

RAPPORT D'ACTIVITÉ

2019

les
Roussillon
sont là®

VINS DU
ROUSSILLON

Ce rapport d'activité vise à vous présenter le fonctionnement du CIVR (sa gouvernance, son budget, ses équipes), les chiffres clés des Vins du Roussillon ainsi que quelques-unes des actions les plus marquantes parmi toutes celles menées en 2019.

SOMMAIRE

04.	Introduction
04.	Le CIVR : présentation
06.	Le CIVR : organigramme
08.	L'année économique
10.	Les actions de promotion en France
12.	Les actions transversales
15.	Les actions spécifiques Vins Secs
16.	Les actions spécifiques Vins Doux Naturels
19.	Le développement œnotouristique
20.	Les actions de promotion à l'export
22.	Allemagne, Belgique, Danemark, Espagne, Royaume-Uni
23.	Canada
24.	États-Unis
25.	États-Unis, Canada - Garnacha / Grenache
26.	Chine
27.	Corée du Sud
28.	Asie - Garnacha / Grenache
29.	Grenaches du Monde : le concours
30.	Les outils et services
32.	La recherche et l'expérimentation
33.	La communication digitale
34.	L'accompagnement des entreprises
36.	La communication interne

“ LES ROUSSILLON SONT LÀ : LE TON EST DONNÉ

2019 : « Perpignan ville européenne du vin », première ville française à recevoir ce label honorifique, a été un véritable signe de reconnaissance de la qualité des vins du Roussillon. Durant un an, cette distinction a été l'occasion de « mettre un coup de projecteur » sur le vignoble du Roussillon et nous a permis d'accueillir des prescripteurs nationaux et internationaux de renom qui ont découvert ou redécouvert la richesse de nos terroirs, la passion des Femmes et des Hommes qui vinifient dans des paysages superbes, la diversité de nos cépages, la palette de nos vins qu'ils soient secs ou doux. Ce titre a incontestablement permis aux professionnels, mais aussi au grand public, de voir Perpignan et le Roussillon autrement, en tant que haut lieu du vin et de la gastronomie.



Après avoir visité la Sardaigne en 2017, la Catalogne en 2018, retour aux sources du Concours des Grenaches du Monde en Roussillon, terre des quatre grenaches, à Perpignan même, ville européenne du vin. Ce concours, dont le CIVR a la paternité, ouvert à tous les vins en AOP ou IGP majoritairement ou exclusivement issus de grenache, sans restriction de couleur, d'origine ou de nationalité, représente une occasion unique de réunir les fans de Grenache du monde entier. Cette 7ème édition a mis en valeur non seulement notre cépage emblématique, mais aussi notre gastronomie grâce à l'implication des chefs étoilés et le sens de l'accueil des Roussillonnais : parce que ceux qui découvrent in situ notre terroir en tombent amoureux et en deviennent automatiquement les meilleurs ambassadeurs ! Favorisons ces invitations, elles sont notre atout majeur.

Vous pouvez vous appuyer sur une équipe CIVR à la compétence reconnue tant pour son organisation des événements que pour la présentation et la formation à nos vins. J'en veux pour preuve les salons organisés à Paris ou les accueils cavistes.

Mais faisons nôtre aussi le conseil du grand peintre Miro qui affirmait : « *il faut partir ! si tu restes en Roussillon, tu meurs. Il faut devenir des Roussillonnais internationaux* ».

Oui, continuons notre conquête des marchés export en nous appuyant sur le formidable travail de l'équipe export, récemment renforcée et en charge aussi de mettre en musique le programme transfrontalier Grenache Garnatxa tant aux USA qu'en Asie.

Pour que nos vins accèdent à la notoriété qu'ils méritent, il faut chasser en meute, partir ensemble unis à la conquête des marchés, en France, en Europe ou dans le Grand Export. Nous avons véritablement besoin d'un signe de reconnaissance commun, d'un étendard créateur de lien et de fierté au travers duquel nous puissions tous nous reconnaître, fédérant l'ensemble de nos 14 AOP et 2 IGP pour exprimer la force du collectif. Ensemble, nous avons sélectionné les éléments de langage qui nous caractérisent, et ensemble nous avons décidé que notre signature commune serait « LES ROUSSILLON SONT LÀ ». Marque à la fois militante, identitaire et communautaire, son objectif premier est de soutenir le développement commercial des Vins du Roussillon sur ses différents marchés, français et internationaux. Comme le souligne Nelson Mandela, « *un slogan doit synthétiser une revendication précise en une phrase simple et nerveuse, tout en mobilisant les acteurs pour le combat.* »

C'est le cas et à chacun d'entre nous de se l'approprier et de le diffuser le plus largement possible. Nous sommes prêts aussi à ce que les autres acteurs politiques, économiques ou culturels se l'approprient. Car c'est ainsi, groupés et unis que le Roussillon gagnera sa place et ses lettres de noblesse.

Parce que nous sommes fiers de la qualité de nos vins,
Parce que désormais il faudra compter avec le Roussillon et ses particularités,
Parce que nous n'avons rien à envier aux autres mais sommes complémentaires de leurs productions,
Parce que les Femmes et les Hommes de notre filière sont prêts à conquérir de nouveaux marchés valorisants,
Parce que nous sommes prêts à affronter les défis de demain et répondre aux attentes des consommateurs,
Le ton pour la suite est donné : « LES ROUSSILLON SONT LÀ » !

Philippe BOURRIER
Président du CIVR

”

Le CIVR : présentation

Comptant parmi les Interprofessions françaises issues de la loi du 10 juillet 1975, le Conseil Interprofessionnel des Vins du Roussillon (CIVR) est engagé dans le développement des Vins du Roussillon au travers de quatre grands types de missions : le pilotage économique de la filière, la promotion collective au plan national et international, la recherche expérimentale et le suivi aval qualité.

La gouvernance

L'Assemblée Générale

Elle compte 26 membres, répartis en deux collèges :

- Un collège Production composé de 13 délégués désignés par les syndicats de producteurs
- Un collège Négoces composé de 13 délégués désignés par les syndicats représentatifs des entreprises de commercialisation, de mise en marché et de distribution

Le Conseil de Direction

Il compte 18 membres, issus de l'Assemblée Générale :

