

RAPPORT
D'ACTIVITÉ

2020



CONSEIL INTERPROFESSIONNEL
DES VINS DU ROUSSILLON



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
- 13. Les actions spécifiques Vins Secs
- 14. Les actions spécifiques Vins Doux Naturels
- 17. Le développement œnotouristique

18. Les actions de promotion à l'export

- 20. Espagne, Royaume-Uni, Suède
- 21. États-Unis
- 23. Chine
- 25. Corée du Sud
- 27. États-Unis Garnacha / Grenache
- 28. Asie - Garnacha / Grenache
- 30. Wine Paris
- 31. Grenaches du Monde : le concours

32. Les outils et services

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



2020 : un maître-mot, Résilience !

Dans nos métiers de la filière viticole, toutes les années sont évidemment différentes mais restent malgré tout rythmées, année après année, par le cycle éternel de la vigne qui nous amène doucement aux vendanges puis dans les caves pour la vinification.

Il en est de même pour le commerce où tous les acteurs du vin assurent la promotion et la vente de nos vins dans tous les circuits de distribution, en France comme au bout du monde, et participent en masse aux grands événements qui jalonnent le calendrier de nos opérateurs, foires et salons en tête.

Mais ça, c'était évidemment avant la crise sanitaire mondiale qui nous a frappés au mois de mars 2020 !

Cet ouragan planétaire, dont les conséquences se font encore sentir aujourd'hui, a bouleversé toutes nos habitudes et toutes nos certitudes. Confinement, déconfinement, reconfinement sont des mots qui ont accompagnés notre année, à la vigne comme en magasin !

Comme on l'imagine, l'action du CIVR en a été fortement impactée. Certains événements en France ont dû être reportés, comme le festival Vin et Musique prévu pendant l'été 2020, d'autres reconfigurés ou décalés, comme le concours international des Grenaches du Monde, accueilli magnifiquement au final en septembre au lieu d'avril par nos amis d'InterOc à Montpellier.

Nos actions sur certains marchés export ont également été remises en question, en Chine naturellement sur le 1er semestre en particulier, et aux Etats-Unis pour la plupart des opérations prévues.

Malgré tout, ce qui caractérise nos opérateurs du Roussillon comme le CIVR dont il est le porte-voix, c'est la résilience !

Une grande majorité des actions a malgré tout pu s'organiser, en France comme à l'international !

Nous avons mis en place pour les acteurs du vin du Roussillon, situation unique en Occitanie, un programme d'abondement du Contrat de Relance Viti dédié par la Région au soutien de la filière viticole.

Nous avons aussi appris à communiquer autrement, sans prendre le train ou l'avion : Les Master Classes virtuelles se sont multipliées, nos vins ont continué à circuler dans le monde et ont été dégustés à distance. Ce qui a été perdu en contact humain ne l'a pas été en efficacité du message fort qui nous anime et nous fédère désormais, celui que Les Roussillon sont là ! C'est à un véritable changement de paradigme que nous sommes confrontés, qui va nous servir de référence pour les prochaines années. Un grand bravo dans cette période mouvementée à l'équipe des permanents du CIVR, emmenée avec efficacité et dévouement par sa directrice, Anne-Laure Pellet.

La fin de l'année 2020 marque enfin le changement de gouvernance du CIVR, comme le prévoient nos statuts tous les 3 ans. Je souhaite donc saluer Philippe Bourrier, président sortant, pour l'énergie déployée pendant son mandat et tous les élus qui ont œuvré bénévolement, pour certains depuis de longues années, en particulier Roger Torreilles et Francis Bonet, et qui ont décidé de transmettre le flambeau à une nouvelle génération.

Nos enjeux pour les années à venir sont nombreux, qu'il s'agisse des conséquences à la production du changement climatique et à la mise en marché de l'évolution des attentes des consommateurs. Heureusement, le CIVR a démontré, lors de cette année si particulière, sa capacité de résilience et son adaptation aux changements de paradigme induits par la crise sanitaire.

Plus que jamais, les Roussillon sont là !

Stéphane Zanella
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 Négoce 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 Négoce

