

# RAPPORT D'ACTIVITÉ 2021



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
- 14. Les actions spécifiques Vins Secs
- 18. Les actions spécifiques Vins Doux Naturels
- 21. Le développement œnotouristique

## 22. Les actions de promotion à l'export

- 24. Espagne, Allemagne
- 25. Allemagne
- 26. Royaume-Uni
- 29. États Unis
- 32. États-Unis Garnacha / Grenache
- 33. Chine
- 36. Corée du Sud
- 38. Asie Garnacha / Grenache
- 42. Wine Paris
- 43. Grenaches du Monde : le concours

## 44. Les outils et services

- 46. La recherche et l'expérimentation
- 47. La communication digitale
- 48. L'accompagnement des entreprises
- 50. La communication interne



2021, retour à la normale ?

Au sortir d'une année 2020 marquée par le tsunami sanitaire mondial de la Covid-19, nous avons tous espéré, dans nos exploitations viticoles et dans nos bureaux commerciaux, un retour « à la normale ».

Force est de constater que la normalité semble être devenue une notion plus théorique que pratique !

L'année 2021 a connu à nouveau de fortes perturbations pour les mêmes raisons sanitaires, ce qui a nécessairement entravé l'action du CIVR. Le salon « Wine Paris » a dû être annulé en février, la 1ère édition du Bacchus Festival prévue en juin en Roussillon à nouveau repoussée en 2022, le concours international des Grenaches du Monde a été organisé de manière itinérante sur 4 sites prestigieux en France (Châteauneuf-du Pape et Roussillon), Espagne (Cebreros) et Italie (Ascoli Piceno) pour éviter aux jurés d'avoir à se déplacer en masse en un point unique. Un procédé astucieux pour respecter les gestes barrières et les recommandations de distanciation sociale tout en rapprochant symboliquement quatre terroirs emblématiques du grenache !

De nombreuses actions sur certains marchés export ont également été remises en question, aux Etats-Unis pour la plupart des opérations prévues, et en partie en Chine et en Corée du Sud.

Une grande majorité des actions a malgré tout pu s'organiser, en France comme à l'international ! De nouvelles actions ont ainsi pu avoir lieu, notamment au plan local avec les animations autour du vin que sont « Vins en Têt » et « Vins en Ville » sur Perpignan.

Nous avons poursuivi, pour les acteurs du vin du Roussillon, le programme d'abondement du Contrat de Relance Viti dédié par la Région au soutien de la filière viticole.

Après le lancement d'une campagne de communication estivale sur le thème « consommer le vin en AOP et IGP local », nous avons également déployé en fin d'année une campagne média institutionnelle d'une grande ampleur autour de notre nouvelle identité, en affichage sur Paris et Toulouse, et en digital de manière massive. Objectif : Positionner l'offre « Les Roussillon sont là » dans la compétition des principaux vignobles nationaux au travers d'une communication « différenciante » pour se distinguer et montrer que notre offre de produit est unique. Véritable mise en lumière du Roussillon : nos valeurs et nos terroirs y sont magnifiés et incarnés de très belle manière !

Enfin, point essentiel dans la vie de notre interprofession, nous avons renouvelé en les faisant évoluer, conformément à mes engagements de candidat, les accords interprofessionnels pour les années 2022 à 2024, ce qui est un gage de stabilité pour cette nouvelle période qui s'ouvre.

Je tiens à exprimer à cette occasion tous mes remerciements à l'équipe opérationnelle du CIVR, emmenée à nouveau avec efficacité et professionnalisme par sa directrice, Anne-Laure Pellet, ainsi qu'à tous les élus dont il est important de rappeler ici l'engagement à titre totalement bénévole pour le collectif de notre filière.

A l'heure où nous publions ce rapport d'activité, nous savons déjà que l'année 2022 ne sera pas non plus « normale », mais notre filière, dont la résilience n'est plus à démontrer, y fera face de nouveau et pourra compter sur l'appui du CIVR pour l'accompagner !