- 9 représentants du collège Production
- 9 représentants du collège Négoces

Le Bureau

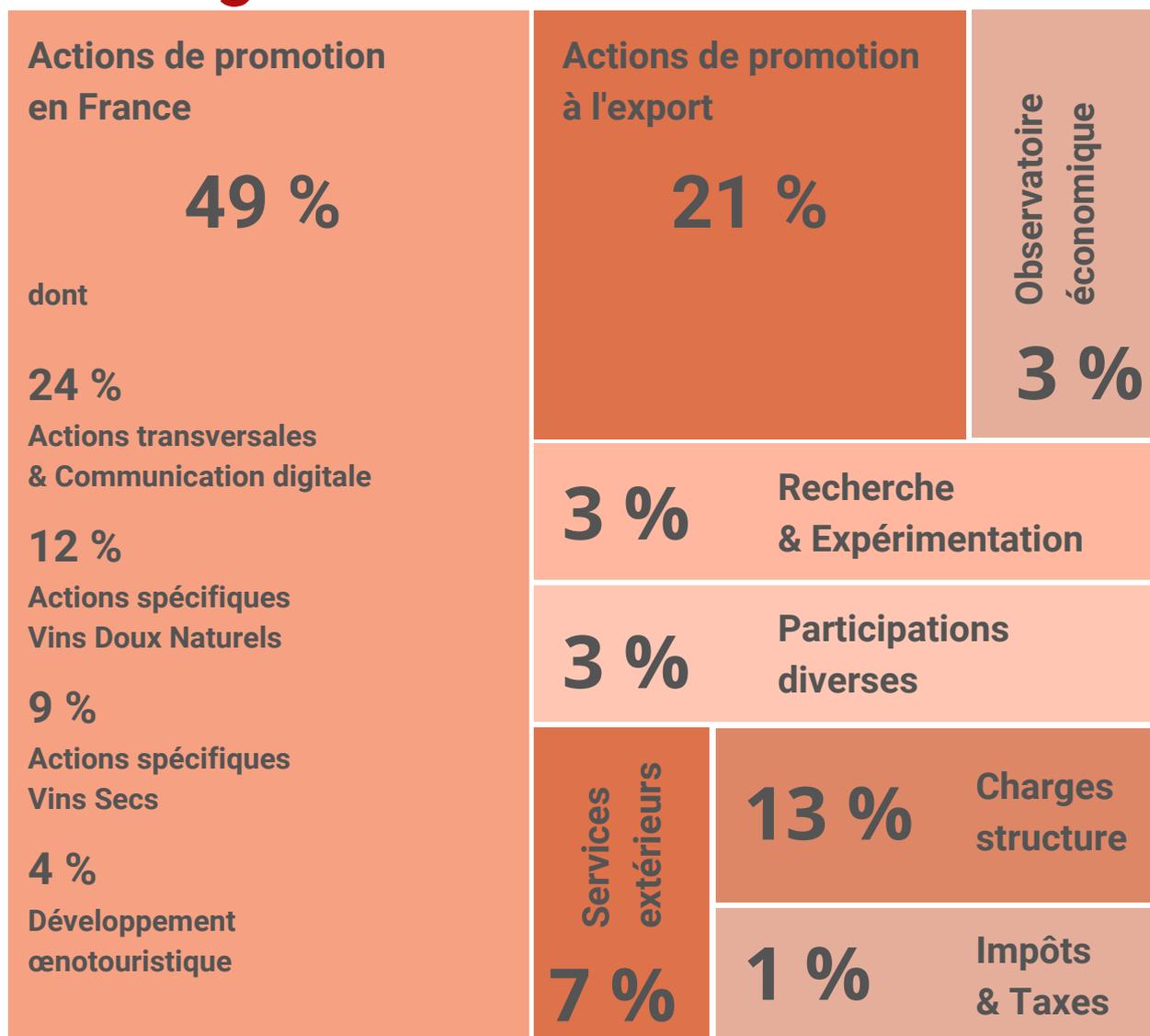
Il compte 6 membres :

- Président : Philippe BOURRIER (collège Production)
- Vice-Président : Fabrice RIEU (collège Négoces)
- Trésorier : Stéphane ZANELLA (collège Négoces)
- Trésorier adjoint : Jean-Christophe BOURQUIN (collège Production)
- Secrétaire Général : Roger TORREILLES (collège Production)
- Secrétaire Général adjoint : Céline SABATER (collège Négoces)

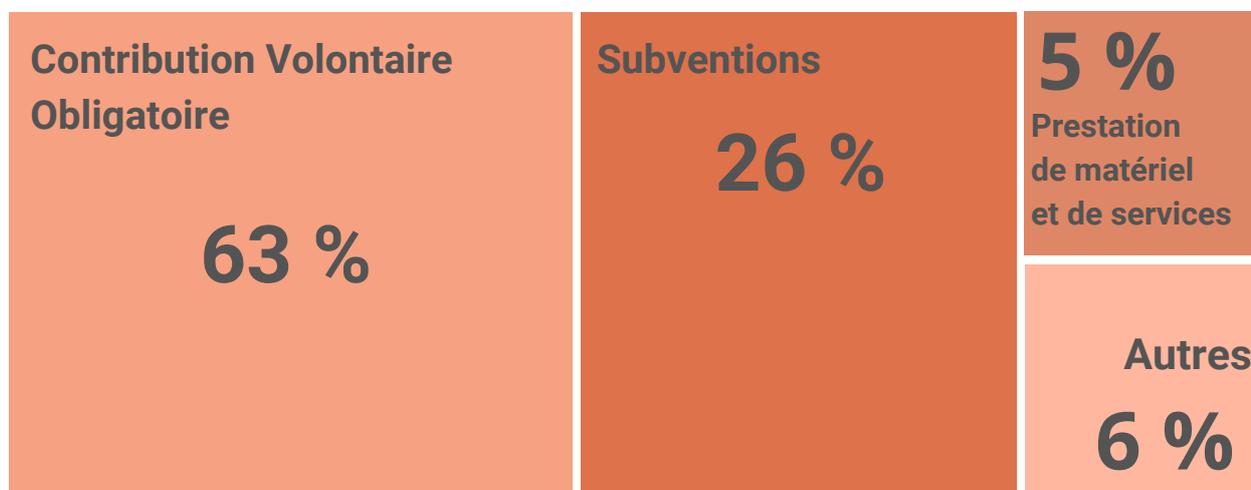
Le Président et le Vice-Président sont élus par l'Assemblée Générale pour un mandat de trois ans dans le cadre d'une alternance entre la Production et le Négoces. Les autres membres sont élus par le Conseil de Direction.