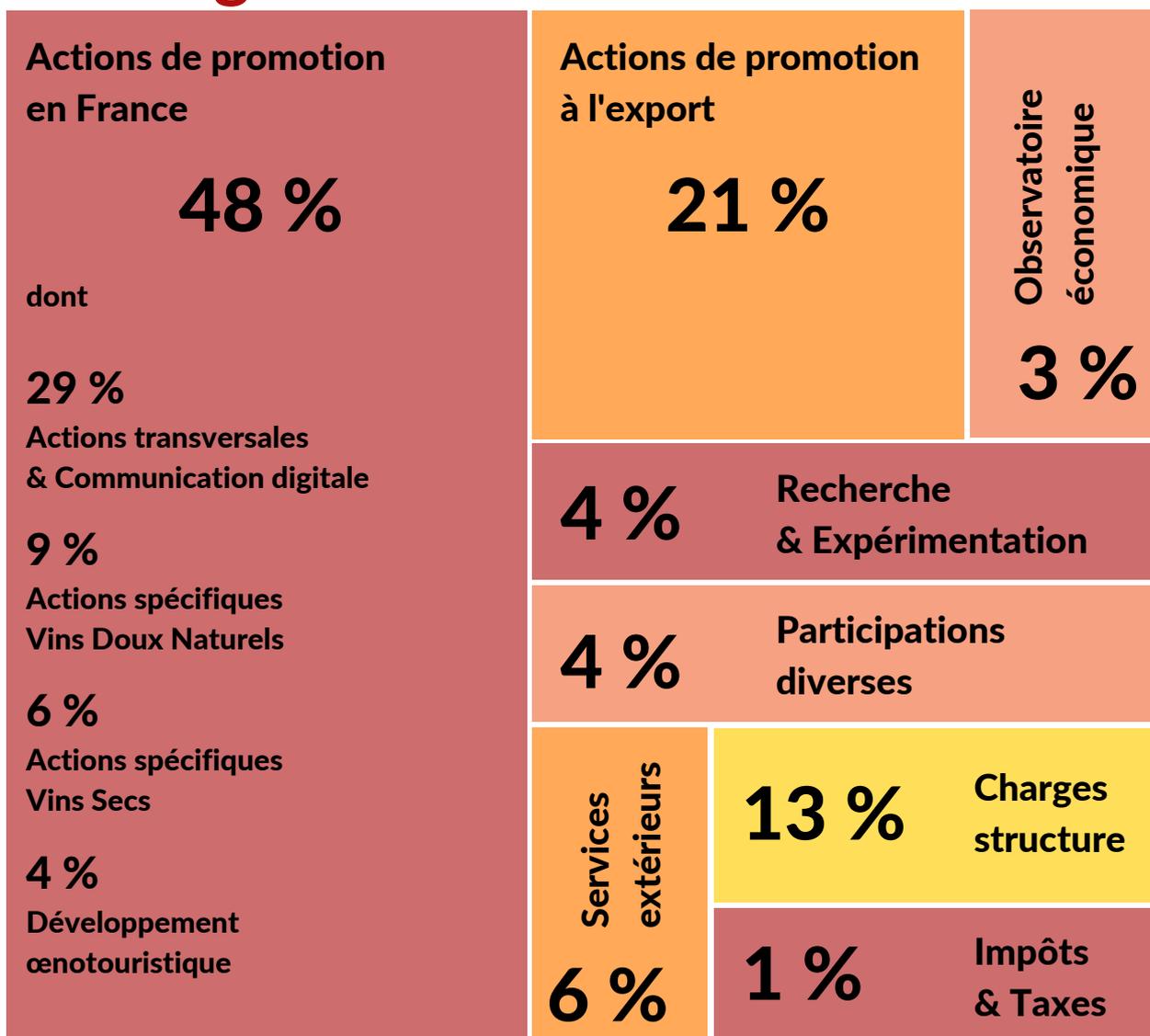
Le Bureau

	Ancien Bureau	Bureau à compter du 14/12/20
Président	Philippe BOURRIER	Stéphane ZANELLA
Vice-Président	Fabrice RIEU	Régis OUGUERES
Trésorier	Stéphane ZANELLA	Jean-Christophe BOURQUIN
Trésorier adjoint	Jean-Christophe BOURQUIN	Fabrice RIEU
Secrétaire Général	Roger TORREILLES	Bernard LANGLOIS
Secrétaire Général adjoint	Céline SABATER	Nicolas RAFFY

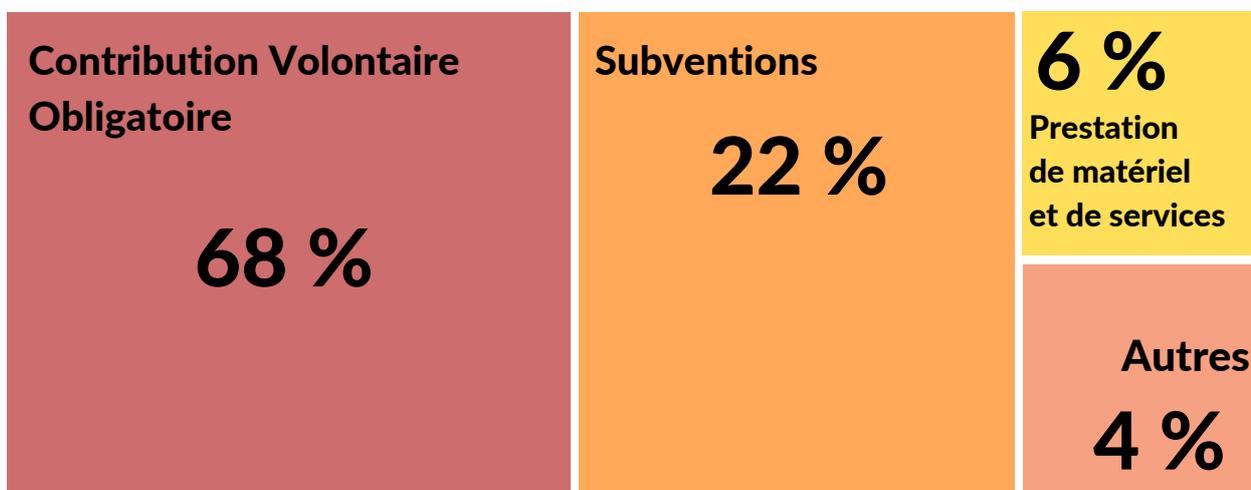
Le Président et le Vice-Président sont élus par l'Assemblée Générale pour un mandat de trois ans dans le cadre d'une alternance entre la Production et le Négoce. Les autres membres sont élus par le Conseil de Direction.