Face aux challenges de plus en plus nombreux du monde viticole, soyez assurés que les Roussillon sont là, et bien 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 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

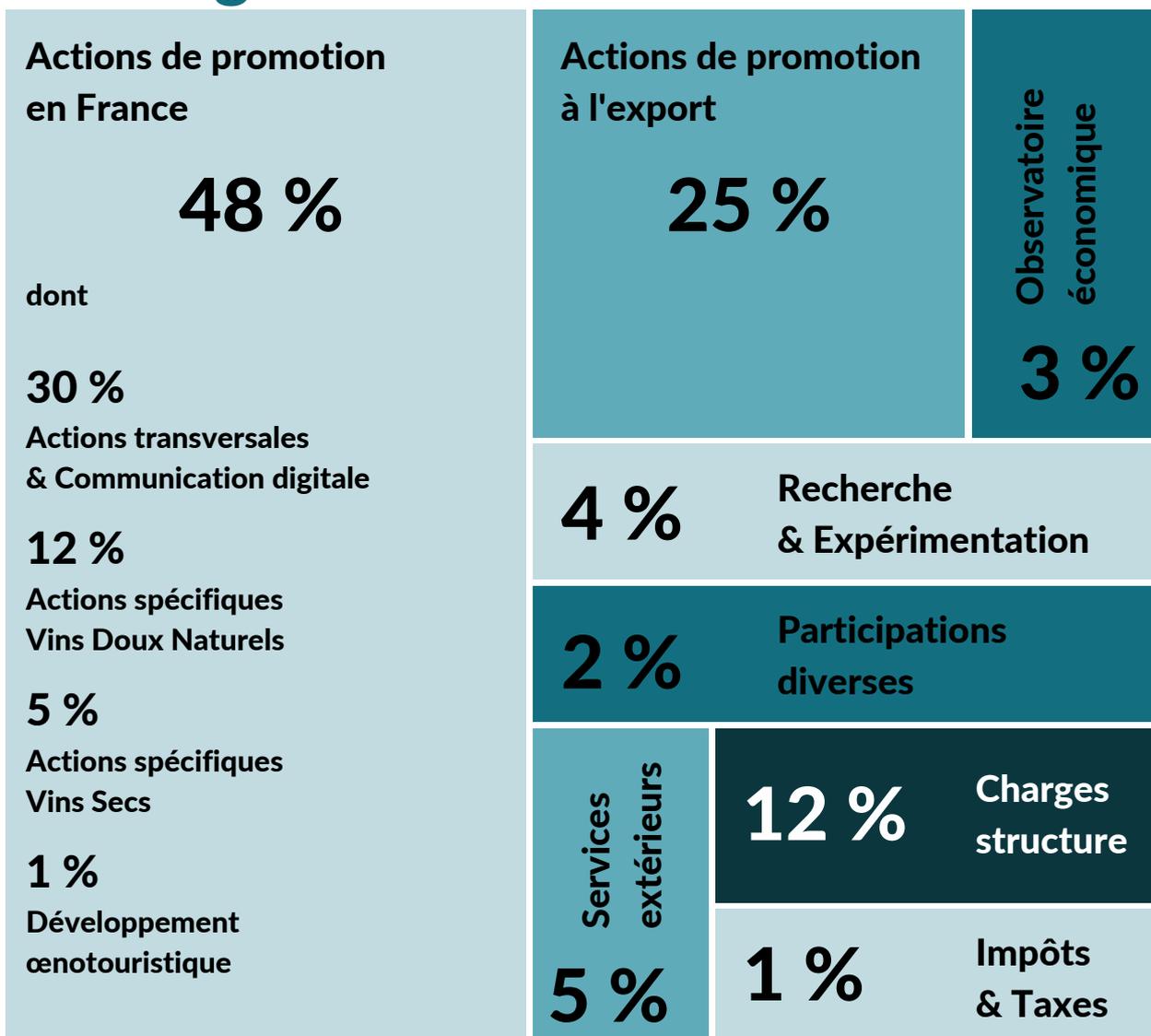
### Le Bureau

<b>Président</b>	Stéphane ZANELLA
<b>Vice-Président</b>	Régis OUGUERES
<b>Trésorier</b>	Jean-Christophe BOURQUIN
<b>Trésorier adjoint</b>	Fabrice RIEU
<b>Secrétaire Général</b>	Bernard LANGLOIS
<b>Secrétaire Général adjoint</b>	Nicolas RAFFY

