

Sujet Rosé de Provence

Produit : AOC Côtes de Provence – Château Saint Pierre - Cuvée Prieuré Rosé - 2010

Sujet

Situation : Vous êtes représentant du producteur. Une partie de votre travail est de réaliser la prospection et le suivi d'une clientèle professionnelle, l'autre partie est d'assurer l'accueil au caveau de vente de l'entreprise.

Vous devez accueillir **un petit groupe d'acheteurs représentant une chaîne parisienne de cavistes franchisés**. Ce groupe est en "voyage d'étude" dans la région et cherche des produits pour compléter leur gamme de vin dans les appellations locales "Provence".

Travail à faire: Avant la rencontre, vous présenterez en 5 minutes maximum, l'organisation de ce rendez-vous au chef d'exploitation et préparerez l'argumentaire de vente à destination de cette cible en mettant en avant la bouteille 75 cl "AOC Côtes de Provence – Château Saint Pierre - Cuvée Prieuré Rosé – 2010".

Bibliographie

<http://www.techniloire.com>
<http://www.lepost.fr/>
<http://www.suite101.fr>
<http://www.vinsdeprovence.com>
<http://www.econostrum.info>
Site internet de l'entreprise

Données économiques de l'entreprise modifiées pour les besoins de l'épreuve.

L'entreprise (d'après site internet de l'entreprise)

Histoire

Les origines connues du domaine remontent au XI^{ème} siècle.

Des travaux récents de restauration de la cave ont mis à jour les vestiges de l'église Saint Pierre qui appartenait à Foulques, Seigneur des Arcs. Ce prieuré fut légué, ainsi que ses terres, en 1055

à l'abbaye de Saint-Victor et devint, plus tard, une propriété rurale dépendante de la paroisse des Arcs.

Exploité de père en fils depuis quatre générations, l'actuel propriétaire, Jean-Philippe Victor, reprend la suite de l'exploitation familiale en 1987.

Le terroir

Le vignoble du Château bénéficie d'une exposition sud-est. Il est constitué de deux terroirs : l'un acide, adossé au massif des Maures; l'autre argilo-calcaire, situé sur les contreforts de la vallée de l'Argens.

L'encépagement très varié se compose de Grenache, Cinsault (pour les vins rosés), Syrah, Mourvèdre, Cabernet Sauvignon, Carignan (pour les vins rouges) et Clairette, Ugni blanc, Rolle, Sémillon (pour les vins blancs).

Vignes et vinifications

La culture de la vigne a su rester traditionnelle. Le Château Saint Pierre a choisi les techniques culturales respectueuses de l'environnement telles que l'enherbement, l'amendement naturel et le travail du sol.

La vendange est effectuée en grande partie manuellement. Depuis plusieurs décennies, le Château Saint-Pierre a recours à la même famille de vendangeurs italiens, qui loge sur l'exploitation pour cette période. C'est le moment tant attendu de récolter le fruit d'une année de travail. La vinification traditionnelle, associée aux différents progrès technologiques, a permis d'atteindre l'objectif principal du Château Saint Pierre : conserver la typicité et la qualité de ses vins, tout en satisfaisant une clientèle de plus en plus avertie.

L'entreprise a engagé des démarches "qualité" : **HACCP** et **IFS** (International Food Standard)
Superficie totale : 55 ha.

La gamme de produit

Grâce à la qualité de son terroir et à la diversité de sa vinification, le Château Saint-Pierre propose plusieurs cuvées, chacune possédant son propre caractère. (les prix donnés sont les prix de vente au caveau TTC)

Cuvée Baptiste - rouge 2004 (vieilli en fût de chêne) – 16 € TTC PVC

Gamme Prieuré

Ce sont des produits vinifiés ou élevés dans le bois, afin de leur apporter du soyeux, du gras et de la rondeur pour en faire des vins accompagnant les repas gastronomiques. Ils ne manqueront pas de réjouir tous les palais.