Le budget

DÉPENSES 3 016 050 €

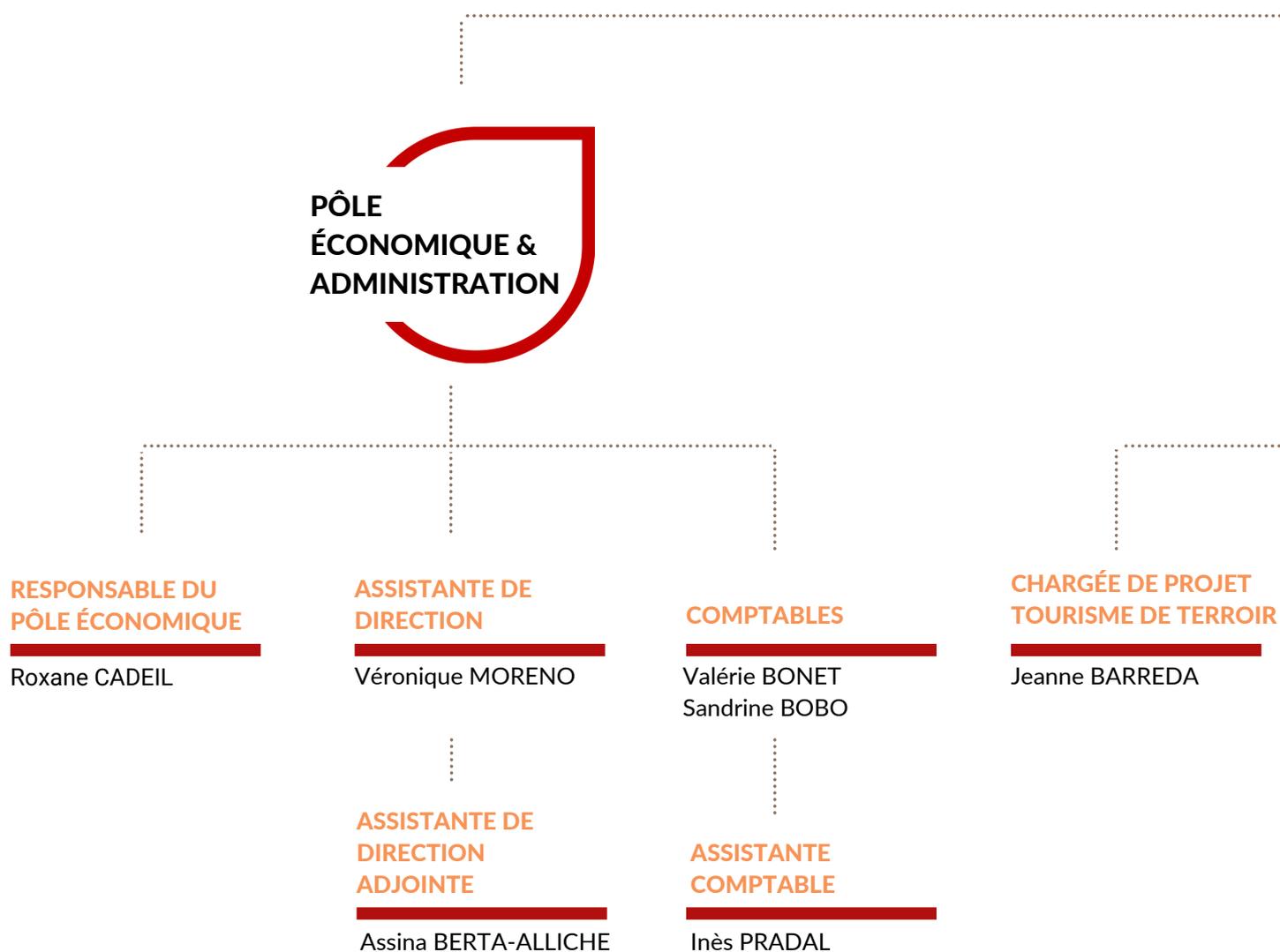


RECETTES 3 366 065 €



RÉSULTAT 350 015 €

Le CIVR : organigramme 2021





DIRECTION

DIRECTRICE

Anne-Laure PELLET

**DIRECTEUR ADJOINT
RESPONSABLE EXPORT**

Éric ARACIL



**PÔLE
MARKETING**



**PÔLE
EXPORT**

**RESPONSABLE
COMMUNICATION**

Christine COUANAU

**CHARGÉE DE
COMMUNICATION**

Stéphanie POITRAL

MAGASINIER

Julien BOUELLE

**CHARGÉE DE
MARCHÉ EXPORT**

Hélène LOSADA

**ASSISTANT
PROMOTION /
COMMUNICATION**

Alexandre DEMARCHI

L'année économique

Une année 2020 des plus particulières qui a mis le vignoble à l'épreuve. La crise sanitaire de la Covid-19, ainsi que les maladies de la vigne, n'ont pas été des plus favorables.

Grâce à une volonté toujours aussi forte de porter les vins du Roussillon vers le sommet, les divers opérateurs ont su montrer leur ténacité et leur persévérance.

Les chiffres clés



18 932 ha

539 713 hl (-13%)

rendement moyen : 28,51 hl/ha



14 AOP

2 IGP



2 171

EXPLOITATIONS

organisées en
401 caves particulières et
28 caves coopératives



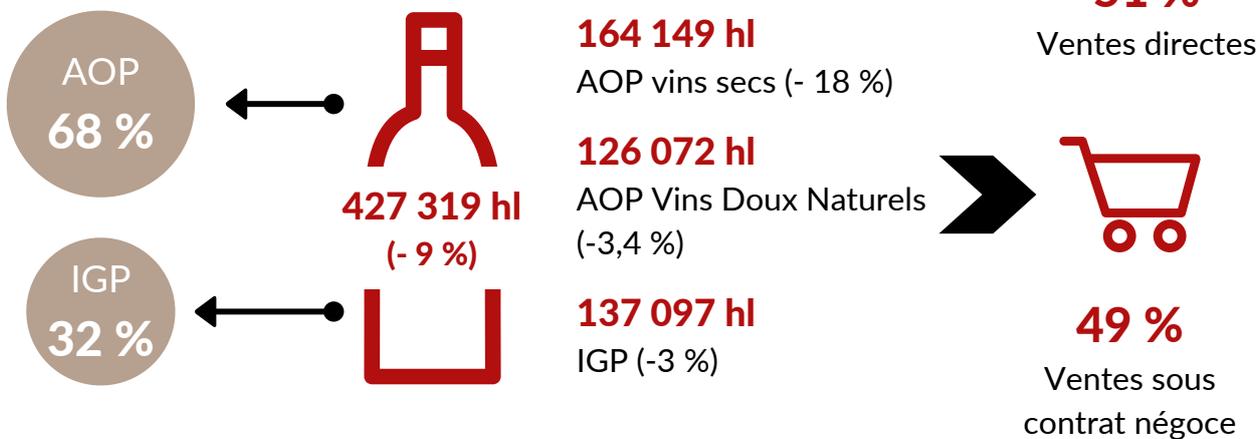
102

NÉGOCIANTS

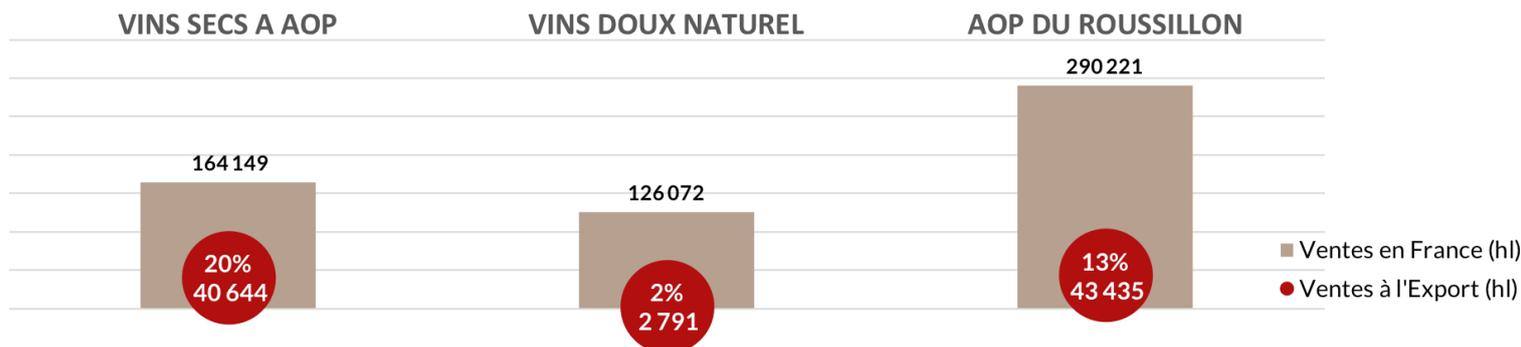
ET
SOCIÉTÉS DE NÉGOCE
dont une trentaine
de négociants "purs"