Le budget

DÉPENSES 4 054 204 €

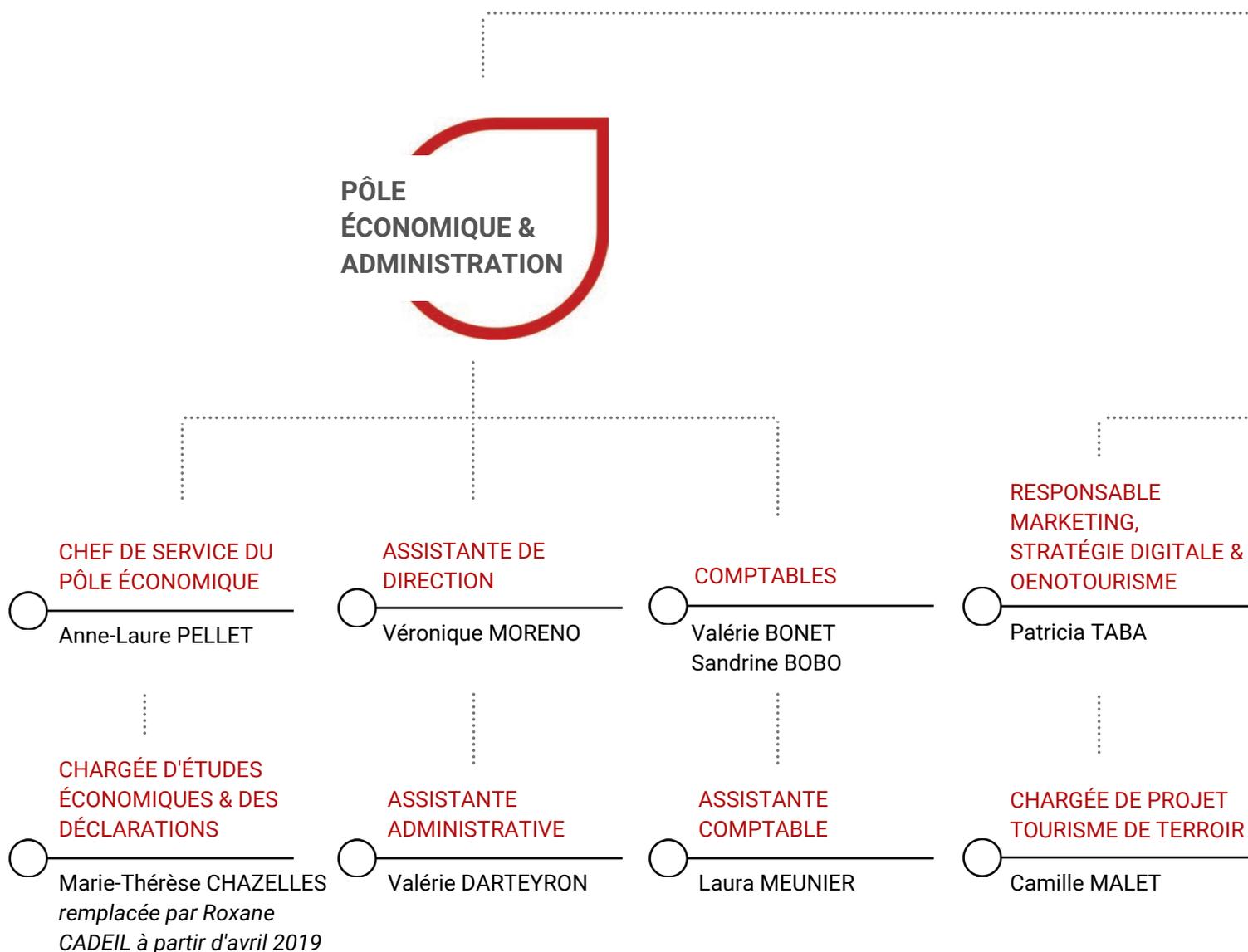


RECETTES 3 974 143 €



RÉSULTAT - 80 061 €

Le CIVR : organigramme



Organigramme 2019

en italique : les changements 2018-2019

DIRECTION GÉNÉRALE

DIRECTEUR DIRECTRICE

Nicolas PONZO
*remplacé en intérim par
Anne-Laure PELLET à partir
de juillet 2019*

DIRECTEUR ADJOINT RESPONSABLE EXPORT

Éric ARACIL

PÔLE MARKETING

RESPONSABLE COMMUNICATION PRODUIT, FORMATION & PROMOTION NATIONALE

Xavier HARDY

RESPONSABLE COMMUNICATION

Christine COUANAU

CHARGÉE DE COMMUNICATION

Stéphanie POITRAL

PÔLE EXPORT

CHARGÉE DE MARCHÉ EXPORT

Kim LORANGER

MAGASINIER

Julien BOUELLE

ASSISTANTE EXPORT

Hélène LOSADA

L'année économique

En 2019, malgré une conjoncture pas toujours des plus favorables, le travail en amont des divers opérateurs a permis de stabiliser le marché. Sur la durée, l'intérêt des marchés pour les Vins du Roussillon est maintenu avec par exemple, un chiffre d'affaires à l'export des vins AOP en hausse de 29 % en 7 ans.