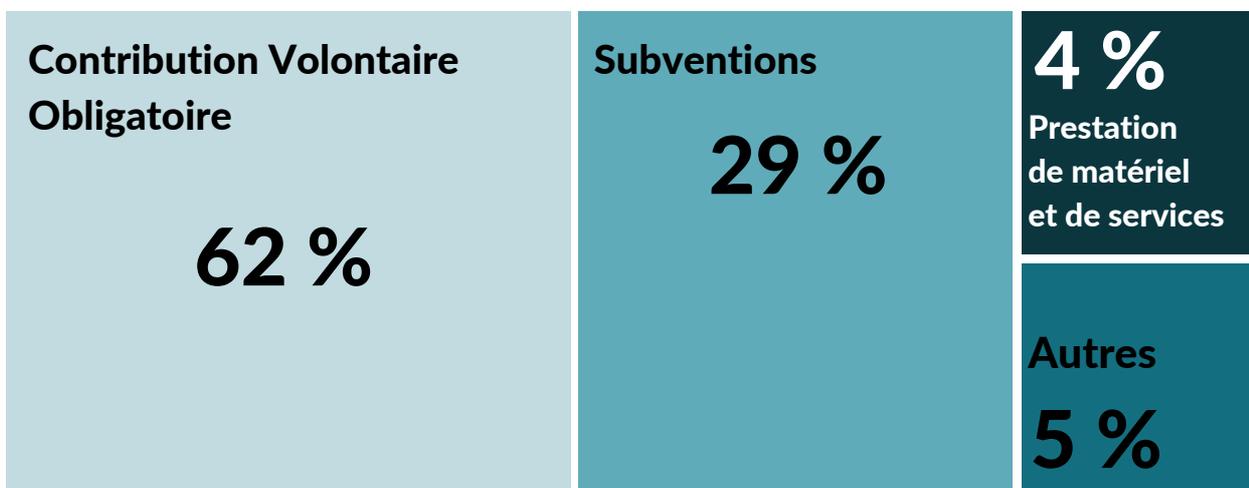
Le Président et le Vice-Président sont élus par l'Assemblée Générale pour un mandat de trois ans dans le cadre d'une alternance entre la Production et le Négoces. Les autres membres sont élus par le Conseil de Direction.

