

COUCHES

La nouvelle signature entre hier et demain pour les Côtes du Couchois

La nouvelle signature destinée à accompagner le développement de l'AOC Côtes du Couchois, a été dévoilée à l'occasion de la Saint-Vincent du Couchois qui a réuni une centaine de vignerons de Couches, Dracy-lès-Couches, Saint-Maurice-lès-Couches, Saint-Sernin-du-Plain, Saint-de-Trézy et leurs invités.

L'appellation Côtes du Couchois dispose désormais d'une nouvelle signature qui a fait l'unanimité « en conjuguant à la fois modernisme et tradition, un pont entre hier et demain, entre ceux qui transmettent et ceux qui reçoivent, des siècles d'histoire, pour construire celle de demain ». Les viticulteurs ont souhaité que la primauté de sa présentation ait lieu à l'occasion de la Saint-Vincent du Couchois. Cette dernière a réuni une centaine de participants : les habitants des villages qui composent les côtes du Couchois, jeunes, moins jeunes, proches et amis, etc. curieux de découvrir la nouvelle signature de l'appellation. Avant le lever de rideau, Laurent Demontmerot, nouveau président de l'Union des producteurs de l'AOC (Appellation d'origine contrôlée) Côtes du Couchois (UPCC), a eu une « pensée forte » à la mémoire de six vignerons disparus depuis la dernière Saint-Vincent, célébrée en janvier 2020 : « C'était une génération d'hommes de caractère qui ont su promouvoir leur territoire avec simplicité mais avec la fierté du travail bien fait. Ils ont fait leur part du métier. C'est une transmission qui nous est chère. C'est à nous de continuer dans cette voie à partir de ces bases-là. » Avec du respect pour la vigne, le raisin, la maîtrise du geste et de l'outil de transforma-



Antonin Lacour présente le logo avec à ses côtés, Catherine Amiot (à gauche), conseillère départementale. Photo JSL/Jean Pierre TISSIER

« Pourquoi ne pas admettre que 2022 est une nouvelle année pleine de promesses et d'inattendu ? »

Olivier Poelaert, porte-parole de l'Union des producteurs

tion, le vigneron est en capacité de réaliser un produit qui donnera du plaisir au consommateur.

Antonin Lacour, porteur du projet, a dévoilé la nouvelle signature. Cette dernière fait allusion à l'imaginaire du Couchois, sculpté de monts et de vaux, de mythes et de légendes. Il traduit un bel équilibre

entre l'ancrage et la projection, un incroyable pari pour demain mais avant tout un magnifique étendard pour accompagner une AOC qui séduit de plus en plus d'amateurs, qui garantit l'expression d'un lien fort entre le produit et son terroir. Une valeur sûre dont le rapport qualité prix est imbattable. La nou-

velle signature va contribuer à booster l'appellation.

Un début d'année en fanfare

« Après une année 2021 difficile, avec des craintes de production avérées, il faudra désormais gérer le manque de stock. Pourquoi, alors, ne pas admettre que 2022 est une nouvelle année pleine de promesses et d'inattendu », se demande Olivier Poelaert, porte-parole de l'Union des producteurs. Et ce n'est pas la qualité qui manque. Seize domaines produisent la totalité des vins revendiqués en Bourgogne Côtes du Couchois. Six d'entre eux comptabilisent plus de 75 % de la production avec une distribution quasi exclusive en bouteilles.

Jean-Pierre TISSIER (CLP)

« sublimer nos points forts »

« Les viticulteurs du Couchois ont (enfin) trouvé leur unité avec une envie commune de bousculer les idées reçues », explique Laurent Demontmerot, nouveau président de l'UPCC. Nous sommes dynamiques. Nous avons la volonté de produire des vins d'excellence, en rouge et en blanc. Le nouveau logo est là pour représenter tous les producteurs (50) de Bourgogne Côtes du Couchois. Il est destiné à bien mettre en évidence une image valorisante de nos vins, gage de qualité. La première image au cœur de notre stratégie promotionnelle est cette identité visuelle qui permettra de reconnaître rapidement la marque du produit et de s'identifier à lui. Elle est le reflet de l'histoire, de la culture, dudit produit. Cette carte d'identité graphique véhicule notre positionnement. Un client achète un vin. Il repart avec une expérience. »