La production



19 676 ha

622 319 hl (- 18 %)
rendement moyen : 31,63 hl/ha



14 AOP

2 IGP



2 334

EXPLOITATIONS
organisées en
417 caves particulières et
28 caves coopératives

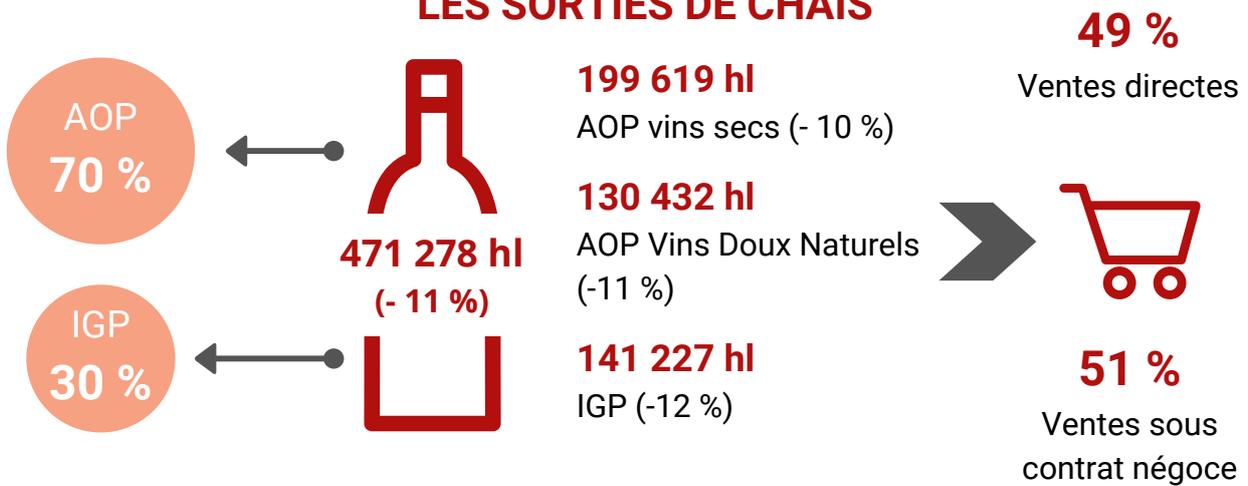


97

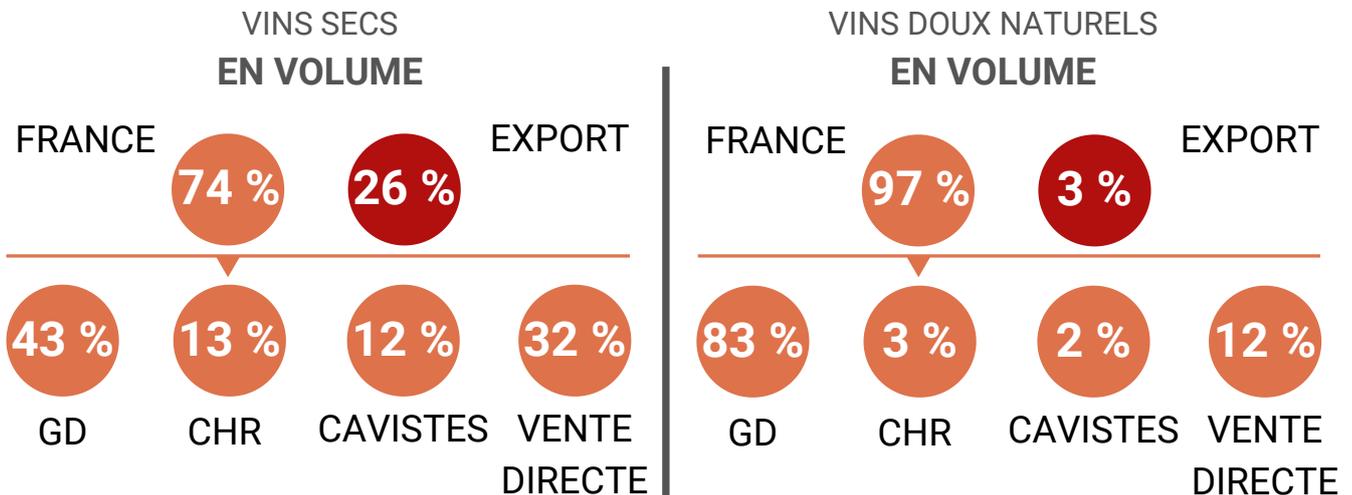
**NÉGOCIANTS
ET
SOCIÉTÉS DE NÉGOCE**
dont une trentaine
de négociants "purs"

Les marchés

LES SORTIES DE CHAIS



LES CIRCUITS



LES MARCHÉS EXPORT



EN VOLUME

1er		CHINE 9 978 hl (-7 %)
2e		BELGIQUE 8 450 hl (-9 %)
3e		ALLEMAGNE 6 164 hl (-18 %)
4e		CANADA 5 615 hl (+27 %)
5e		ÉTATS-UNIS 4 361 hl (-22 %)

EN VALEUR

1er		CHINE 4,4 M€ (-9 %)
2e		CANADA 3,3 M€ (+17 %)
3e		ALLEMAGNE 3,1 M€ (-18 %)
4e		BELGIQUE 2,9 M€ (-1 %)
5e		ÉTATS-UNIS 2,8 M€ (-19 %)



Les actions de promotion en France

- 12. Les actions transversales
- 15. Les actions spécifiques Vins Secs
- 16. Les actions spécifiques Vins Doux Naturels
- 19. Le développement œnotouristique

Les actions transversales



Perpignan a été élue en 2019 **Ville Européenne du Vin** (PVEV). Cette distinction permet à une ville différente, chaque année, d'être mise en lumière autour d'un programme d'activités culturelles, de formation et de sensibilisation en rapport avec le vin.

L'objectif étant de positionner Perpignan comme un spot incontournable du vin et de la gastronomie, reconnu pour son identité et son excellence. Une ville fière de ses produits, qui séduit ses visiteurs en leur faisant vivre une expérience inoubliable. Tout au long de l'année, des activités œnotouristiques ont été proposées en local, en s'appuyant sur une communication forte. Cette opportunité a mené également à la refonte totale de notre site internet www.roussillon.wine, en faisant de PVEV une porte d'entrée vers le site vitrine des Vins du Roussillon.

Créer l'influence

Conforter, tout au long de l'année, la place du Roussillon avec des interviews, des échanges constants avec la presse filière, spécialisée vin et gastronomie, ainsi que la presse généraliste autour de l'actualité du Roussillon.

113

retombées de presse

- 3,19 millions d'audience
- 498 000 € équivalence publicitaire
- 5 accueils

81

professionnels sensibilisés

(influenceurs, média et prescripteurs)

TERROIR D'AMBITION :

Programme inédit qui associe 7 AOP du **Languedoc et du Roussillon** dont les AOP Collioure et Maury qui collaborent pour bâtir des événements presse. En 2019, 2 dîners d'exception intitulés le Grand Rituel :

- Janvier : Taillevent à Paris
- Novembre : Bruxelles

1 CONFÉRENCE DE PRESSE

Paris - Mars 2019

"Vins du Roussillon : quel avenir pour le vignoble le plus méridional de France ?"

Créer le lien

Auprès des professionnels



WINE PARIS

La 1ère édition qui a eu lieu en février à Paris, a permis de mettre à l'honneur l'intégralité de la gamme des Vins du Roussillon sur le stand CIVR complétée par une dégustation thématique destinée à sensibiliser les professionnels aux Rancios secs du Roussillon et aux Vieux Vins Doux Naturels

- 26 700 visiteurs

Auprès des consommateurs en local

2120

consommateurs

POP UP VIGNERONS

événement phare de l'été organisé en soirée lors des jeudis de Perpignan

- 4 808 verres dégustés
- 29 opérateurs

1 300

participants

PALAIS DES TERROIR

manifestation orchestrée par les Toques Blanches du Roussillon en mars à Saint-Estève qui associe la gastronomie et les vins

- 19 opérateurs

500

dégustations

VINS EN VILLE

à l'initiative de la CCI, cette journée a eu lieu en mai autour du concept : **une place, un terroir**

- 5 places investies - 20 opérateurs

600

dégustations

JOURNÉE DES NOUVEAUX CATALANS

organisée par le Département des Pyrénées-Orientales en septembre

Créer la connaissance

Poursuivre la construction d'un réseau d'ambassadeurs professionnels et journalistes influents, transmetteurs d'image, en privilégiant la communication expérientielle via l'accueil

500

**futurs sommeliers
sensibilisés**

aux Vins du Roussillon au cours de sessions organisées dans différents lycées hôteliers de France

120

sommeliers

dans le cadre du championnat de France de dégustation de la Revue des Vins de France

+

27

**sommeliers
restaurants, bars à vins
lyonnais et
sommeliers de l'UDSF**

un accueil fin octobre sur 2 jours pour sensibiliser aux rancios secs lors du salon Be Ranci ainsi qu'à la gamme vins secs en AOP et IGP du Roussillon lors de présentations thématiques dédiées, en présence de vigneron



Les actions spécifiques Vins Secs

Sensibiliser à la palette des Rosés du Roussillon

11

rosés ambassadeurs sélectionnés

- Vitrine des Rosés du Roussillon dont ils portent l'image
 - 6 Côtes du Roussillon
 - 1 Collioure
 - 4 Côtes catalanes

26

articles

- issus d'un portage presse avec pour objectif de conforter la commercialisation en assurant une **présence produit dans la presse généraliste** et en particulier la presse cuisine et les rubriques accords
- 1 150 000 exemplaires
 - 3 000 000 vues sur le web
 - 84 000€ d'équivalence publicitaire



14

- ### insertions dans l'Indépendant pendant la période estivale
- afin de **valoriser chaque cuvée** sélectionnée auprès des touristes et des Roussillonnais

Les actions spécifiques

Vins Doux Naturels

Plusieurs objectifs : travailler l'image et la notoriété mais également le rajeunissement de consommateurs avec le Muscat de Rivesaltes et le Rivesaltes Ambré.