Les marchés

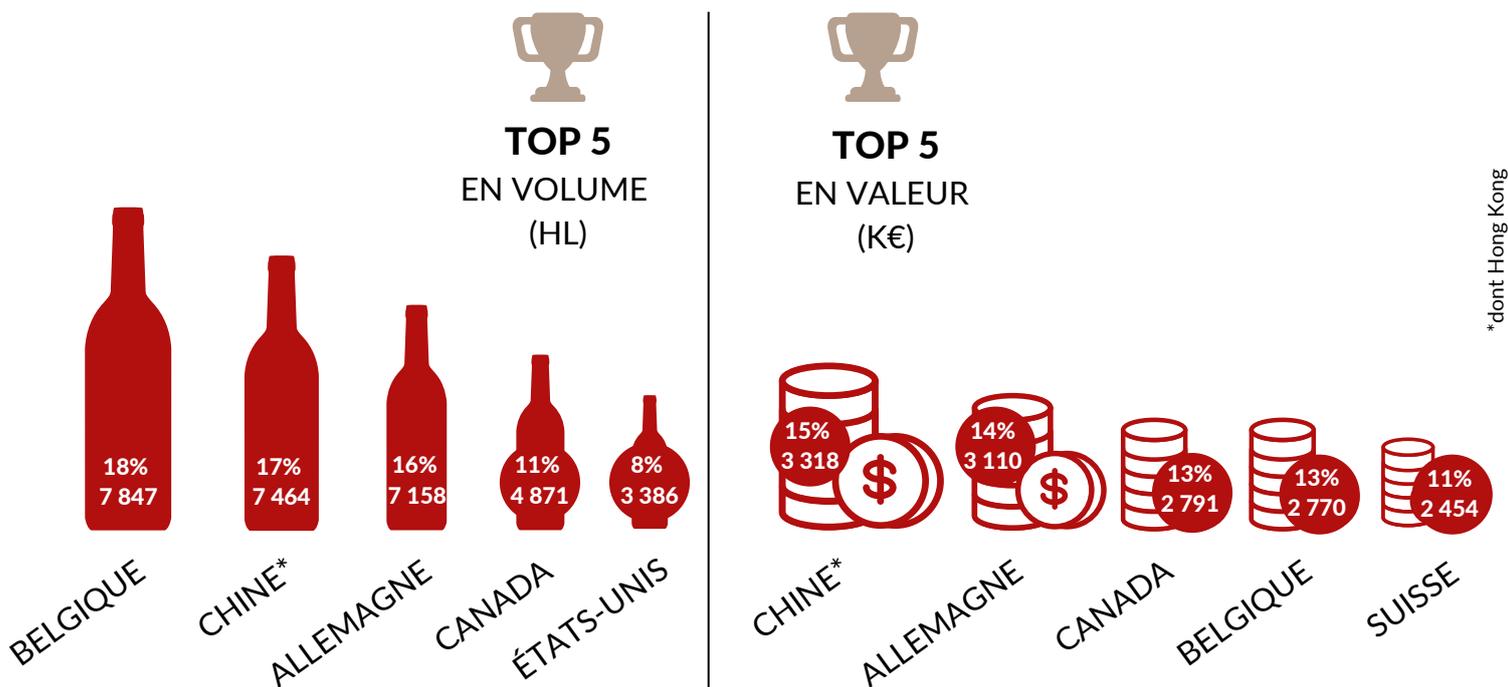
LES SORTIES DE CHAIS



LES CIRCUITS



LES MARCHÉS EXPORT





Les actions de promotion en France

- 12. Les actions transversales
- 13. Les actions spécifiques Vins Secs
- 14. Les actions spécifiques Vins Doux Naturels
- 17. Le développement œnotouristique

Les actions transversales



Nouvelle Identité les Roussillon sont là®

Le lancement officiel de la nouvelle identité des Vins du Roussillon « les Roussillon sont là® », s'est déroulé lors du salon Wine Paris 2020 du 10 au 12 février (avec un habillage des stands, un communiqué de presse, des goodies dédiés...).

Tout au long de l'année, la consolidation de notre nouvelle identité s'est poursuivie via des insertions publicitaires dans la presse locale et nationale (L'Indépendant, Guide Loisirs Catacult, Terre de Vins, annuaire de l'UDSF), un affichage longue conservation 8 m2 à Perpignan (aéroport, Route d'Espagne), un soutien à l'événement "Week-end Vignerons" à Banyuls sur Mer du 7 au 11 octobre.

L'objectif étant d'affirmer l'identité pour enrichir l'image auprès des consommateurs et des professionnels.



Création d'un kit de communication les Roussillon sont là®

Déclinaison de la nouvelle identité sur des outils de PLV et des goodies à destination des opérateurs (verres, couteaux sommeliers, vasques, seaux, stylos, drop stop, badges, stickers...).

Réalisation d'un kit de communication complet offert à chaque opérateur afin qu'il s'approprié cette marque, l'utilise et la diffuse sans modération.



Faire rayonner les Vins du Roussillon

Créer de l'influence

54

retombées de presse

- 4 Communiqués de Presse filières
- **44 retombées filière**

2

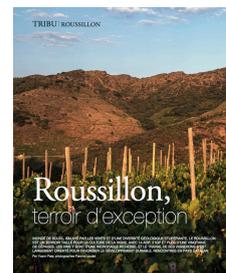
accueils presse

- Olivier Bompas - **4 articles dans la revue Le Point**
- Dominic Rippon - France Magazine UK **2 articles**

21

entreprises mises en valeur dans **Terre de Vins (spécial Développement Durable)**

Cahier de 15 pages dédiées au Roussillon



Les actions spécifiques Vins Secs

Sensibiliser à la palette des blancs et rosés du Roussillon.

