



Les yeux de Bernard Angelras, président du Syndicat des vignerons de l'AOC Costières de Nîmes, brillent. 2013 sera un bon cru.

Le mariage

L'évolution en 1989, sous Bousquet, de l'appellation des Costières du Gard devenues « de Nîmes » ont lié la ville et l'appellation. Un mariage de marketing productif pour tous. 26 M de bouteilles de Costières ont été vendues et aujourd'hui, il s'en vend une à la minute jusqu'au Canada ou en Chine, les USA absorbent 18% de la production exportée. L'appellation affiche un CA de 34 M€ dont 17 M€ à l'export. Quant aux Jeudis de Nîmes, 20 000 verres en 9 jours, 90% de retours positifs pour les viticulteurs, tout est dit... « Pour 2014, il faudra pousser les murs de la cathédrale pour accueillir tous les viticulteurs » sourit le président.

« Aller plus loin dans la démarche »

Aux Vignes Toquées (1 400 personnes tous les ans), se sont ajoutées les Nîmes Toquées. Pour la fêria des vendanges, pas de bodega mais des « Vendanges à la Fresque »... La viticulture investit 1M€ pour la promotion de ses produits (dont 300 000€ pour la promotion locale et 400 000€ pour l'export) et portera un peu plus la notoriété de Nîmes. « Nous allons joindre de la promo sur Nîmes à nos cartons de livraison » indique B. Angelras.

Prochaine étape : la hiérarchisation des vins

« Jeff Dunnuck de Wine Advocate (qui a remplacé R . Parker) a dégusté 90 champions par demie-journée et ce une semaine durant », un bon signe pour l'appellation qui travaille sur la qualité et souhaite hiérarchiser les productions pour promouvoir en force une image qualitative en mettant en avant les meilleurs.

SV