Jouer la carte des Vieux Millésimes de Vins Doux Naturels pour doper le statut des Vins du Roussillon et pour engager la part de rêve, celle des grands vins de garde mythiques.

Créer le contact avec les professionnels

7300

visiteurs

SALON COCKTAILS & SPIRITS

à Paris en juin : se positionner sur une **tendance des spiritueux** encore peu exploitée par le monde du vin

- Présence au travers d'un stand
- Sensibiliser les Bartenders, restaurateurs, influenceurs, média au Rivesaltes Ambré autour de dégustations événementielles, réalisation de cocktails, Master Class

260

professionnels

BTOB VIEUX MILLÉSIMES

au Ritz - Paris en novembre : évènement destiné à asseoir l'**image des Vieux Millésimes** de Vins Doux Naturels.

- cible : parisiens influents pour une dégustation de 73 cuvées de Vieux Millésimes de Vins Doux Naturels de 1914 à 2000, 16 opérateurs
- Approfondir la connaissance autour de 3 master class mettant en avant les accords mets / Vieux Millésimes



Implanter le mode de consommation Muscat on Ice et Riv'tonic auprès des consommateurs

FORTE VAGUE DE COMMUNICATION EN LOCAL EN ÉTÉ POUR SENSIBILISER LA CIBLE TOURISTIQUE

- 218 000 spots diffusés sur affichage digital
- 2 400 spots diffusés sur les radios locales
- 118 panneaux 2m² ou 8m²
- 20 insertions presse locale
- 25 passages d'une banderole aérienne Muscat On Ice sillonnant le littoral

RÉSEAUX SOCIAUX INSTAGRAM - FACEBOOK



- 112 posts dédiés sur Facebook et Instagram
- Près de 2,7 millions de personnes exposées aux messages de modernisation du Rivesaltes Ambré et du Muscat de Rivesaltes et leur consommation

UNE CONSOMMATION QUI S'INFLUENCE

Construction d'une relation avec les influenceurs par l'intermédiaire de l'envoi d'une box pour créer le cocktail Riv'tonic

- 12 influenceurs
- 24 publications
- 188 000 personnes touchées
- 4 020 likes

FORTE PRÉSENCE DIGITALE POUR UNE VISIBILITÉ DÉCOUPLÉE



avec une campagne mobile et Display géolocalisée Perpignan, Toulouse et Montpellier

- Sur smartphone : 876 000 impressions obtenues
- 1 400 000 impressions en Display

CRÉER LE CONTACT

Présence lors des grands festivals de l'été :

- Déferlantes à Argelès-sur-Mer avec le Muscat On Ice et le Live au Campo
- Visa pour l'image à Perpignan avec le Riv'tonic.

Une mise en scène intégrant deux bars et des animations.

Faire découvrir par une dégustation le Muscat On Ice aux vacanciers lors des pots d'accueil dans 23 campings pendant 13 semaines

- 25 300 personnes touchées
- 162 animations

Muscat de Noël

DÉVELOPPER SON IMAGE DANS UNE AMBIANCE CONTEXTUELLE FORTE CONTRIBUANT À RENFORCER LA NOTORIÉTÉ

Au niveau national :

- + 800 kits de promotions d'aide à la vente

Forte communication en local :

- 474 spots radio diffusés
- 85 700 spots diffusés sur les panneaux digitaux
- 90 panneaux traditionnels
- 12 insertions presse locale

500

participants

fin novembre pour marquer la sortie du Muscat de Noël, autour de 14 opérateurs qui ont investi le cœur de Perpignan pour une **présentation autour de dégustations au grand public**

4 ateliers dégustations thématiques interactif en micro - format d'1/2 heure en décembre autour d'accords de mets insolites :

- 50 participants

106

posts et stories sur Instagram ASSURER UNE FORTE PRÉSENCE DIGITALE POUR UNE VISIBILITÉ DÉCROUPLÉE

en créant l'influence avec 2 opérations dont une à Paris et l'autre en Région

- **38 influenceurs**
- **388 000 cibles potentielles touchées**

Forte présence pendant la période de Noël

- **12 posts** dédiés sur les Réseaux Sociaux : Facebook et Instagram
- **+ 800 000** personnes exposées au Muscat de Noël



Le développement oenotouristique

Les Vins du Roussillon font partie des membres fondateurs de la Fédération Tourisme de Terroir, hébergée en ses locaux. Celle-ci vise à promouvoir l'agritourisme et l'œnotourisme dans Les Pyrénées-Orientales, notamment par la qualification de l'offre, des actions de promotion et la coconstruction de synergies positives avec le secteur du tourisme. Depuis 2018, c'est notamment Tourisme de Terroir® qui pilote le label national Vignobles & Découvertes pour le Roussillon.



200

prestation qualifiées

sous la marque Tourisme de Terroir®, dont **81 caves et domaines viticoles labellisés** Vignobles & Découvertes.



10 000

**exemplaires Petit Fûté
Carnet Voyage
"œnotourisme en
Roussillon"**

28 000

**exemplaires
les Rendez-Vous
Gourmands**

agenda qui recense les manifestations

10 000

guides édités

permettant de présenter les différentes prestations labellisées Tourisme de Terroir®





Les actions de promotion à l'export

22. Allemagne, Belgique, Danemark,
Espagne, Royaume-Uni
23. Canada
24. États-Unis
25. États-Unis, Canada - Garnacha / Grenache
26. Chine
27. Corée du Sud
28. Asie - Garnacha / Grenache
29. Grenaches du Monde : un évènement international

Allemagne, Belgique, Danemark, Espagne, Royaume-Uni



Les marchés européens restent particulièrement importants. Les Vins du Roussillon y assurent des actions de promotion collective, tant auprès des journalistes spécialisés que des autres prescripteurs professionnels : importateurs, cavistes et sommeliers.

