

Le négoce ligérien Amirault-Grosbois la joue agile

Le spécialiste du bio crée une filiale pour les vins en conventionnel

Savoir s'adapter. La structure de négoce Famille Amirault-Grosbois est née en 2009 de la synergie entre les domaines Grosbois à Chinon (37) et Amirault à Saint-Nicolas-de-Bourgueil (37) afin de répondre à des demandes de marché plus volumiques. Connus et reconnus dans le milieu des vins bio et biodynamiques, l'opérateur ligérien commercialise aujourd'hui 300 000 cols dont 80 % en grande distribution. Il a d'ailleurs noué plusieurs partenariats avec ce réseau. Le vinificateur produit notamment un bourgueil sélectionné pour la filière Cultivons Le Bon d'Auchan et un autre fait partie de la gamme Club des Vins et Terroirs chez U.

Liane pour les vins non labellisés

Aujourd'hui, Famille Amirault-Grosbois s'adapte à nouveau afin de pouvoir développer son offre. « Dans ce contexte compliqué tant économiquement que climatiquement, il devient difficile pour de nombreux partenaires de maintenir la viticulture biologique depuis trois années. Certains d'entre eux se retrouvent contraints de se désengager du label, explique Nicolas Grosbois, vigneron et associé fondateur de Famille Amirault-Grosbois. Ils n'en demeurent pas moins vertueux et nous avons choisi de les soutenir. » Au printemps prochain, le négociant ligérien lancera donc une gamme complète de vins conventionnels avec les partenaires concernés. Dénommée Liane, elle comprend une dizaine d'AOP : bourgueil, chinon, saint-nicolas-de-bourgueil, saumur-champigny, vouvray, montlouis, cheverny, touraine-sauvignon, saumur blanc et rosé de loire. « Ce sont des produits à la croisée des chemins : des vins de qualité en conversion vers le bio ou en conventionnel qui nous permettent de proposer des prix de vente plus attractifs pour le consommateur, de l'ordre de 25 % moins cher que les vins labellisés », explicite Thomas Megnin, directeur commercial de Famille Amirault-

« Il faut se poser des questions très rapidement afin de préserver une viticulture compétitive et rentable. »

Nicolas Grosbois,
associé de Famille
Amirault-Grosbois



Sylvain Grosbois (à gauche), directeur technique, et Thomas Megnin, directeur commercial, représentent la gamme Liane.

Grosbois. Avec un positionnement sous les 7 € la bouteille, l'objectif de vente de Liane sur la première année est d'environ 100 000 cols.

Famille Amirault-Grosbois entend malgré tout conserver son ADN dans la sphère bio. C'est pourquoi pour distribuer ces vins non labellisés, l'entreprise a créé une filiale du même nom, Liane, représentée par Sylvain Grosbois, directeur technique de Famille Amirault-Grosbois, et Thomas Megnin. « Dans les prochaines années, les labels vont certainement devoir s'adapter, note Nicolas Grosbois. Sur nos domaines, cela fait deux ans que nous récoltons la moitié d'une production normale. Il faut se poser des questions très rapidement afin de préserver une viticulture compétitive et rentable. » Et le producteur de conclure « Il faut de beaux fruits pour faire de bons vins. » ● Chloé Queffeuilou

Un sourcing complémentaire à Gaillac (81)

Ce n'est pas la première fois que le négociant doit composer avec son environnement. En 2016, le gel a contraint l'opérateur à trouver une solution afin d'être en mesure d'alimenter ses marchés. Depuis cette date Famille Amirault-Grosbois a noué un partenariat avec un vigneron à Gaillac afin d'assurer un sourcing bio

en merlot, syrah, duras et braucol qu'il vinifie ensuite « à la ligérienne ». Ces raisins permettent de produire des vins en AOP gaillac, et de plus en plus en vin de France, vendus chez Monoprix. « Ce sont des sécurités d'entrepreneur essentielles dans notre monde de producteurs aujourd'hui », souligne Nicolas Grosbois.