# Le budget

## DÉPENSES 3 500 218 €

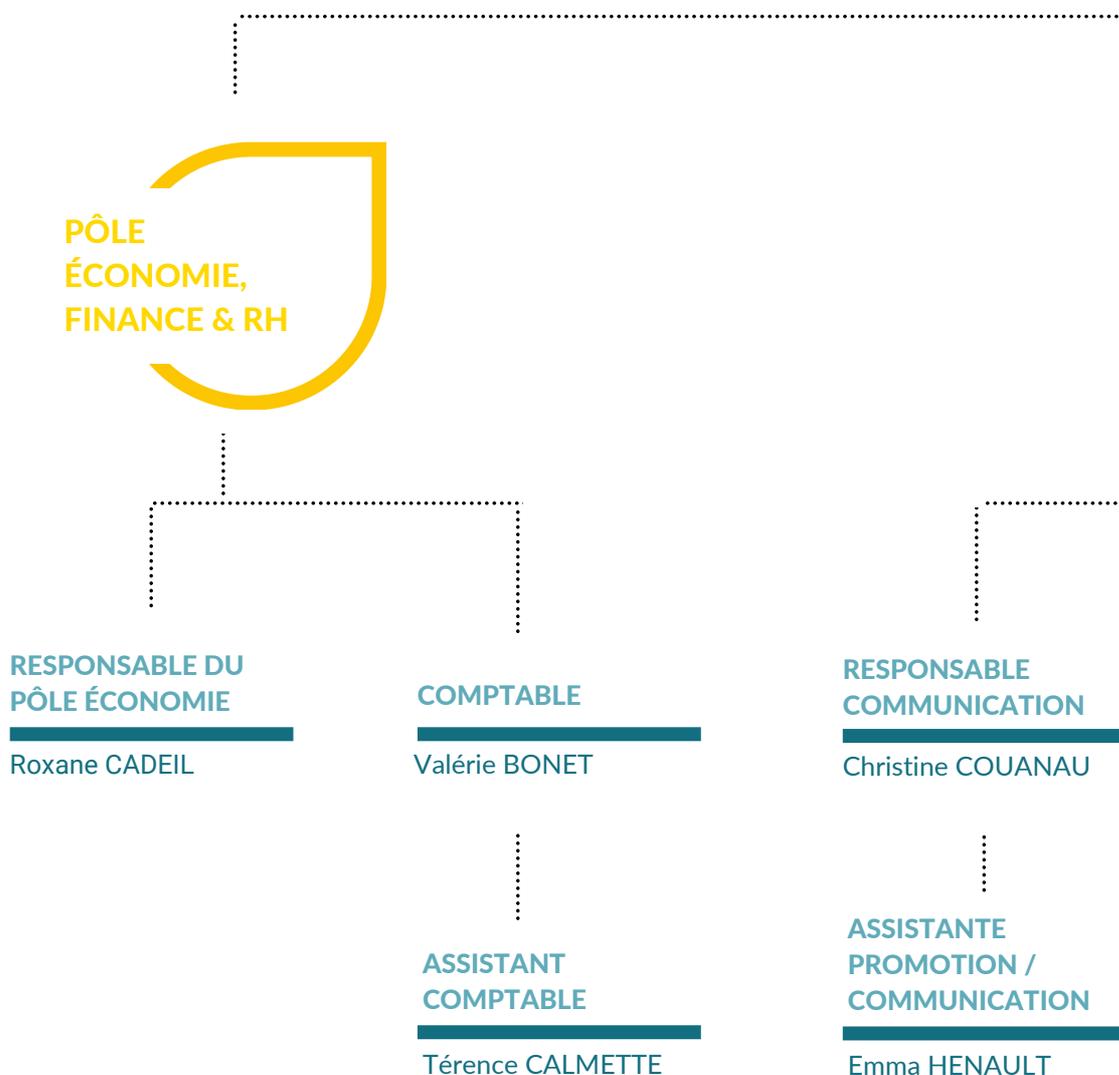


## RECETTES 3 590 299 €



## RÉSULTAT 90 080 €

# Le CIVR : organigramme 2022



**DIRECTION**

**DIRECTRICE**

Anne-Laure PELLET

**ASSISTANTE DE  
DIRECTION**

Véronique MORENO

**ASSISTANTE DE  
DIRECTION  
ADJOINTE**

Assina BERTA-ALLICHE

**PÔLE  
PROMOTION,  
COMMUNICATION  
FRANCE**

**PÔLE  
PROMOTION,  
COMMUNICATION  
EXPORT**

**CHARGÉE DE  
COMMUNICATION**

Stéphanie POITRAL

**CHARGÉE DE PROJET  
TOURISME DE TERROIR**

Jeanne BARREDA

**MAGASINIER**

Julien BOUELLE

**DIRECTEUR ADJOINT  
RESPONSABLE EXPORT**

Éric ARACIL

**CHARGÉE DE  
MARCHÉ EXPORT**

Hélène LOSADA

# L'année économique

Une année 2021 des plus particulières qui a mis le vignoble à l'épreuve. Poursuite de la crise sanitaire de la Covid-19, ainsi que la sécheresse, 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 résilience.