5

accueils en Roussillon

- **importateurs et journalistes allemands**
- **1 journaliste britannique**
 - écriture d'un livre "Spécial Roussillon"
- **15 prescripteurs** de 8 pays en marge des Grenaches du Monde : Chine, Belgique, Chili, Pologne, Autriche, Thaïlande, Taïwan et USA
- **16 Master of Wine** : voyage d'étude
- **1 journaliste et 1 blogueur canadiens**



Accueil de 18 importateurs, distributeurs des USA, de la Suisse et de l'Allemagne

en partenariat avec la CCI

Dégustation au consulat de France à Barcelone

auprès d'une centaine de prescripteurs

MÉDIAS / TRADE

Allemagne

- Publi-rédactionnels : Weinwirtschaft, Sommelier Magazin, Falstaff, Wein & Markt
- Envois d'échantillons : journalistes, blogueurs
- Déjeuner-formation à Berlin : 21 participants
- Formations : trade et les sommeliers (10 villes)

Belgique

- Promotions thématique des vins du Roussillon avec le support web "les 5 du vin"
- Une formation à la sommellerie

Danemark

- Envois d'échantillons à un journaliste spécialisé pour les articles dans la revue "Din Vin Guide"

Canada



Les actions menées dans le quatrième marché à l'international des Vins du Roussillon ciblent différentes catégories : principalement sur le Québec, les sommeliers, les journalistes, les agents, les consommateurs de la SAQ (Société des Alcools du Québec) qui a le monopole de l'achat, de l'importation et de la vente de vins au Québec.

30

sommeliers et journalistes formés

lors d'un déjeuner-formation de la sommellerie de Québec en septembre

- Retombée de presse : **1 émission télévisée**



WALKROUND TASTING BtoB

- Avril, Montréal
- 16 producteurs et entreprises participantes
- 135 acteurs clés du trade participants
 - **18 retombées médiatiques**



MAINTIEN DES RELATIONS AVEC LE TRADE

Rencontres et échanges avec les monopoles (principalement QC, BC et ON) et les agents d'importation sur ces marchés

RELATIONS MÉDIAS

Suivi des retombées de presse

- **570 retombées médiatiques**

Maintien des relations avec les journalistes et les blogueurs

États-Unis



Le premier marché de vin au monde est aussi l'un des premiers marchés export des Vins du Roussillon. Nos actions couvrent l'ensemble du pays, de la côte est à la côte ouest, dans le double but de promouvoir notre vignoble et de favoriser des connexions nouvelles entre les professionnels et les metteurs en marché du Roussillon

WALKAROUND TASTING BTOB & MASTER CLASS SEVENFIFTY

- New York, mai 2019
- 22 producteurs et entreprises du Roussillon représentées
- 105 acteurs clés du trade et de la presse
- Publication de 14 contenus sur la plateforme Seven-Fifty
- **1 400 pages visionnées et plus de 200 000 impressions**



DIGITAL

- Mise à jour des actualités sur le site internet
- 22 brèves mis en oeuvre sur l'année sur le site web US

News letters :

- 7 000 envois aux contacts du trade

Bilan des retombées de presse :

- **57 articles pour 309 M impressions**



589

participants

à la 5ème édition du **salon Bevcon** à Chicago en septembre :

- trade, média et consommateurs participants
- **1 séminaire** dédié aux vins du Roussillon organisé et 6 tables durant le Grand Tasting dédiées à 7 importateurs de vins du Roussillon
- **40 références du Roussillon** dégustées, soit 10 appellations et 24 domaines représentés

14

journalistes rencontrés

- **5** : lors d'entretiens en "One on One" à New York et à Chicago
- **9** : lors d'un déjeuner de presse à New York ou 6 vins de 6 domaines sont présentés
- Lancement d'une **campagne de publicité** (publi reportage) en partenariat avec Wine Enthusiast

États-Unis, Canada

Garnacha / Grenache



34

journalistes

2 communiqués de presse/portages

- **20 journalistes**
- 12 articles et 132 M impressions
- Dîners de presse - New York & San Francisco
- **6 journalistes à New York**
- **4 journalistes à San Francisco**
 - Nombreux posts sur les réseaux sociaux
- Voyage de presse combiné avec retailers trip au Canada et aux USA
- **4 journalistes**
 - 9 articles et posts sur les réseaux

19

publi-rédactionnels

- **14** au USA
- **5** au Canada
- Tasting Panel, Wine & Spirits, Somm Journal, Wine Enthusiast Spectator, Vine Pair aux USA
- Food in Canada, le Must, Quench, Exquis, Vins et Vignobles au Canada
- **9 M impressions**

7

séminars, workshops, BtoB meetings, study trip, consumer events



Vinexpo - New York - Master Class - mars 2019

- 91 participants

Pebble Beach Food and Wine - California - avril 2019

- 49 participants au séminaire
- 610 visiteurs au "Stand Garnacha / Grenache"

TexSom Dallas - août 2019

- 19 participants à un lunch animé par Hoke Harden

2 study Trips - juin et octobre 2019

- 11 professionnels du trade USA et Canada

Feast Portland - septembre 2019

- 10 participants au séminaire
- 600 visiteurs au "stand Garnacha / grenache"

Américan Wine Society - Floride - octobre 2019

- 747 participants - 3 présentations

Salon international des Vins et Spiritueux - Québec - Canada - avril 2019

- 75 participants - 3 présentations

SITE INTERNET & RÉSEAUX SOCIAUX

Site web : création de contenu et maintenance

- 48 753 visiteurs

Réseaux sociaux :

- 6,4 M impressions et + 20 000 followers en 2019

Blogueurs : 2 dîners avec des blogueurs/influenceurs (septembre, Grenache Day et novembre Thanksgiving) : 9 blogueurs participants

- 43 post et 77 000 followers
- 1 Wine Chat sur Twitter : Grenache Day en septembre ou 10 blogueurs ont participé et au total 499 posts, 15 M impressions et 293 000 followers

Chine



Le pays est le premier marché à l'export des Vins du Roussillon en volume comme en valeur. Les Vins du Roussillon y mènent des actions de promotion et d'image pour le trade et la presse sur les villes clés du pays.

3

voyages



Voyage de presse

- 6 médias
- Rédaction d'articles pour une contre-valeur publicitaire de 50 000 €
- Année : 90 articles et 242 000 € de CVP

Voyage d'importateurs sur les lieux de production :

- 5 importateurs
- Référencements en cours ou déjà effectués

Voyage en Roussillon

- 5 sommeliers pour les Grenaches du Monde où ils ont fait partie du jury

SITE INTERNET & RÉSEAUX SOCIAUX

Site web : mise à jour régulière du site internet www.roussillon.wine dont 14 brèves.

- 335 240 visites soit 147 277 utilisateurs

Weibo :

- 86 109 fans,
- 108 posts et 400 379 consultations

Wechat :

- 2 592 fans et 30 publications

446

professionnels formés

- **8 formations**
- **4 Master Class**
- **1 retransmission** en direct sur une plateforme pour 4 200 personnes : équipes de vente des importateurs, distributeurs, clients, importateurs et sommeliers
- + 54 formations de la jeune sommellerie dans 53 villes chinoises touchant plus de 3 400 employés de 296 hôtels et restaurants

159

visiteurs

lors de l'évènement producteurs tastywines :

- **Road show BtoB** à Xiamen et à Haikou en mars Séminaires dédiées aux vins du Roussillon
- **Un walk around tasting**
- **5 tables** pendant le grand tasting (une table par producteur), 2 dîners VIP (un dans chaque ville)



Corée du Sud



Dans ce marché en croissance, les actions des Vins du Roussillon permettent d'accroître l'image et la notoriété de nos vins auprès des différents professionnels, notamment sommeliers et importateurs, ainsi que la presse spécialisée.