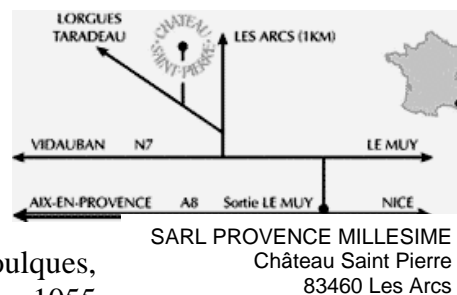
Cuvée du Prieuré - rouge 2008 (passage en fût) – 9,40 € TTC PVC

Cuvée du Prieuré - blanc 2010 (passage en fût) – 8,00 € TTC PVC

Cuvée du Prieuré - rosé 2010 (passage en fût) – 8,00 € TTC PVC

Cuvée Marie - rosé 2010 – 7.30 € TTC PVC

Une cuvée appréciée pour sa féminité, sa couleur très pale et son nez floral et parfumé.



Gamme tradition

Cuvée Tradition - rouge 2007 – 5,60 € TTC PVC

Cuvée Tradition - Blanc 2010 – 5,60 € TTC PVC

Cuvée Tradition - Rosé 2010 - 5.60 €(80 000 cols environ produits par an)

Récapitulatif des médailles obtenues par Château Saint Pierre

Cuvée Marie :

OR Concours Général Agricole PARIS - 2007

ARGENT Concours des Grands Vins Macon - 2007

OR Concours de la ville de St Tropez - 2006

ARGENT Concours général agricole PARIS - 2003

ARGENT Concours du vigneron Indépendant - 2003

Cuvée du Prieuré rouge :

OR Concours des Vignerons Indépendants - 2005

BRONZE Concours des Grands Vins Macon - 2005

BRONZE au concours général agricole Paris - 2004

BRONZE Concours des Grands Vins Macon pour les millésimes 2002, 2003 et 2004

ARGENT Concours du vigneron Indépendant - 2002

Cuvée du Prieuré blanc :

OR Concours des Vignerons Indépendants - 2007

OR Concours de la ville de St Tropez - 2007

ARGENT Concours général agricole PARIS - 2007

OR Concours général agricole PARIS - 2004

OR Concours des vignerons indépendants – 2005/06

ARGENT Concours du vigneron Indépendant - 2003

OR Concours de St Tropez pour le millésime 2003

Cuvée du Prieuré rosé :

ARGENT : Concours Général Agricole Paris - 2009

ARGENT Concours des Vignerons Indépendants - 2009

BRONZE Concours des Grands Vins Macon - 2003

ARGENT Concours vignerons indépendants - 2005

Cuvée Tradition blanc :

OR Concours général agricole PARIS millésime 2007

ARGENT Concours des Grands Vins Macon - 2007

ARGENT Concours général agricole PARIS millésime 2003

BRONZE Concours général agricole PARIS - 2004

BRONZE Concours du vigneron Indépendant - 2004

BRONZE Concours général agricole PARIS - 2005

Cuvée Tradition rosé : BRONZE au Concours des grands vins de France Mâcon pour son millésime 2003

Cuvée BAPTISTE : ARGENT au concours général agricole pour son millésime 2004

Revue de presse (sur le rosé Prieuré)

Guide Gilbert et Gaillard 2010

Robe rose clair. Nez fruité discret. Bouche équilibrée, ronde, harmonieuse, où dominent des arômes d'agrumes. Note: 82/100

Guide Hachette 2010 : Coup de cœur pour la cuvée Marie 2008

Magazine Le Point septembre 2009 : Citation pour la cuvée du Prieuré blanc

FICHE TECHNIQUE du Château Saint Pierre - Cotes de Provence rosé - Cuvée Prieuré 2010

Terroir

Climat méditerranéen

Sols acides du massif des Maures et argilo-calcaires de la vallée de l'Argens

Cépages

90 % de grenache et 10 % de Cinsault

Dégustation

Robe pale aux reflets tendres.

Nez fin, complexe, arômes grillés, fumés, puis évoluant vers la rose, la framboise, finale noix de coco, amande.

Bouche harmonieuse révélant un vin velouté, d'une grande plénitude, très persistante. Finale finement vanillée avec des notes de bois fondu, ne venant pas masquer la typicité de ce vin. On peut le boire en apéritif, il appréciera également d'être consommé avec des viandes blanches.

Vinification

Vendange manuelle. Macération : une dizaine d'heures.

Vinification et élevage sous bois avec bâtonnage des lies.

