

## Le Libournais et le CIVB unis pour promouvoir le bordeaux

Ph. B., (1) bordeauxlocal.fr

---



*Le président du CIVB, Allan Sichel, et le président de la Cali, Philippe Buisson, ont acté leur partenariat lundi. PH. B.*

**La Communauté d'agglomération du Libournais et l'interprofession veulent soutenir les établissements qui proposeront à la carte des vins locaux**

« Est-ce qu'à Reims, on propose à table des crémants de Bordeaux ? » Ce lundi, le président de la Communauté d'agglomération du Libournais (Cali) et maire de Libourne, Philippe Buisson, grossit le trait mais n'en démord pas. « Cela me met hors de moi de voir que des restaurants du Libournais ne proposent pas de vin de Bordeaux à leur table. » « Il faut se battre contre la schizophrénie », martèle-t-il. Comme promis en septembre dernier, la Cali vient de conventionner avec le Conseil interprofessionnel du vin de Bordeaux (CIVB) pour soutenir les établissements du Libournais qui présenteront à la carte des vins issus du territoire, qui croise pas moins de huit appellations.

Les vins concernés ? « Pas tant les rouges que les rosés, les blancs... et aussi les vins pétillants ! » L'élu réfute l'argument économique. « Dans un menu à 15 euros, avoir un vin du pays de l'Aude, ou un vin de la cave de Génissac, cela ne change pas grand-chose au prix. Mais c'est important pour les vins de Bordeaux qui souffrent ! » Concrètement ? La Cali investit pour la réalisation d'outils promotionnels portant les deux logos de la Cali et du CIVB, mis à la disposition des professionnels, dans le cadre de l'opération Bordeaux local (1). Un budget de 30 000 euros annuel pendant trois ans. « Cela peut paraître symbolique. Mais la puissance publique investit pour la promotion des vins locaux », commente-t-il.

## **Contre le « bordeaux bashing »**

« Pour nous, cela n'a rien de symbolique, c'est au contraire extrêmement important pour la filière », enchaîne Allan Sichel, président du CIVB. « Surtout dans le contexte qui est le nôtre, les viticulteurs relevant toujours plus de challenges, économiques, sociétaux, environnementaux... »

Le CIVB, rappelle-t-il, s'est engagé dans la démarche Bordeaux local, pour un consommateur « éduqué et informé », afin de regagner des parts d'un marché écorné par le « bordeaux bashing ». Mais aussi pour « redonner de la fierté aux détaillants ». Et bien sûr aux viticulteurs eux-mêmes, qui ont besoin « de savoir que leurs produits sont appréciés ».

Publié le 06/03/2024 – Sud-Ouest