2

voyages

Voyage d'importateurs sur les lieux de production :

- 5 importateurs et 1 média
- Entreprises sont en cours de référencement
- 1 retombée de presse dans Korean Economic Daily Newspaper

Voyage en Roussillon :

- 2 sommeliers, 1 représentant du Korean International Sommelier Association (KISA) et 1 média en avril pendant les Grenaches du monde où ils ont fait partie du jury

120

trade et média

participants à l'évènement producteurs tastywines :

- **1 road show BtoB** - octobre - Séoul
- **1 Master Class** pour les Vins du Roussillon 1 Walk Around Tasting
- **8 tables** pendant le Grand Tasting (une table par producteur) et un dîner VIP



262

professionnels formés

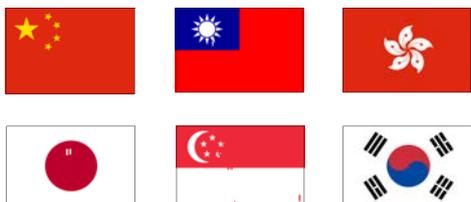
- **9 formations**
- **4 Master Class**
 - Équipes de ventes des importateurs, distributeurs, clients, importateurs, sommeliers

SITE INTERNET & RÉSEAUX SOCIAUX

- 13 posts (anglais/coréen) sur les actions du CIVR en Corée et les news sur le site internet
 - 42 982 visites pour 16 495 utilisateurs
- Création d'une page Facebook Roussillon Wine South Korea

Asie

Garnacha / Grenache



453

professionnels formés

en Chine, en Corée, au Japon, à Singapour et à Taïwan :

- 259 participation aux Master Class
- 194 aux staff trainings chez les importateurs

2

voyages

Voyage importateur

- 16 importateurs de Chine, de Corée, d'Hong Kong, du Japon, de Singapour et de Taïwan
- Achats et nouveaux référencement réalisés

Voyage de presse

- 10 Médias print et digital (Chine, Corée, Japon, Singapour et Taïwan),
 - 12 retombées de presse

3

participations salons

ProWine Shanghai en novembre en Chine

- 2 Master Class et 20 640 visiteurs

Daejeon International Wine Fair en août en Corée

- 2 Master Class et 16 841 visiteurs

Wine Kansai en octobre au Japon

- 1 028 visiteurs

Grenaches du Monde : un évènement international

Créé en 2013 à Perpignan à l'initiative des Vins du Roussillon et devenu itinérant depuis 2016, le concours Grenache du Monde met en valeur les vins issus majoritairement de grenache, sans restriction de couleur, d'origine ou de nationalité. En 2019, le concours pour sa 7ème édition retrouve sa terre d'origine, le Roussillon. Organisé les 17 et 18 avril : 272 médailles d'or ou d'argent ont été décernées. Des chiffres qui ne font que croître d'année en année.

En savoir plus sur : www.grenachesdumonde.com

GRENACHES
DU **Monde**



LES VINS

869

vins présentés
(+ 3,5 % par rapport à 2018)

5

pays représentés
France, Espagne, Italie,
Afrique du Sud, USA

78

56 médailles d'or et 22
médailles d'argent pour
les Vins du Roussillon

LES PROS

80

jurés présents
(journalistes spécialisés, cavistes,
sommeliers, oenologues)

15

nationalités différentes



UN ÉVÈNEMENT AUSSI POUR LES AMATEURS DE VIN

Organisée lors de la dernière journée du concours, la Nuit des Grenaches du Monde fédère tous les amateurs de vin au travers d'un évènement inédit puisque 869 vins sont présentés à la dégustation libre.

Cette année c'est autour de **12** chefs des Toques Blanches du Roussillon et **1** fromager et leurs créations culinaires que les 869 vins ont été présentés à la dégustation libre. En un seul lieu l'occasion de faire un tour du monde des Grenaches. L'ensemble des vins présentés au concours ont été mis en lumière.



Les outils et services

- 32. La recherche et l'expérimentation
- 33. La communication digitale
- 34. L'accompagnement des entreprises
- 36. La communication interne

La recherche et l'expérimentation

S'appuyant sur des partenariats professionnels et scientifiques (Cirad, IFV, ICV, Sudvinbio...) le Vinipole de Tresserre est un domaine expérimental de 20 hectares. Copiloté par la Chambre d'Agriculture des Pyrénées-Orientales et les Vins du Roussillon, il bénéficie du soutien financier de l'Europe, de la Région Occitanie, du Conseil Départemental des Pyrénées-Orientales, de l'Agence de l'eau Rhône Méditerranée Corse, de France Agrimer et de l'Agence française pour la biodiversité.

7 enjeux prioritaires

- La réduction des intrants
- L'adaptation au changement climatique et la gestion de la contrainte hydrique
- L'environnement et les paysages
- L'innovation variétale
- La sécurité sanitaire des produits
- La maîtrise de l'évolution aromatique et la conservation des vins
- L'innovation produit en lien avec les attentes commerciales et sociétales

Les programmes en cours

Conduite du vignoble et environnement

Expérimenter des solutions alternatives à la gestion des adventices, notamment en vignobles de coteaux (paillage, mécanisation, engrais verts, herbicides naturel, enherbement...) et suivi d'un rucher expérimental pour la compréhension des risques de contamination des abeilles.

> 4 sites d'expérimentations

Protection phytosanitaire

Évaluer des programmes de protection avec un objectif de réduction du nombre d'intrants, tests de solutions de biocontrôle, lutte contre l'oïdium, l'eudémis et le vespère de la vigne et entretien du sol.

Suivi et identification d'un nouveau virus de la vigne : le virus du pinot gris (GPGV).

> 15 produits de biocontrôle évalués

Matériel végétal

Tester de nouveaux cépages étrangers résistants à la sécheresse ou tolérants aux maladies et élargir le panel de clones (Grenache blancs et gris, Muscat d'Alexandrie).

> 5 cépages tolérants proposés au cahiers des charges IGP Pays d'Oc et IGP Côtes Catalanes

Diversification

Évaluer des productions complémentaires à la production viticole (Guayule, PPAM).

Œnologie

Évaluer l'impact des expérimentations conduites au vignoble, recherche de techniques viticoles et œnologiques limitant le niveau d'alcool des vins.