Conditions habituelles

Conditionné par carton de 6 bouteilles

Prix de vente aux professionnels HT : 3,75 € / col

* TVA à 19,6 % - prix départ cave

Assurance : marchandise assurée à la valeur déclarée

Remise sur quantités (en % sur le CA facturé HT)

- de 50 à 150 cols : 2,5 %
- de 151 à 300 cols : 3,5 %
- 301 cols 450 cols : 4,5 %
- 451 cols et plus : 5,5 %

Ristourne fin d'année sur CA annuel facturé HT

- de 1 000 € à 1 800 € de CA : 0,5 %
- de 1 801 € à 2 500 € de CA : 1,2 %
- de 2 501 € à 5 000 € de CA : 1,8 %
- 5 001 € et plus de CA : 2,5 %

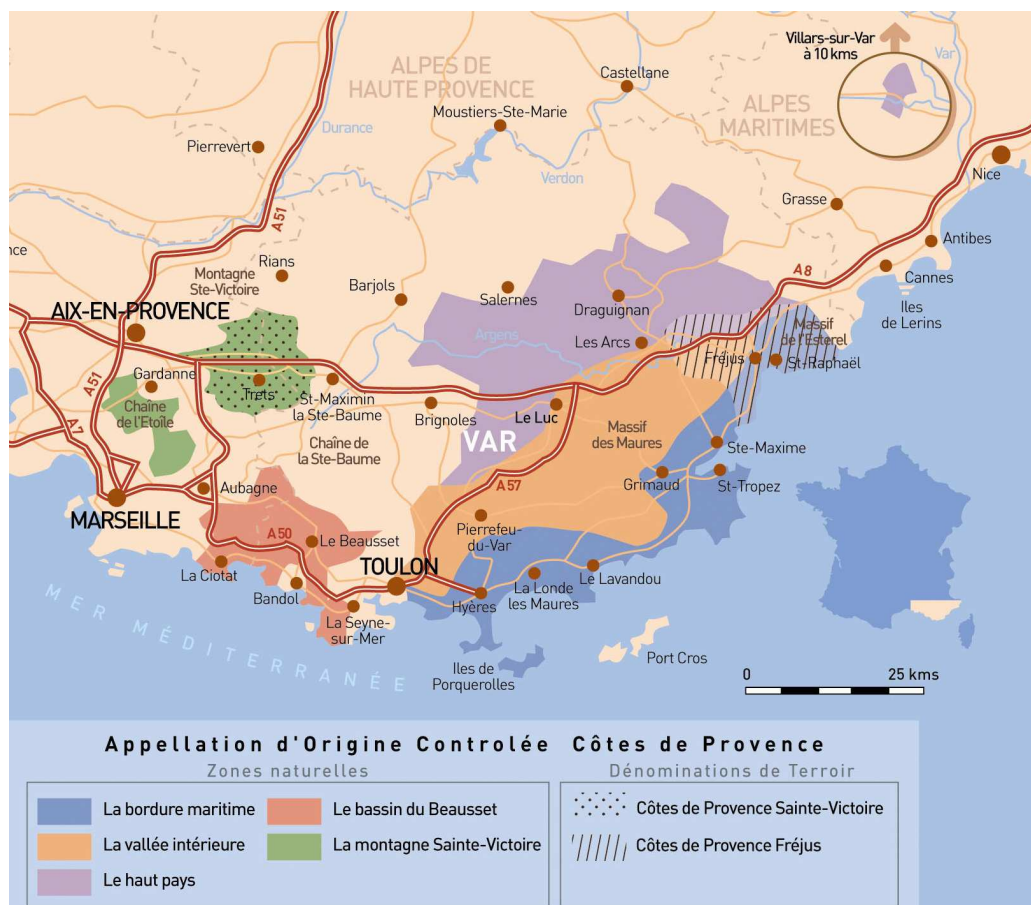
Délai de paiement : 30 jours fin de mois ou escompte : 3 %

Délai de livraison : 10 jours



Présentation de l'appellation "Côtes de Provence"

Actuellement, L'appellation Côtes de Provence s'étend sur plus de 20 000 ha sur 3 départements : le Var, les Bouches du Rhône et une enclave dans les Alpes Maritimes, qui regroupe 84 communes



