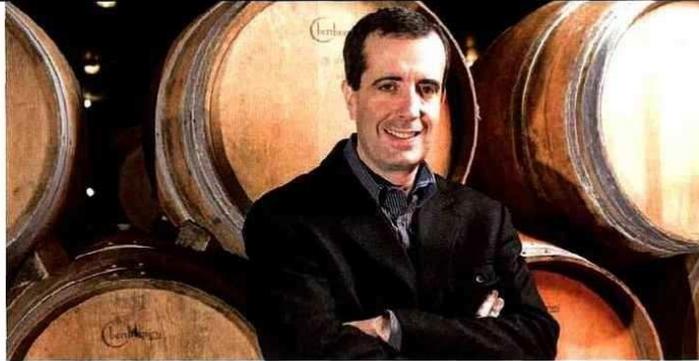


SUD-OUEST  
CAVE À VINS



Pierre Philippe, directeur de la cave de Buzet, souhaite consolider l'appellation en GMS et développer davantage l'export.

## BUZET A DÉJÀ LA TÊTE À DEMAIN

Pour maintenir son développement, l'appellation du Lot-et-Garonne planche sur un accroissement de son potentiel de production. Un projet porté principalement par la cave coopérative qui pèse 95% des surfaces plantées.

Le fameux équilibre entre l'offre et la demande. S'il est bien compliqué à trouver sur le plan national – la France manque de vin après avoir arraché massivement il y a 10 ans – il semble plus abordable à l'échelle d'une appellation. Qui plus est quand cette AOP se résume à une entreprise ou presque. C'est aujourd'hui le cas de Buzet qui voit ses volumes commercialisés devenir plus importants que ceux produits. « Nous sommes effectivement rentrés dans une phase de réflexion stratégique afin de préserver notre rythme de croissance, avance Pierre Philippe,

directeur de la cave des Vignerons de Buzet. Nos stocks ne font que diminuer et ne seront bientôt plus suffisants. » Aujourd'hui, la coopérative sort en moyenne 95 000 hectolitres de ses chais chaque année sur un potentiel maximum de 110 000 hl. Ce qui lui laisse une marge de manœuvre, mais en théorie seulement! « La nature a plutôt tendance à moins donner qu'auparavant mais il y a quand même des leviers que nous pouvons actionner », poursuit le dirigeant. À commencer par l'optimisation des rendements, actuellement en dessous du seuil autorisé. Autre option : l'extension des surfaces de

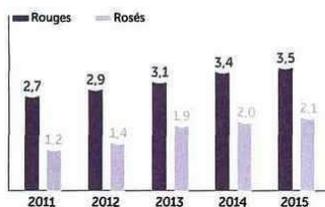
production. Elle requiert plus de temps et une identification précise des terres exploitables. « Il y en a, pointe Pierre Philippe. Buzet a produit plus de 200 000 hl par le passé. »

### PERSPECTIVES COMMERCIALES

Sans aller jusque-là, les besoins semblent réels concernant la coopérative. En hypers et supers, son premier circuit de commercialisation, le principal opérateur de l'appellation poursuit sa marche en avant (cf. graphique ci contre). « Le développement passe par le Bag-in-box\* avec de nouvelles références, notamment chez Auchan et Casino », précise Michel Peyrilles, directeur commercial des Vignerons de Buzet. À noter aussi de bonnes performances réalisées avec les domaines afin de compléter l'offre par le haut. De son côté, Pierre Philippe rappelle les scores du réseau traditionnel « où nous sommes sur-vendeurs. » Il annonce toutefois un autre grand chantier qui se situe bien plus loin que le siège de l'entreprise. « L'export est très clairement le débouché sur lequel nous avons une forte marge de progression. » Vu ainsi, la question sur les volumes prend tout son sens. F.G. © JPR

### 1,7 MILLION DE LITRES SUPPLÉMENTAIRES EN CINQ ANS

ÉVOLUTION DES VENTES, EN MILLIONS DE LITRES, DE BUZET ROUGE ET ROSÉ EN HYPERS ET SUPERS. Source : IRI



Les ventes en GMS confirment la période faste de l'appellation. En l'espace de cinq ans, Buzet a vu ses sorties progresser de 1,7 million de litres. Une hausse équilibrée entre les deux couleurs majeures : + 0,8 million de litres pour les rouges et + 0,9 million de litres pour les rosés.