24

vins secs du Roussillon sélectionnés
(12 blancs / 12 rosés)

Vitrine des AOP Collioure, AOP Côtes du Roussillon, IGP Côtes Catalanes

23

articles issus d'un portage Presse

Conforter la commercialisation en assurant une présence produit dans la presse généraliste



Cotes Catalanes, Dossier Grise Macabeu, 2019
 Cette cuvée est élaborée à partir de Macabeu à 100% issu de vignes âgées d'une quarantaine d'années. Ce vin donne un caractère rond et minéral, ainsi que de belles notes amères de frambois mûres. En bouche, il offre un bel équilibre en acidité, fruit et légères épiceries.
 Cette cuvée se marie tout particulièrement avec les poissons, les mets sautés produits de la terre et de la mer ainsi qu'avec les fromages.
 Prix indicatif : 7,20 €

2

live sur Intagram pendant l'été

- Dégustations de 3 rosés et de 3 blancs de la sélection
- Commentées par 2 influenceurs
- 2 vidéos IGTV sur le feed + posts



38

vins sélectionnés
Dossier rédactionnel
RVF - Décembre / Janvier

- Valorisation des Côtes du Roussillon Villages et dénominations communales dans un article de fond
- Print et digital



Les actions spécifiques

Vins Doux Naturels

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.

IMPLANTER LE MODE DE
CONSOMMATION MUSCAT ON ICE ET
RIV'TONIC AUPRÈS DES
CONSOMMATEURS AU NIVEAU LOCAL

442 720

spots diffusés sur affichage digital



15

passages d'une banderole aérienne
Muscat On Ice sillonnant le Littoral

1 000

cocktails servis lors du festival
Visa pour l'Image - Perpignan



1 600

spots diffusés sur les radios locales

**FORTE PRÉSENCE DIGITALE
POUR UNE VISIBILITÉ DÉCUPLÉE**

3 750 717

impressions

- Campagne digitale sur le Boin Con mobile et Display Géolocalisée Perpignan, Toulouse et Montpellier

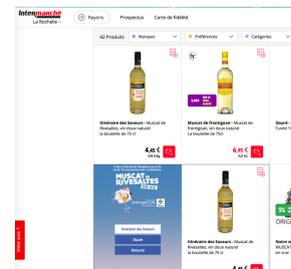


**AU NIVEAU NATIONAL GD
BOOSTER LES VENTES**

583 000

impressions

- Présence sur le drive Intermarché et Leclerc
- Mise en avant de l'usage du Muscat On Ice de manière ultra intégrée et servicielle



- **310 000 cônes** apposés sur les bouteilles de Muscat de Rivesaltes et de Rivesaltes Ambré en GD toute France pour améliorer la visibilité

**UNE CONSOMMATION QUI
S'INFLUENCE**

Construction de relations avec les influenceurs avec l'envoi de box Muscat On Ice et Riv'Tonic

- 10 influenceurs
- 30 publications
- 255 000 personnes touchées



MUSCAT DE NOËL

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



900

kits de promotion d'aide à la vente
distribution au niveau National

100 000

spots diffusés sur les panneaux digitaux
en local

300

Muscat de Noël

pour l'opération Toqués D'oc en partenariat
avec les Toques Blanches

11

influenceurs

- 46 publications
- 127 000 personnes touchées
- 4 700 engagements



- 35 000 impressions web sur le site de l'Indépendant
- 70 000 impressions Facebook avec l'Indépendant

MISE EN AVANT DE COCKTAILS DE NOËL

37

posts

- 1 live
- 3 influenceurs
- 39 000 cibles potentielle touchées
- 1 240 engagements



AMÉLIORER LA VISIBILITÉ DES VIEUX MILLÉSIMES

Création d'une page de Vieux Millésimes de Vins Doux Naturels sur le site www.roussillon.wine

Faciliter l'accès par le moteur de recherche qui recense les **Vieux Millésimes de VDN de 1929 à 1999**, par année, par Appellation ou par entreprise, possibilité de retrouver son année de naissance ou tout autre évènement marquant



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 co-construction 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

prestations qualifiées

sous la marque Tourisme de Terroir®, dont **82 caves et domaines viticoles labellisés** Vignobles & Découvertes.

COMMUNICATION & PROMOTION

10 000

exemplaires de la carte oenotouristique
Route des vins et des terroirs

- Diffusion guide Carnet de Voyage Oenotourisme en Roussillon
- Participation à la foire Sud de France fête la Qualité à Montpellier
- Accueil presse de journalistes japonais : Wine What



ÉVÈNEMENTS

21

professionnels présents

Première participation à l'événement national **Fascinant Week-End** du 15 au 18 octobre 2020

- 27 animations
- Diffusion de 1500 brochures et 22 000 flyers



DIGITAL

- Mise en ligne de la carte interactive avec fiche individuelle de chaque adhérent.
- Promotion des événements via l'agenda digital
- Mise en ligne de contenu anglais/français sur www.visitfrenchwine.com
- Jeu concours « Gagnez l'Occitanie en bouteille ».





Les actions de promotion à l'export

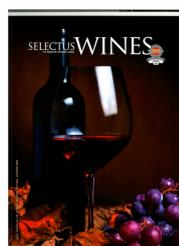
- 20.** Espagne, Royaume-Uni, Suède
- 21.** États-Unis
- 23.** Chine
- 25.** Corée du Sud
- 27.** États-Unis Garnacha / Grenache
- 28.** Asie - Garnacha / Grenache
- 30.** Wine Paris
- 31.** Grenaches du Monde : un événement international

Espagne, Royaume-Uni, Suède



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.

ESPAGNE



28

entreprises ont présenté leurs vins
Magazine Spécialisé *Selectus Wines*

- Parution d'un **publi-rédactionnel "Roussillon"** dans l'édition de Juillet
- Banc d'essai pour ce magazine de référence en Espagne
- Notation des **"Coups de Coeur"** dans un n° spécial d'octobre

18

entreprises participantes à
l'Édition 2021- Guia de Vins de Catalunya

- Parution en octobre 2020



ROYAUME-UNI

2

Voyages de presse

Accueil de Rosemary George, Master of Wine

- Écriture d'un livre sur les Vins et Vignobles du Roussillon (parution : printemps 2021)
- **28 producteurs / entreprises rencontrés**

Accueil du journaliste Dominic Rippon
(Septembre)

- **7 entreprises visitées**
- **2 articles** parus dans France Magazine (sur les VDN en Février et sur les VS en Mars)



SUÈDE

25

entreprises visitées / mises en avant
Délégation de 7 membres de l'association
Munskänkarna du 19 au 23 février

- Roussillon : élu **région viticole de l'année** en Suède en 2020 par l'association qui compte 35 000 membres
- Intronisation des membres de la délégation par la Commende Majeure du Roussillon lors de la soirée de lancement officiel du prix "Région Viticole de l'année"



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

1

voyage de Presse virtuel du 13 au 15 octobre

- 3 journalistes américains et 1 journaliste danois
- 6 entreprises ont présenté leur structure et vins lors d'entretiens individuels
- Réalisation en amont d'une vidéo pour l'introduction des dégustations (1 jour, 1 zone du territoire et 1 vidéo)
- **46 retombées** (3 articles, 7 posts et 36 stories sur les réseaux sociaux).