DONNEES RELATIVES AU MARCHÉ DU VIN ROSE ET AU VINS ROSES DE PROVENCE

La France, 1^{er} consommateur de rosés

- Selon Audirep, 69 % des consommateurs français de vins déclarent en avoir consommé dans l'année.
- 23 % des volumes de vins tranquilles consommés à domicile, hausse de la part de marché grandissante chaque année (+ 2 pts en 2 ans) au détriment des rouges
- Achetés par 51 % des ménages français – Taux de pénétration en hausse (71 % pour rouges et 68 % pour blancs)
- 2/3 des volumes achetés en hyper et super (pour la conso à domicile)
- 2/3 des volumes consommés par les +50 ans. Et ceux sont eux qui font la croissance.

Explosion des ventes de vins rosés en France Phénomène de mode ou profond changement ?

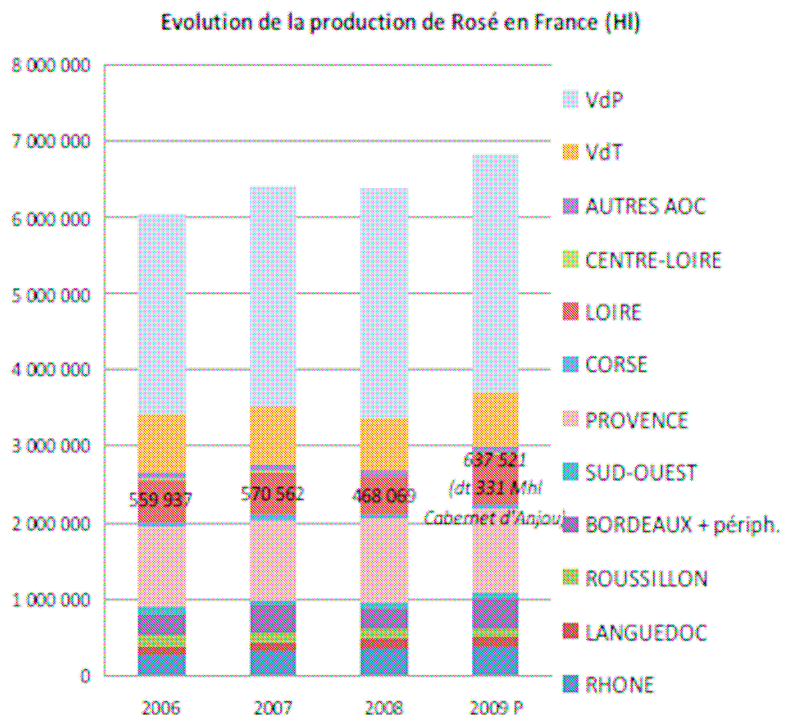
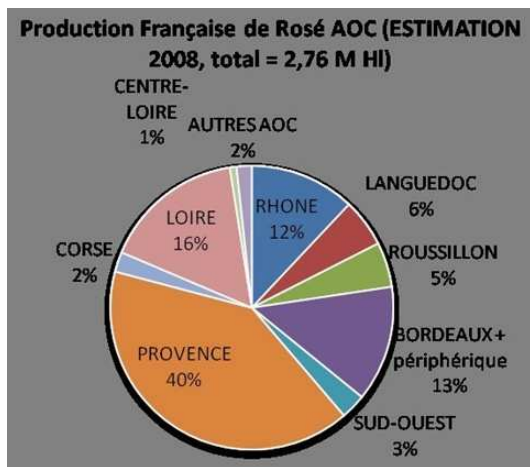
Le ministère de l'Agriculture vient de publier les dernières statistiques et elles sont édifiantes : les vins rosés représentent 25 % des ventes de vin en France alors qu'elles ne représentaient que 9 % en 1998.

C'est une véritable ruée vers le rosé qui s'opère. Et si l'on en croit les tendances et les habitudes de consommation, celle-ci va se poursuivre et même s'accélérer...