> 116 mini vinifications - 10 séances dégustation

Suivi aval qualité international

> AOP du Roussillon : 220 échantillons testés, 95,5 % conformes

> IGP du Roussillon : 40 échantillons testés, 92,5 % conformes

La communication digitale

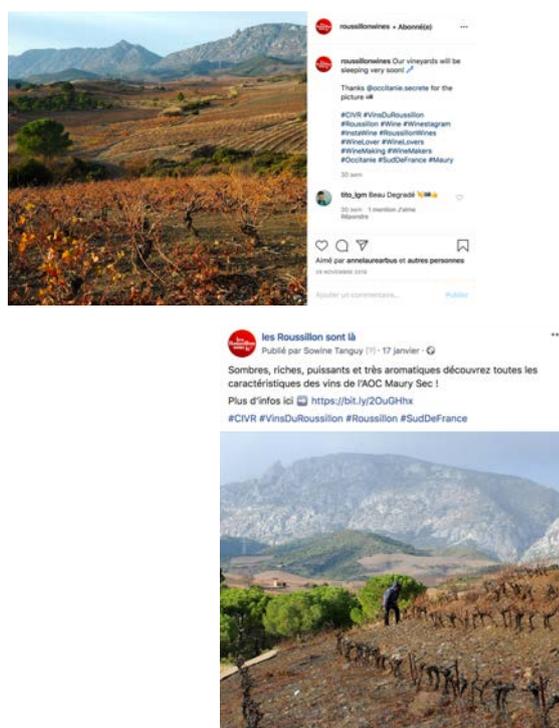
La transition digitale amorcée en 2018 s'est renforcée en 2019 avec une forte présence des Vins du Roussillon à travers différents outils à destination du grand public mais également des adhérents.

Site web

Évolution et enrichissement du site web avec la création de nouvelles rubriques dynamiques



Comptant parmi les inter-professions françaises issues de la loi du 10 juillet 1975, le Conseil Interprofessionnel des Vins du Roussillon (CIVR) est engagé dans le développement des Vins du Roussillon au travers de trois grands types de mission : une mission de pilotage économique, une mission de promotion collective, une mission de recherche et d'expérimentation.



Instagram & Facebook

- Fédérer une véritable communauté de fans des Vins du Roussillon et instaurer une relation de proximité avec les consommateurs
 - + 8,5 millions d'impressions pour les posts
 - + de 190 000 interactions avec les posts
 - + 7 029 fans pour Facebook
 - 3 262 followers dont 1 677 nouveaux pour Instagram

Twitter

- Renforcer le lien avec les professionnels du secteur des vins & spiritueux
 - + 70 000 personnes ont vu les tweets des Vins du Roussillon au second semestre



L'accompagnement des entreprises

Les Vins du Roussillon proposent différents services - outils ou conseils - visant à faciliter la conduite des entreprises, tant sur le plan administratif que dans la compréhension de son environnement sectoriel ou de leur stratégie de développement.

Mise à disposition de la plateforme DECLAVITI

La plateforme DECLAVITI, développée par la Fédération InterSud, est un espace informatisé commun à trois interprofessions (le CIVR, le CIVL et InterOc) que le CIVR met à disposition de ses adhérents, qui peuvent ainsi saisir en ligne les DRM Production ainsi que les contrats interprofessionnels.

Formation personnalisée à la dématérialisation des DRM

Le Pôle économique du CIVR assure depuis décembre 2016 des formations dédiées à la saisie des DRM en ligne à tous les adhérents du CIVR sur simple demande. Ces formations peuvent être complétées à tout moment par des conseils à distance.

Contact : Roxane CADEIL - roxane.cadeil@roussillon.wine - 04 68 51 59 92

Aide quotidienne à la gestion de la cave

Le Pôle économique accompagne quotidiennement les adhérents du CIVR dans la gestion de leurs flux d'entrées ou de sorties de leurs chais, de contrats d'achats ou de ventes de vin (en vrac et en conditionné) et de blocages ou déblocages de réserves.

Diffusion d'outils de compréhension des marchés

Le Pôle économique s'investit pour améliorer la compréhension des marchés France et Export et cerner au mieux les potentiels de distribution des Vins du Roussillon. Tous les mois, le Pôle économique met ainsi à disposition l'analyse mensuelle de l'information relative à l'offre et à la demande des Vins du Roussillon afin d'assurer un suivi régulier du marché tout au long de la campagne et donc de permettre une maîtrise de l'environnement économique de la filière. Des analyses économiques spécifiques sont également diffusées en fonction des besoins et de la conjoncture.

Contact : Roxane CADEIL - roxane.cadeil@roussillon.wine - 04 68 51 59 92

Accompagnement à l'export

Le Pôle export accompagne à la compréhension des marchés export ainsi qu'à la mise en place d'une stratégie de développement à l'international.

Ses outils : diffusion de documentation, formations collectives ou personnalisées, mise en relation.

Contact : Éric ARACIL - eric.aracil@roussillon.wine - 04 68 51 59 95

Soutien logistique à l'organisation d'évènements de promotion

Le CIVR assure la mise à disposition d'outils de dégustation et de supports de communication : kit promotionnel Muscat de Noël, verres sérigraphiés, couteaux-sommeliers, documents pédagogiques...

Contact : Christine COUANAU - christine.couanau@roussillon.wine - 04 68 51 63 36

La communication interne

Le CIVR a mis en place des outils de communication à la fois dynamiques et non intrusifs afin d'assurer le lien entre les différents pôles et les adhérents.

Site web : l'extranet des adhérents

Actuellement en construction, il visera à offrir une réelle valeur ajoutée pour les adhérents en centralisant la gestion des inscriptions aux évènements professionnels, l'accès à différentes ressources pédagogiques ou de communication ainsi que la saisie des évènements grand public organisés par les entreprises en vue de leur mise en avant sur le site grand public. L'accès s'effectuera avec des login et mot de passe simplifiés dans le cadre d'une politique de gestion des données conforme à la RGPD.

Les lettres d'information

Depuis septembre 2018, le CIVR communique auprès de ses adhérents à travers deux lettres hebdomadaires :

- La lettre "ACCIÓ" du mardi (inscriptions aux actions de promotion du CIVR, appels à échantillons pour les dégustations presse et prescripteurs...)
- La lettre "INFO" du vendredi (points économiques, informations administratives, actualités des partenaires)

Et en novembre 2019, "Le Mag" a vu le jour : diffusé une fois par mois, il compile toutes les actions de communication et de formation réalisées par le CIVR





La nouvelle identité des Vins du Roussillon

Les partenaires financiers



Les autres partenaires techniques et soutiens





VINS DU
ROUSSILLON

CIVR

19, avenue de Grande-Bretagne
BP 649

F - 66006 PERPIGNAN CEDEX

+33 (0)4 68 51 21 22

info@roussillon.wine

www.roussillon.wine

-  [VinsduRoussillon](#)
-  [roussillonwines](#)
-  [Vins_roussillon](#)
-  [les Roussillon sont là](#)