

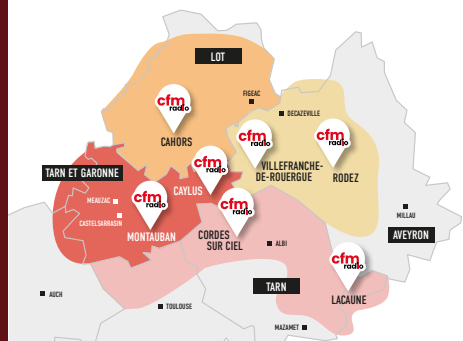
QU'EST-CE QU'ON DÉGUSTE!!?

cfm
radio

LIVE > VENDREDI 17 H 30
REDIF. > SAMEDI 12 H 02

GASTRONOMIE / CULTURE

7 STUDIOS
SUR 4 DÉPARTEMENTS



17 FRÉQUENCES FM

AVEYRON :

> Villefranche-de-Rouergue 90.2
> Rodez 107.9

LOT :

> Cahors 100.5
> Figeac 101.6

TARN :

> Cordes-sur-Ciel 94.7
> Murat-sur-Vèbre 106.2
> Carmaux 105.8
> Lacauene 89.2

TARN ET GARONNE :

> Castelsarrasin 90.7
> Gorges de l'Aveyron 89.2
> St-Antonin-Noble-Val 90.4
> Caylus 99.4 / 105.4
> Montauban 101.2
> Caussade 100.1
> Réalville 98.1
> Laguëpie 91.7

cfm
radio

•• L'INVITÉE

Claude Vialade

La Boss lady d'Occitanie

Par Catherine Betti



ENTRETIEN Elle écrit "Vin" en majuscules. Et décrit sa région en lettres capitales. Femme de convictions, habile et anticonformiste, Claude Vialade défend depuis longtemps une vision de la viticulture à la fois durable et rentable. Ses Domaines Auriol, à Lézignan-Corbières, cultivent l'art du temps d'avance.



●● L'INVITÉE

Claude Vialade, vous venez de fêter le Jubilé des Domaines Auriol. Depuis 25 ans, votre action a été souvent récompensée : Mérite agricole en 2009, Entrepreneur de l'année 2012 en Business vert, Légion d'Honneur en 2013. Comment faites-vous cohabiter les deux "jambes" de votre entreprise, le business et l'écologie ?

Les Domaines Auriol sont la réalisation d'une vision personnelle, c'est donc un modèle unique d'entreprise. Auriol porte les valeurs souveraines que j'ai pour le vin et pour le vin dans cette région. J'ai détecté il y a plus de 25 ans que la consommation écologique, les valeurs de la naturalité et le devenir de notre planète seraient omniprésents et pèseraient dans le choix des consommateurs.

Mon approche écologique ne se limite pas à poser une toiture en panneaux photovoltaïques au siège de ma société. Concrètement, côté vignoble, avec nos partenaires, nous proposons des cahiers des charges plébiscitant le bio, nous optons pour des techniques de vinifications douces ; la dégustation est au cœur de notre métier ; la traçabilité et le contrôle sont effectués à chaque étape.

Côté marché, nous parlons aux clients étrangers de notre vision, de notre expertise, et nous créons et maintenons un SPEC pour chaque profil (analyse chimique, profil sensoriel et origine/technique).

Nombre de nos vins vont de la certification vegan à "méthode nature". Nous proposons certaines bouteilles en PET (sans danger pour les aliments et boissons, recyclables à 100 % et avec la plus faible empreinte carbone, ndlr), et même changé la colle de nos étiquettes qui est désormais naturelle et se dissout à l'eau froide.

**"Revenons au vin
que faisaient nos aïeux,
gentiment alcoolisé."**

Vous défendez le concept de l'artisanat industriel. Faire des vins identifiables, personnalisés, mais avec le poids et la force de frappe qu'offre un grand groupe comme le vôtre. Ce trait d'union entre vignerons et marchés, est-ce cela le "négoce noble" ?

Un négoce noble met le vin au cœur du métier, pas la spéculation. Par exemple, nous avons été les premiers à présenter des gammes certifiées "économie circulaire" à la demande de nos clients export. Nous avons implanté des cépages exogènes (sud de l'Europe) pour répondre aux évolutions climatiques et impulsé le bio comme moteur du développement et d'image de l'Occitanie.

Comment réconcilier la jeunesse avec le vin ?

En sortant des sentiers battus, en sortant de notre logique vigneronne et en les écoutant ! Nous sommes issus d'une culture marquée par le non-conformisme - Comtes de Toulouse, Cathares, Félibres. Alors, allons vers les consommateurs, l'Histoire est devant nous, nous avons la chance de ne pas avoir de boulets au pied. Tous les feux sont au vert.

Comment ça, le vin sans alcool n'existerait pas ? Mais par quel dogme d'un autre âge ?

L'alcool, la sur-concentration, le sur-boisage "gavent" les jeunes ? Eh bien revenons au vin que faisaient nos aïeux, gentiment alcoolisé, plein de charme et de saveurs florales.

Les étiquettes sont illisibles par trop d'informations : optons pour le visuel, faisons rêver avec nos paysages, notre mer si belle, notre azur, notre esprit-vacances...

La bouteille est ringarde ? proposons des canettes, ou des "Pet" souples, légers, garantissant une consommation modérée (équivalent de deux verres), des contenants recyclables en économie circulaire.