28

cuvées de 14 domaines publiés dans la Newsletter et sur le site WEC

- Partenariat avec Wine Enthusiast - Wine Importer Connection
- Échantillons dégustés et notés (vins non importés aux USA)
- Relais aux importateurs des USA

11 000

diffusion du magazine sur les états de New York, New Jersey et Connecticut (partenariat avec Beverage Media)

- Insertion carte Roussillon sur la 4^e de couverture
- Publication en septembre



1

page dédiée au Roussillon sur la plateforme Sevenfifty

- Article et carte du Roussillon
- Promotion du contenu sur la page d'accueil du site SevenFifty et la barre de recherche
- Une publication Facebook SevenFifty
- 43K+ impressions
- 779 vues sur l'article en ligne

155

vins et dégustés et notés suite à la dégustation Wine Advocate Robert Parker

- Envoi des vins au journaliste Joe Czerwinski
- Publication le 11 juin
- Complément le 9 juillet



États-Unis

10

journalistes destinataires d'envoi d'échantillons

- Diffusion d'une **infographie**
- Induction d'opportunités de couverture de presse
- **4 vins de 4 entreprises envoyés**
- 3 articles parus



5

Publicités via SevenFifty

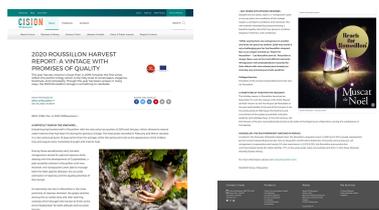
- **Promotion** d'octobre à décembre
- 1 advertorial pour éduquer les professionnels, en complément du guide, diffusé au trade via la plateforme SevenFifty Daily
- 3 recherches assistées via le moteur de recherche SevenFifty
- 20 000 publicités ciblées sur Facebook via le compte SevenFifty
- 125 000 impressions publicitaires sur SevenFifty
- **Résultats :**
 - 5 nouveaux importateurs ont commandés des Vins du Roussillon
 - 163 000 personnes atteintes
 - + 161 000€ de vente du 14/09 au 08/01/2021



69

Articles mentionnant le Roussillon / entreprises du Roussillon

- **Communiqué de Presse** distribué via les canaux PR Newswire à l'ensemble de la Presse des USA
- 346 838 905 impressions
- 152 Pick up
- 140M de Potential Audience



22

vins présentés (10 appellations et 19 entreprises) à la dégustation live menée par Anna-Christina Cabrales avec Jeff Harding le 27/10/2021

- 10 sommeliers influenceurs membre de Sommatation
- 1 351 vues / likes
- Live archivé sur IGTV

1

enquête sur la nouvelle identité version GB "Les Roussillon sont là"

- Hors OCM PT



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.

16

brèves postées sur l'année (vs 14 en 2019) sur le site internet www.roussillon-wines.com

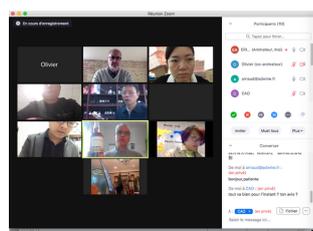
- 159 267 visites comptabilisés sur 01/01/2020 au 31/12/2020 (vs 335 260 en 2019)
- 57 840 utilisateurs (vs 147 377 en 2019)
- Pages les plus visitées :
 - Home, Contacts, In the News, Vins Doux Naturels



6

importateurs lors d'un voyage importateurs virtuel le 3 décembre

- 9 entreprises du Roussillon non importées en Chine
- 3 grandes zones de production
- 1 vidéo des différents terroirs
- 3 entreprises par zone de production
- Contacts directs avec les importateurs



58

posts publiés sur Weibo

- 85 889 fans (vs 86 109 en 2019)
- 3 064 reposts (vs 3 015 en 2019)
- 301 105 consultations (vs 400 379 en 2019)



432

visiteurs professionnels (sur 2 villes) au TastyWines Roadshows - Asia

- Shenzhen le 19/11 et Pékin le 30/11
- 8 entreprises du Roussillon ont participé ou ont été représentées
- 106 demandes de contact transmises aux entreprises



26

publications sur WeChat

- 2 538 fans (vs 2 592 en 2019)



*Les actions digitales ont été réalisées avec 2/3 du budget en moins mais restent possibles malgré cette année "Covid-19".

5

Master Classes, et + de 200 professionnels

- 2 dans le cadre **Tastywines Roadshows** réalisées online par E. ARACIL (CIVR) avec présentation, dégustations commentées de 10 vins de 8 exposants
- 1 dans le cadre de **Bettane & Desseuve** à Pékin animée par Zhao Gao en décembre avec mise en avant de 10 vins non représentés en Chine (soit 10 entreprises)
- 2 à **Shenzhen** animées en décembre par Stone Lu, pour la Sommelier Academy Shenzhen avec mise en avant de 10 vins de 10 entreprises représentées en Chine



38

formations organisées et + de 1 000 professionnels formés

- 7 en partenariat avec les importateurs, d'août à décembre
- 31 à travers la Chine dans le cadre des travaux avec la jeune sommellerie, réalisées par Thommy Nam (Asia Wine Institute) en octobre et novembre

5

journalistes / bloggeurs présents au voyage de Presse sur les lieux de production (online)

- 08/12
- **9 entreprises du Roussillon importées en Chine**
- Suivi des retombées de presse en cours



83

parutions presse

- CVP de 85 200€
- Année Covid-19

12°

édition - Best Chinese Sommeliers Competition et Prix Spécial Roussillon

- 7° année de partenariat du concours
- Finale le 20/10 à Shanghai
- Concours écrit Roussillon pour le Prix spécial Roussillon
- Voyage sur les lieux de production en 2021 pour le vainqueur du prix

9°

édition de la compétition Young Chinese Sommelier Competition by team

- 8° année de partenariat avec ce concours
- Finale non organisée à ce jour (Covid-19)
- Voyage sur les lieux de production en 2021 pour l'équipe gagnante

20

personnes dont 14 importateurs et 6 de leurs clients VIP lors d'un diner importateurs

- Présentation des vins et vignobles par un "ambassadeur" du Roussillon : Zhao Gao
- Introduction online par E. ARACIL (CIVR)
- Accords mets et vins
- 8 vins de 8 entreprises dont 7 non importées en Chine mis en avant à cette occasion



15

participants

Diner Sommelier - Chengdu

- 02/12
- 12 sommeliers
- Les gagnants du Best Sommeliers et Roussillon Trophée 2019
- 3 Wine Educateurs
- **8 vins de 8 entreprises déjà en Chine mis en avant**

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.

