

Foires aux vins 2010

La mascarade des gros arnaqueurs

L'été n'a même pas tourné les talons que le marché appelle les moutons payeurs à leurs obligations. Fidèle au rendez-vous, la grande machine à claquer du pognon se met en route, rouleau compresseur médiatique enjoignant au consommateur d'investir dans les bouteilles dictées par la propagande officielle, avec le concours empressé de ces « spécial vin » dont la presse a fini par faire le plus juteux de tous les marronniers. Nous sommes consternés par le mal que se sont donné nombre de nos confrères en épluchant les tarifs des foires aux vins de la grande distribution pour y repérer, pour

chaque enseigne les prétendues « bonnes affaires » sur lesquelles il est urgent de se précipiter. Ils oublient seulement de préciser à leurs lecteurs que bien peu de ces « bonnes affaires » seront disponibles le premier jour de l'offre et que les rares aubaines sont loin d'être à la hauteur de ce que doit être une « foire aux vins » digne de ce nom. Entre 10 et 15 % de baisse par rapport aux prix habituels, si tant est que ce concept veuille encore dire quelque chose au vu des tarifs et des promotions en vigueur sur le Net, relève du ridicule, du dérisoire, pour ne pas dire du malhonnête, dès lors que l'on promet monts et merveilles à une clientèle trop crédule.

Non, les foires aux vins ne sont plus du tout l'occasion de remplir sa cave à prix cassés, mais un rituel annuel que la grande distribution perpétue pour écouler ses stocks. Le nombre de vins proposés, la diversité des gammes et la multiplicité des millésimes constituent un inextricable dédale rendant toute comparaison impossible.

Désinformer l'acheteur

Soyons sérieuse, qui prend le temps de pointer chaque ligne d'un dépliant pour vérifier si le prix proposé est en rupture avec le tarif habituel ou celui en vigueur sous une autre enseigne ? Est-ce ainsi que l'on choisit son vin ? Le client qui veut acheter 24 bouteilles n'a pas à jouer les commissaires aux comptes pour faire son choix, la promotion doit être flagrante. Prenons l'exemple du château-léoville-las-cases 2007, du célèbre grand cru classé de Saint-Julien, dans le Médoc, vendu 120 € par Casino. Il est proposé entre 112 et 117 € sur certains sites du Net. Une vraie « foire aux vins » le mettrait à l'affiche - 25 % de son prix, soit à 90 €, ce qui serait une offre encore trop peu intéressante pour un millésime aussi moyen. Et ainsi de suite. Pour ce qui est des vins à moins de 10 €, on atteint les limites du scandale, car, vérification faite, c'est leur prix moyen le reste de l'année. Il y a donc volonté délibérée de désinformer et d'arnaquer le public. Si ces foires aux vins supposent d'authentiques, solides et consistantes remises, qu'on leur applique la législation des soldes, en affichant l'ancien et le nouveau prix. Le masque finira par tomber. ■

Ce rituel annuel ne permet pas de remplir sa cave à prix cassés, mais d'écouler les stocks de la grande distribution.



castelli / andia.fr

Bien acheter son vin

Une démarche personnelle

Rien n'est plus personnel et intime que le choix d'un vin. La première démarche est donc de trouver le vin que l'on aime, et non le vin qu'il faut boire selon son classement, sa cotation ou son étiquette. Laissons de côté, une fois pour toutes, les paramètres médiatiques et tendancielles pour ne s'en tenir qu'à l'essentiel, le plaisir. Comme un habit, l'idéal est de pouvoir essayer, en l'occurrence de goûter, avant de choisir.

Si l'on connaît déjà, ou que l'on sait ce que l'on veut, le problème ne se posera pas, il survient seulement face à l'inconnu. Les foires aux vins de la grande distribution ont ceci de terrible que l'on y achète son vin, souvent en grande quantité, sur la seule prescription d'un tiers, selon la note que telle publication ou tel guide a décernée à telle étiquette. Quand au contenu de la bouteille, on ne le découvre que le jour où on l'ouvre. Les mauvaises surprises

ne sont certes pas systématiques, mais il est dommage d'acheter ainsi à l'aveugle, comme pour « se débarrasser » de la chose, des vins que l'on devrait normalement sélectionner selon son goût, ses envies, ses besoins, après un échange culturel ou gastronomique avec un caviste ou un producteur. La dégustation est une chose trop belle et trop sérieuse pour la confier à des revendeurs de pinard qui nous prennent pour des vaches à lait. ■