De nouveaux arrivants

Et d'ajouter que « nous avons plusieurs domaines qui vont rejoindre rapidement notre appellation fétiche. Nous sommes sur le millésime 2021 à 60 hectares dé-



Le nouveau logo sera apposé sur tous les supports assurant la promotion des Côtes du Couchois. Photo JSL/Jean-Pierre TISSIER

claré sur l'appellation. La barrière des 80 hectares peut, on l'espère, être atteinte avec le millésime 2022. La clientèle est là. Il nous reste à faire du vin et du bon. Ce qui est déjà le cas. »

La ronde du Couchois aura un

logo spécial qui reprendra l'écuson avec la même police d'écriture. « Le but est de diffuser au maximum une image qui, une fois vue et enregistrée, est facilement assimilée à un territoire précis. Au-delà du monde viticole, nous vou-

lons donner une fierté au Couchois, sur la force de son patrimoine. Il nous faut sublimer nos points forts. C'est dans cet esprit de globalité que toute une région progressera », fait valoir Laurent Demontmerot avant de préciser que « l'unité nous fait, nous fera, un bien fou. J'arriverais avec le bureau et l'aide d'Olivier Poelaert, à faire (enfin) aboutir le dossier AOC Côtes du Couchois blanc. Ce sera notre entêtement de l'année 2022 ».

Le même logo depuis 20 ans

C'est l'agence T-in Communication dirigé par Thierry Pajor, basée à Mâcon, qui a créé ce nouveau logo après « un réel travail de recherche », précise Antonin Lacour. Il sera apposé sur tous les supports : verre, tire-bouchon, affiche, tablier, etc. Il remplace tous les autres. Le précédent datait de la première Ronde du Couchois qui a eu lieu en 2002, et pour lequel il avait été créé. Il part donc en retraite après une vingtaine d'années de bons et loyaux services.

Jean-Pierre TISSIER (CLP)

MONTCHANIN

Les locataires seront entendus



Le comité directeur de la CNL de Saône-et-Loire réuni autour de Colette Bury, la présidente. Photo JSL/Valérie IGLESIAS

Ce samedi 22 janvier, c'est autour d'une priorité que le comité directeur de la confédération nationale du logement de Saône-et-Loire (CNL 71) s'est réuni : les états généraux de l'habitat. En se basant sur deux chiffres (4 millions de concitoyens à être mal logés et 12 millions à vivre dans des passoires énergétiques), la CNL veut dresser un bilan, en compilant les attentes et revendications des locataires qui recevront un questionnaire décliné en sept grands thèmes : mon logement, mon HLM (habitation à loyer modéré), ma location, mon cadre de vie, abandon, action collective et mon pouvoir d'achat. Toutes les réponses seront reprises et feront l'objet d'un manifeste en mars 2022, pour engager les candidats à la présidentielle et aux législatives sur le sujet dans leurs programmes. À travers diverses actions et conférences de presse, la CNL entend bien populariser sa démarche.

La CNL, pour rappel, est toujours dans la préparation des votes des représentants (HLM) des 50 000 locataires de Saône-et-Loire.

Valérie IGLESIAS (CLP)

RÉGION CREUSOTINE

Cauchemar en cuisine cherche des candidats



Philippe Etchebest est passé à l'Auberge du Canal en 2018. Photo d'archives JSL/T.V.

Le casting de *Cauchemar en cuisine*, l'émission phare de Philippe Etchebest, sur M6, est lancé. La production souhaite venir en aide à des restaurateurs en grandes difficultés se trouvant dans le secteur du Creusot et alentours. Les restaurateurs ou les personnes qui ont constaté des problèmes dans un établissement peuvent contacter la production au 06.38.61.49.21. ou par mail à castingcauchemar@m6.fr.

À noter que Philippe Etchebest est déjà passé à Écuisses pour tenter de sauver l'Auberge du Canal. En vain : l'établissement a fermé en juin dernier à cause de la pandémie et du Covid-19.