16

brèves postées sur l'année (vs 13 en 2019) sur le site internet

www.roussillon-wines.kr

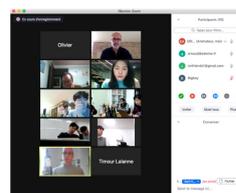
- 108 981 visites comptabilisés sur 01/01/2020 au 31/12/2020 (vs 73 379 en 2019)
- 33 442 utilisateurs (vs 16 495 en 2019)
- Pages les plus visitées :
 - Food pairing, importers, contacts, our wines



5

importateurs lors d'un voyage sur les lieux de production online le 7 décembre

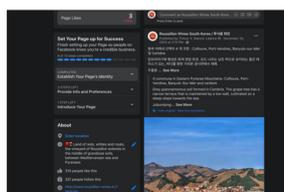
- 9 entreprises du Roussillon non représentées en Corée du Sud
- + 2 importateurs "post-événement"
- 3 grandes zones de production
- 1 vidéo des différents terroirs
- 3 entreprises par zone de production
- Contact avec les importateurs



31

posts publiés sur Facebook

- 321 fans (vs 75 en 2019) majoritairement professionnels
- 3 154 mentions "j'aime" (vs 73 en 2019)



135

prescripteurs rencontrés B2B Tasty Wines Asia, Séoul

- 16/11
- 9 entreprises du Roussillon ont participé et/ou ont été représentées
- 31 demandes de contact transmises aux entreprises



5

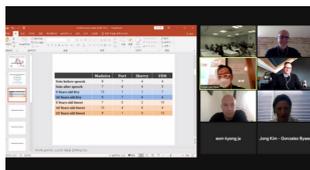
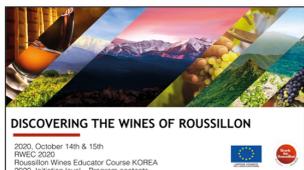
Master Classes en octobre/novembre

- 2 dans le cadre de l'Asia Buyers Conference
- 1 à Daegu avec Miracle Wine pour une sélection de professeurs
- 1 à Séoul dans le cadre de l'Asia Buyers Conference Seoul
- 1 à Séoul dans le cadres de Tastywine Seoul

3

formations organisées de septembre à novembre

- 1 à Busan en partenariat avec l'importateur AvecWine
- 1 formation WSET, wine vision academy à Séoul
- 1 formation en ligne via le Wine Educator Minjoo Kim



AU TOTAL

113

personnes formées (formation / participation à la dégustation ou à la connaissance des vins)

- 113 personnes formées dont
 - 44 Wine Educators / Consultants
 - 27 importateurs
 - 6 médias
 - 21 sommeliers
 - 15 VIP
- 25 entreprises et 50 vins mis en valeur



7°

édition du concours Best sommeliers et prix spécial Roussillon à Daejeon

- 17 au 18/10
- Concours écrit et pratique pour le prix spécial Roussillon
- Voyage sur les lieux de production en 2021 pour le meilleur sommelier, le deuxième et le vainqueur du prix spécial Roussillon
- 4 981 sommeliers touchés
- **Toutes les dénominations / appellations du Roussillon présentées**
- 6 entreprises
- 5 importateurs



États-Unis, Garnacha / Grenache



Actions digitales

- Création de design pour le site web et les médias sociaux
- Posts et direct live sur les réseaux sociaux Facebook, Instagram et Twitter

Matériel et supports promotionnels (POS, médias et formations)

- Création de design pour le kit informatif pour les médias et le trade
- Outils promotionnels pour toutes les actions (drop stops, tire-bouchons, nappes, z-cartes, leaflets, ...)

> Programme mis en veille à cause du Covid-19, dans l'attente de jours meilleurs

Asie

Garnacha / Grenache



18 936

visiteurs au salon Toewine Shenzhen

- 18 au 20/09
- Stand dédié



21 000

visiteurs au salon Interwine Guangzhou

- 9 au 11/11
- Stand dédié



22 542

visiteurs au salon Prowine Shanghai

- 10 au 12/11
- Stand dédié



7

Master Classes, 8 Buyers Trainings et 1 événement B2B (d'août à novembre)

CHINE

- 29 participants à la Master Class de Shenzhen
- 40 participants à la Master Class de Guangzhou
- 1 Buyers training à Beijing le 16/11 pour 4 participants



CORÉE

- 20 participants à la Master Class de Séoul le 25/08
- 9 participants à la Master Class de Daejeon le 14/10
- 1 Buyer Training le 05/11 à Séoul pour 7 participants



Asie

Garnacha / Grenache

JAPON

- 21 participants à la Master Class de Tokyo le 14/10
- 3 Buyer Trainings le 26 et 28/11 à Tokyo et le 27/11 à Yokohama pour un total de 14 participants



TAÏWAN

- 44 participants à la Master Class de Taïchung le 17/08
- 24 participants à la Master Class de Taïpei le 04/11
- 3 Buyers Trainings à Taïpei le 27/10, le 06 et 25/11 pour un total de 12 participants
- 124 participants au B2B tasting le 04/11 où 8 entreprises étaient représentées



6

dîners Sommeliers organisés d'août à novembre pour :

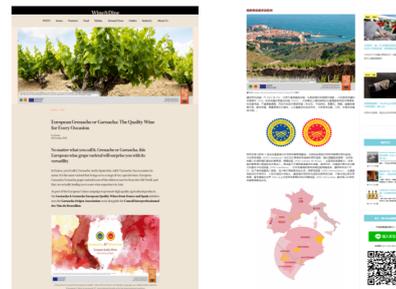
- 10 sommeliers à Seoul le 25/08
- 10 sommeliers à Tokyo le 29/09
- 12 sommeliers à Taïpei le 03/08
- 9 sommeliers à Shenzhen le 20/09
- 11 sommeliers à Guangzhou le 09/11
- 7 sommeliers à Shanghai le 12/11



8

publi-rédactionnels print

- 78 000 prints
- Digital (29 891 PV)
- Traduction et envoi du Dossier de Presse à 45 médias / KOL en Asie



5

"online store collaborations" en Chine, avec

- Jiuxian, YesMywine, 9Katcha, 1919 et Winyun
- Via bannières



POS

- déclinée dans toutes les lanques
- utilisée sur toutes les actions

Wine Paris



La **seconde édition** du salon s'est tenue du 10 au 12 février.

