

# Les nouveaux métiers du vin

**Diversification** ▶ LA FILIÈRE OFFRE PRÈS DE 15 000 EMPLOIS PAR AN.

**L**A SAISON des vendanges bat son plein. Et c'est toute la filière vinicole qui retient son souffle. Le millésime 2005 sera-t-il exceptionnel ? En matière d'emploi, le secteur salarie 75 000 personnes en direct et 300 000 de façon indirecte. Et chaque année, ce sont près de 15 000 recrutements qui seraient effectués dans toute la filière.

Depuis quelques années, des créateurs d'entreprises ont même redécouvert les attraits du précieux nectar et ont créé de nouvelles façons de le fabriquer, de le conserver ou de le consommer. Avec ces innovations, ce sont de nouveaux métiers qui voient le jour. « De nombreux jeunes s'intéressent au créneau du vin. Nous comptons une vingtaine d'inscriptions par jour sur notre portail en ligne », remarque Michel Remontat, fondateur de Vitisphère, une plate-forme Internet d'information sur le vin. François Bannier, 34 ans, et son associé, eux, se sont aperçus qu'il n'existait aucune marque de référence en Languedoc-Roussillon. À Bouzigues, près de Montpellier, depuis plus de deux ans, ils achètent des vins, les assemblent et les élèvent dans leur chai pendant 18 mois avant de les revendre sous la marque qu'ils ont créée, H & B.

Côté cavistes, aussi, il y a du nou-

veau. Le métier se réinvente. Les boutiques de vin s'adaptent à une exigence nouvelle du consommateur à la fois en matière de conseil et de qualité. Les soirées dégustations se multiplient. Les week-ends ou vacances œnologiques sont souvent proposés.

« Nous créons même des événements sur mesure sur le thème du vin pour les entreprises ou les particuliers », confie Peggy Bouvattier, ancienne cadre dans l'industrie qui a créé Le vin en tête, une cave à vin dans le XVII<sup>e</sup> arrondissement de Paris.

De nouveaux produits fleurissent aussi. Et avec eux la notion de marketing du vin. « Avant on allait voir un imprimeur pour la création d'une étiquette, maintenant, on fait appel à un consultant en packaging », observe Michel Remontat. Charles Perrin, 25 ans, a par exemple créé il y a quelques mois l'entreprise Grasp qui produit et commercialise les vins « Le et La », les premiers « sexual wines » du marché. De petites bouteilles (20 cl) de rosé à siroter à la paille avec une version spécialement dé-



**2005, un millésime exceptionnel en terme d'emploi ?**  
(Photo P. Roy/Hoaqui.)

diée aux hommes, une autre aux femmes. « Avec ces vins sexués, nous avons voulu que les consommateurs boivent du vin dans des endroits nouveaux comme les bars ou les boîtes de nuit », explique Charles Perrin.

Le Web apporte son lot d'innovation. Les ventes de boutiques en ligne comme 1855 ou ChâteauOnline explosent. Devant ce succès, des entreprises américaines offrent à ses clients la possibilité de composer leur vin en ligne et de se le faire livrer. En France, Goosto, une PME des Pyrénées-Orientales, propose de louer des pieds de vigne sur Internet ! Pour 175 euros, le client détient 24 pieds numérotés, ce qui lui donnera, au final, 24 bouteilles.

**Capucine GRABY**