

Gonfaron s'offre l'Inverso du décor



Les Vignerons de **Gonfaron** innovent et proposent au consommateur de décrypter l'envers du décor. Avec Inverso, le concept qu'ils viennent de lancer, les cuvées ont été débaptisées et déshabillées de leurs étiquettes traditionnelles plutôt "vintage" pour jouer le design et susciter la curiosité. Adieux Saint Quinis ou Jules César et bonjour Hédonique, Symphonique ou encore Onirique mais si le contenant est littéralement transformé, le contenu, lui, reste fidèle à lui-même : preuves en sont les cinq médailles glanées au CGA. Quant au consommateur, avec Inverso, il est invité à participer à des jeux, des stages de dégustation, aux vendanges, aux assemblages aussi et, pour acheter ses vins, il utilise un système de notation ludique à découvrir en page 6.

La cave s'anime et anime ses vins

Créée en 1924, la cave Les Vignerons de Gonfaron regroupe 130 adhérents autour d'un vignoble de 600 hectares à 80 % classé en appellation. Avec 27.000 hl en majorité commercialisés en direct au caveau, le président, Eric Pastorino et son équipe ont joué l'audace et l'innovation. Avec l'aide précieuse de Massimo Ambrosio, ils viennent de lancer Inverso, concept original qui permet un décryptage ludique des vins pour le consommateur. Pour, en parallèle, fêter les cinq médailles glanées lors du Concours Général Agricole, personnalités, clients et vignerons ont été invités samedi 20 mars, à apprécier le nouvel habillage de la gamme.

"C'est une nouvelle histoire, une volonté d'être différent, d'être novateur tout en étant en accord avec l'évolution du consommateur". Ces quelques mots du président, Eric Pastorino, résumant parfaitement la motivation qui a prévalu à la création d'Inverso, dont l'accroche est ni plus ni moins, "l'expérience du vin". C'est en effet une invitation à la découverte, un catalyseur à la curiosité que Les Vignerons de Gonfaron ont voulu créer. L'effet est réussi avec un habillage entièrement revisité, des noms de cuvée eux aussi retravaillés : les contenants évoluent, mais pas le contenu, toujours qualitatif, ni les prix, insistent les vignerons. Exit donc la cuvée Saint-Quinis ou encore la Jules César, adieu l'âne qui survole le clocher du village sur les étiquettes. Aujourd'hui, dans les rayonnages du caveau où ils sont mis en lumière et en scène, les vins se prénomment Poétique décliné en rouge et rosé, Onirique, Hédonique,

Symphonique dans les trois couleurs, L'unique pour un rouge haut de gamme d'exception et, bien sûr Légende avec un clin d'œil à l'âne de Gonfaron, revu et corrigé bien sûr... Au-delà de l'étiquette au design signé Massimo Ambrosio où l'Imprimerie Chalaguier a fait preuve d'adaptation puisque certaines d'entre elles comptent des bandes holographiques "pour créer un mouvement et susciter la curiosité" précise le conseiller en marketing, des chiffres attirent l'attention. Ce code est en fait un outil de décryptage pour acheter son vin. Dans un linéaire, que choisir si aucun conseil n'est là pour expliquer le contenu ? L'idée a donc été d'imprimer trois descripteurs, un pour l'intensité aromatique, l'autre pour la structure du vin et le troisième pour sa puissance, avec une graduation allant de 1 à 9. Onirique, en rouge, par exemple, est sous-titrée d'un 5-4-5, soit une intensité aromatique notée 5 sur l'échelle, une structure notée 4 et une puissance notée 5. Bien sûr, au caveau ouvert 7 jours sur 7 été comme hiver, on explique au consommateur ce que sont ces fameuses "intensité aromatique", "structure" et "puissance". Mais Inverso ne s'arrête pas là. *"Nous avons voulu simplifier l'accès au vin bien sûr et certes, ce concept est un outil de communication qui est une première orientation sans l'étape de la dégustation, explique Eric Pastorino, entouré pour l'occasion du vice-président, Eric Coste et de l'œnologue, Séverine Duha. C'est aussi du marketing mais également l'expression d'une volonté, celle d'une équipe. Tout changer en supprimant les repaires étiquettes traditionnels était osé mais l'adhésion a été générale, tant au niveau des coopérateurs que de notre clientèle. Lors de la présentation du millésime Côtes de Provence à Hyères, nous avons pu mesurer cette réussite avec un beau succès de notre nouvelle gamme. Avec ce concept, nous voulons surtout montrer à nos clients ce que nous savons faire et lui faciliter l'approche du vin, en nous inscrivant dans un projet œnouristique dont Inverso est la premier pas".* Des ateliers pédagogiques vont être mis en place avec des découvertes et



des initiations à la dégustation, des jeux sur les activités viticoles, la participation aux vendanges et aux assemblages aussi. L'ambition est d'affirmer la cave comme un lieu de vie, d'échange et de partage, de faire découvrir l'envers du décor... l'Inverso.

Lors de la présentation officielle du concept, Josette Pons, présidente de la Commission Agriculture du Conseil Général, Paul Denis, conseiller général, Alain Baccino, président de la Chambre d'Agriculture et Roque Pertusa, président du CIVP et des Vignerons Coopérateurs, se sont enthousiasmés pour cette démarche novatrice. "Cette mise en scène des vins rehausse le concept qui permet aux consommateurs d'acheter le vin autrement, en lui donnant le sentiment d'avoir lui aussi une âme de vigneron", dira Josette Pons, résumant parfaitement la philosophie d'Inverso.

Pour Eric Pastorino, cette signature est avant tout un travail d'équipe qui a trouvé son origine il y a quelques années par un Trophée Cépia, décerné au caveau de Gonfaron pour son design, puis confirmé par une visite à Vinitaly où les coopérateurs ont eu la révélation de l'impor-

tance de cuvée de qualité, certes, mais dotée d'une signature forte. "A la veille des 90 ans de la cave, nous avons voulu, avec mon équipe, amener une pierre à l'édifice comme l'on

fait celles et ceux qui nous ont précédés": une pierre pour le moins originale, à découvrir tous les jours au caveau à Gonfaron.

Pascale Porte



A I V P

209 candidats aux Soleils

Pas moins de 73 producteurs ont présenté 209 échantillons de Vins de Pays et de zone, déclinés en rouges, rosés et blancs lors de la dégustation organisée au Cannet des Maures par l'AIPV, Association Interprofessionnelle des Vins de Pays, lundi 15 mars. Chacun d'entr'eux comptait bien décrocher un Soleil, voire plus, récompensant les efforts déployés de la vigne à la cave. Finalement, les dégustateurs ont tranché : seuls 73 vins seront mis en lumière



lors de la soirée de remise des trophées.

Celle-ci est programmée pour vendredi 26 mars, à La Magnanerie Saint Isidore à Pierrefeu.

Comme il se doit, c'est un sportif qui parrainera la soirée, rendez-vous festif de la profession.

Après la voile, l'automobile et le football, c'est le tennis qui sera à l'honneur.

Fabrice Santoro laissera ce jour-là sa raquette pour le bâton de maître de cérémonie pour dévoiler le palmarès des Soleils qui, en attendant, reste top secret...