La nouvelle identité "**les Roussillon sont là**" a été dévoilée à cette occasion.



L'ensemble de la gamme des vins du Roussillon a été mis à l'honneur sur le stand institutionnel CIVR qui présentait en parallèle un corner Grenaches du Monde.

24

entreprises du Roussillon exposaient aux côtés du CIVR

30 000

visiteurs accueillis

malgré l'absence d'une majorité des visiteurs asiatiques déjà impactés par la pandémie Covid.

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 Grenaches du Monde met en valeur les vins issus majoritairement de grenache, sans restriction de couleur, d'origine ou de nationalité. En 2020, le concours est accueilli pour sa 8ème édition par **Inter Oc** dans la Région Viticole du Languedoc, le 15 et 16 septembre à Montpellier.

GRENACHES
DU **Monde**



En savoir plus sur : www.grenachesdumonde.com

LES VINS

832

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

5

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

54

31 médailles pour les vins
secs et 23 médailles pour
les Vins Doux Naturels du
Roussillon

LES PROS

68

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

13

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 832 vins sont présentés à la dégustation libre gérée selon les règles Covid-19 en 2020.



Les outils et services

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

La recherche et l'expérimentation

S'appuyant sur des partenariats professionnels et scientifiques (IFV, ICV, INRAE, IRSTEA, Sudvinbio, INCAVI, Universités, Vignerons...), le Vinopôle de Tresserre est un domaine expérimental de 6ha de vignes et 0.6ha de PPAM. Co-piloté par la Chambre d'agriculture des Pyrénées-Orientales et le CIVR, 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 FranceAgrimer et de l'Office Français la Biodiversité.

7 enjeux prioritaires fixés par l'Interprofession

- La réduction des intrants
- L'adaptation aux changements climatiques 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

Expérimentation de solutions alternatives à la gestion des adventices (paillage, mulch, mécanisation, engrais vert, herbicide naturel, enherbement...). Limitation du niveau d'alcool dans les vins par les pratiques viticole (effeuillage, rognage, taille tardive, hormones...). Suivi d'un rucher expérimental pour compréhension des risques de contamination des abeilles.

> **4 sites d'expérimentations**

Protection phytosanitaire

Evaluation des programmes de protection avec objectif de la réduction du nombre d'intrants. Tests de solutions de biocontrôle en lutte contre : oïdium, eudémis, vespère, entretien du sol.

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

> **7 expérimentations phytosanitaires**

Changement climatique

En plus des travaux sur le matériel végétal et la conduite du vignoble, suivi de la parcelle de vigne agrivoltaïque de Tresserre.

Matériel végétal

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

Rechercher des clones de syrah moins sensibles au dépérissement.

> **Plusieurs clones de Syrah peu dépérissants, et de Grenache Blanc proposés à l'agrément en 2020**
25 cépages tolérants aux maladies
12 cépages étrangers résistants à la sécheresse

Oenologie

Evaluer l'impact œnologique des expérimentations conduites au vignoble. Recherche de techniques viticoles et œnologiques limitant le niveau d'alcool des vins.

> **93 minivinifications – 10 séances de dégustation**

Suivi aval qualité international

> **AOP vins secs du Roussillon : 78 échantillons testés, 96.2% conformes**

> **AOP VDN du Roussillon : 63 échantillons testés, 98.4% conformes**

> **IGP du Roussillon : 31 échantillons testés, 100% conformes**

La communication digitale

Forte présence des Vins du Roussillon sur le digital, à travers différents outils à destination du grand public mais aussi des opérateurs.

Site web

Mode de communication dynamique, pertinent et cohérent, il permet la diffusion d'une image renouvelée pour les opérateurs, le public professionnel et les consommateurs.

Évolution et enrichissement du site internet www.roussillon.wine avec la création de nouvelles pages en lien avec l'actualité, notamment celle dédiée aux vignerons proposant le Click & Collect qui se sont adaptés à la crise sanitaire liée au COVID.

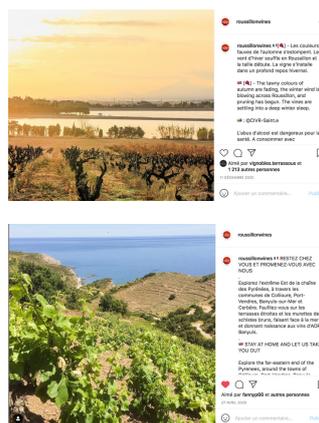


Instagram & Facebook

- Fédérer une véritable communauté de fans des Vins du Roussillon et Instaurer une relation de proximité avec les consommateurs
- S'adapter aux mesures de confinement et de distanciation sociale en proposant des contenus à caractère pédagogique

+6,6% de fans pour Facebook

+23,6% d'abonnés pour Instagram



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.

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'espace adhérents

Mis en place en juin 2020, il offre une réelle valeur ajoutée aux opérateurs en centralisant les informations sur les événements, les appels à échantillons mais aussi les ressources pédagogiques, les données économiques et export. Il permet aussi à l'opérateur de communiquer sur les événements qu'il organise individuellement ou collectivement.



- La Lettre « INFO », le vendredi (données économiques nationales et internationales, informations administratives et techniques, informations sur les salons et concours en France et à l'export...)

Les lettres d'information

Tout au long de l'année, le CIVR communique auprès de ses adhérents au travers de lettres régulières :



- La Lettre « ACCIÓ », le mardi (appels à participation et appels à échantillons des actions de promotion organisées par le CIVR)



- « LE MAG », une fois par mois, il retrace les actions de communications en France et à l'export réalisées par le CIVR.

La nouvelle identité des Vins du Roussillon



"Reach for Roussillon ®" pour l'Export



Les partenaires financiers



Les autres partenaires techniques et soutiens





CIVR

19, avenue de Grande-Bretagne

BP 649

F-66006 PERPIGNAN CEDEX

+33 4 66 51 21 22

info@roussillon.wine



roussillon.wine



VinsduRoussillon



roussillonwines



Vins_roussillon