- Longtemps considéré comme un petit vin, un "sous vin rouge", le vin rosé bénéficie de cette image de "non vin" surtout auprès des jeunes et des femmes.
- Qui dit petit vin dit aussi petit prix et c'est sans doute cela qui l'a lancé au départ grâce à son côté populaire et facilement accessible.
- Ensuite, le vin rosé est clairement un "vin de rupture", ce qui améliore encore son pouvoir de séduction auprès des jeunes générations qui coupent avec les habitudes de Papa en s'orientant plutôt sur ce vin que le bon rouge paternel!
- Enfin, il s'accommode parfaitement de la cuisine rapide type quiche, salade, pizza et autres snacking ce qui devient carrément un mode de consommation avéré et naturel...

Les vins rosés de Provence sont à l'aube de son succès mais, dorénavant, il faut compter avec tous les producteurs hexagonaux qui tendent à améliorer sans cesse la qualité de leurs vins rosés eu égard à l'énorme marché qui s'offre à eux.

Même la Champagne voit ses ventes de Champagnes rosés exploser c'est dire...



Vin rosé ne rime pas seulement avec été et léger

Un blason redoré

Depuis plusieurs années, la qualité du vin rosé s'est considérablement améliorée. Tout comme les autres vins, il a bénéficié des améliorations techniques en matière de vinification. Son image a changé. Il s'est libéré de son étiquette de vin populaire, tout juste bon à venir en aide à certains vins rouges trop riches en alcool, pour s'inviter désormais sans complexe sur les plus grandes tables de la haute gastronomie française et internationale.

La consommation de rosés ne connaît pas la crise

La consommation de vin au niveau mondial ralentit, mais le vin rosé fait exception à la règle. Une tendance qui témoigne de l'engouement croissant du consommateur pour cette "curiosité œnologique". La France représente 14 % de la consommation mondiale. "Le vin à pizza ou à grillades" laisse peu à peu la place à un vin capable d'agrémenter tous types de cuisines au quotidien. Ces dernières années, nous avons assisté à un changement d'habitude de la part du consommateur : il remplace volontiers lors d'un repas son verre de vin rouge, ou de boissons alcoolisées diverses, par un verre de rosé. L'amateur averti tout comme le néophyte semble avoir été séduit par ce type de vin, simple, facile d'accès, qui ne nécessite pas un palais finement accoutumé aux subtilités œnologiques. Une force, qui a permis à ce breuvage du passé de séduire à la fois la gente féminine et les jeunes, souvent moins connaisseurs de vins et plus amateurs d'alcools forts.

Le rosé de Provence en quelques chiffres

88 % des vins produits en Provence sont des rosés, c'est la seule zone de production spécialisée dans ce type de produit. Le rosé représente donc une large majorité de la production : 89 % des vins des Côtes de Provence, 82 % des Coteaux d'Aix-en-Provence, 88 % des Coteaux Varois en Provence.

A noter : 75 % de la production provençale de rosé bénéficie aujourd'hui du classement en appellation d'origine contrôlée (AOC).

Le rosé de Provence ne connaît pas la crise

Malgré la crise, et alors que le blanc et le rouge subissent une érosion sensible, le rosé résiste. Après avoir vu sa part dans la consommation totale de vin exploser de 10,8% en 1990 à 22,6% en 2008, et après la victoire contre la Commission européenne qui voulait autoriser le rosé "coupé", le vin rosé continue à s'affirmer.

Au premier rang, leader des rosés, le rosé de Provence : il a encore gagné deux points de part de marché dans les grandes surfaces en 2009 pour atteindre 24,7%.

"2010 démarre sur un équilibre offre-demande, avec une légère augmentation de l'offre et une demande dynamique", commente Michel Couderc, économiste du Comité interprofessionnel des vins de Provence, structure qui regroupe les trois appellations majeures des vins de Provence.

Les ventes de 2009, estimées à 650 M€, ont enregistré une progression et les stocks au 31 décembre 2009 sont restés bas, même s'ils sont en hausse, à 90 850 hectolitres.

La dernière récolte du rosé de Provence a été bonne en qualité, et quasi stable en quantité avec 1,068 million d'hectolitres. Le prix moyen de la bouteille vendue en grande distribution a progressé. Il se situe à 3,30 € contre 2,30 € pour l'ensemble des rosés.

Les prix s'annoncent satisfaisants pour 2010 : "Aujourd'hui, on a vu passer 60 % des volumes en vrac avec des prix stables en Côte de Provence et en légère hausse pour les Coteaux Varois et les Coteaux d'Aix-en-Provence", indique Michel Couderc.