L'écologie concerne les jeunes : cela nous va très bien, car l'écologie c'est nous, l'Occitanie étant la région la plus nature au monde. →

●● L'INVITÉE

Vous qui avez une grande expertise sur les marchés étrangers - rappelons que vous faites 85 % de votre CA à l'export -, quelles sont à votre avis les tendances qui se dégagent en ce moment ?

Europe du Nord, Asie, Etats-Unis : chaque zone a son style et son propre mode de consommation.

Mais en synthèse, retenons les 4 B : bio, bulles, blancs (et rosés), bas alcool.

Bio : le segment - et c'est le seul - qui se développe au niveau mondial, est celui des vins avec un label d'économie durable. La certification Bio en est un bel exemple. Vous n'avez pas idée de ce que mettent les Chiliens sur les contre-étiquettes : la protection des cervidés, des libellules, des abeilles, des baleines... Sans label vertueux, pas d'accès aux marchés. La grande tendance surfe sur la vague des vins qui créent un univers. À l'intérieur de cet univers, on trouve des styles et des profils qui se vendent bien : les Bio, les Bulles, les Blancs et Rosés, et même les vins Bas alcool ou sans alcool.

Bulles : une demande croissante, jeune décomplexée. La bulle s'accommode à tous les moments. Alors un chardonnay bio, faiblement alcoolisé, à bulles légères, est gagnant.

Blancs et rosés : plus de 60 % de la consommation mondiale s'affiche en blanc - les rosés sont dans cette mouvance. Une région

majoritairement rouge comme la nôtre se prive de 60 % du marché.

Bas alcool : en France et en Europe, les normes (certaines discutables) ne répondent plus aux exigences du marché et à l'attente de la majorité des consommateurs. En encadrant trop nos travaux pour une aller vers une belle qualité des vins sans alcool, nous, vignerons, perdons un temps précieux.

Château Cicéron est votre fleuron en matière œnotouristique.

Que pensez-vous du vœu exprimé par la ministre déléguée au Tourisme Nathalie Delattre, qui entend faire de la France la première destination œnotouristique européenne ?

Nous sommes alignées puisque notre richesse culturelle fait de nous une référence mondiale. Château Cicéron est un réceptif œnotouristique haut de gamme, mais sa première vocation est son vignoble expérimental. Il y a 15 ans, constatant les effets du réchauffement climatique avec des degrés en alcool de plus en plus élevés sur nos vins et la pénurie en eau de pluie, nous avons imaginé avant tout le monde le vignoble du prochain siècle, résistant et économe en eau en misant sur des cépages créés pour être résistants (marselan, albarino, grenache noir, cabernet-franc et verdejo), chacun muni de porte-greffe et clone adapté à la nature du sol dans lequel il est planté.



Château Cicéron et son vignoble expérimental

●● L'INVITÉE

L'Occitanie peine à construire son image à côté des autres grandes régions viticoles françaises, alors qu'elle est la première région productrice de bio au monde. "La Méditerranée et son écosystème protégé sont notre signature", dites-vous.

Est-ce votre cheval de bataille pour l'avenir ?

Oui, notre région viticole se doit d'avoir une image spécifique, exclusive, identitaire, fédératrice et porteuse au niveau mondial. Spécifique : les crus sont maintenant l'apanage des côtes-du-rhône. J'en veux pour preuve l'éclatement de nos interprofessions : CIVL sans Corbières Minervois et Fitou, CIVR sans Banyuls et Collioure. La Provence s'habille en couleur Rosé. La Loire fascine par ses châteaux royaux. L'approche cépages, selon mon analyse, n'est pas propre à l'Occitanie ; nombreux sont les pays qui communiquent via les cépages.

Exclusif : le thème de la naturalité n'a pour l'instant pas été occupé par la concurrence venant des autres régions.

Identitaire : notre région est légitime avec le plus grand nombre d'hectares en bio, un climat propice, une histoire riche, une région protégée des industries polluantes, des parcs naturels magnifiques, des développements sur les industries propres : photovoltaïque, travail de recherche sur les cépages plus résistants via l'INRA, des paysages grandioses, un espace lumineux, le tourisme vert...

Fédératrice : le corporatisme doit être dépassé pour créer une filière riche et rémunératrice, pour cela il convient de créer un tronc acceptable par tous.



Pièce de Roche, du Château La Baronne en Corbières.
100 % carignan de plus de cent ans d'âge, cultivé en biodynamie. Exceptionnel. Racé, frais, fruité.

Wunjo, du Domaine de la Rune (vin nature), terroir de Lagrasse en Corbières.
Hélène et son frère Manuel, jeunes vignerons, produisent un cinsault merveilleux de fraîcheur. Wunjo est une lettre de l'alphabet runique.



Le questionnaire décalé

1. L'action dont vous êtes la plus fière, en 25 ans de vie des Domaines Auriol ?

Le dossier le plus fort et le plus sensible est la transmission à mon fils Jordi. J'ai pris un coach pendant deux ans tellement il m'était difficile de passer le témoin. Transmettre, c'est former. C'est un acte de confiance en soi.

2. Les vignerons, tous des machos ?

Ils ont certes des pistes d'amélioration en la matière ! La génération au pouvoir quand j'étais à la tête des Corbières n'a pas été bien tendre à mon égard. L'histoire confirme leur erreur : arrachage, éclatement du CIVL... Eux ont disparu, j'ai continué ma route en réalisant au niveau individuel la vision de l'Occitanie viticole qui est la mienne.

3. Et si vous deviez tout recommencer ?

Avec l'expérience d'aujourd'hui ? Aimer les miens et surtout le leur dire. Vivre la vie comme un don de Dieu, sans rien lâcher.