## Les chiffres clés



**19 239 ha**

542 537 hl (+1%)

rendement moyen : 26,50 hl/ha



**14 AOP**

**2 IGP**



**2 166**

EXPLOITATIONS

organisées en  
400 caves particulières et  
25 caves coopératives



**93**

NÉGOCIANTS

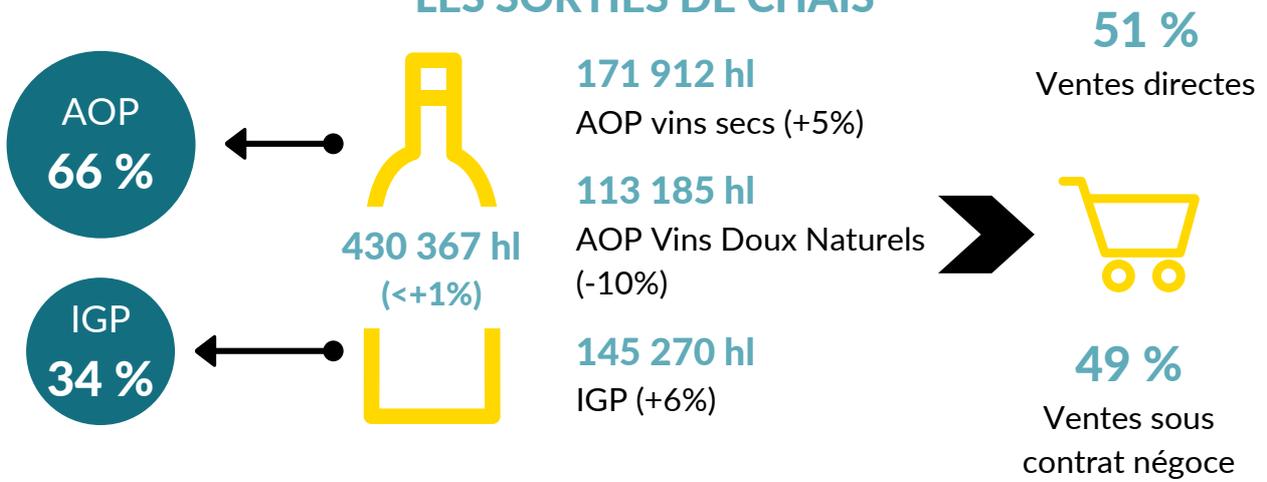
ET

SOCIÉTÉS DE NÉGOCE

dont une trentaine  
de négociants "purs"

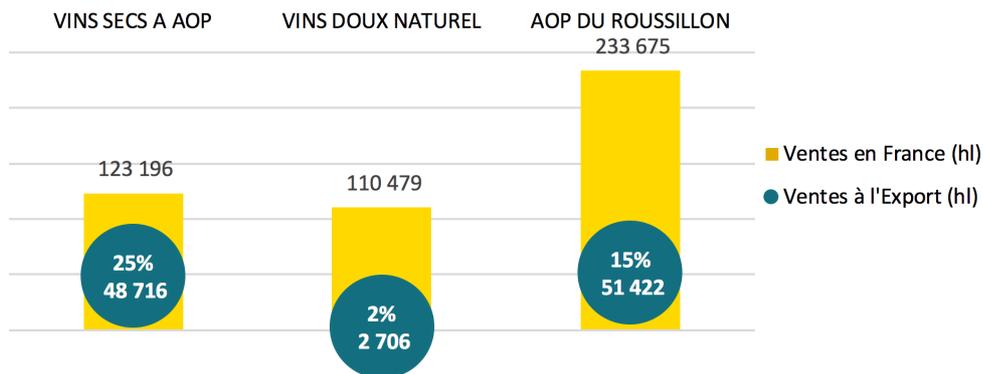
# Les marchés

## LES SORTIES DE CHAIS

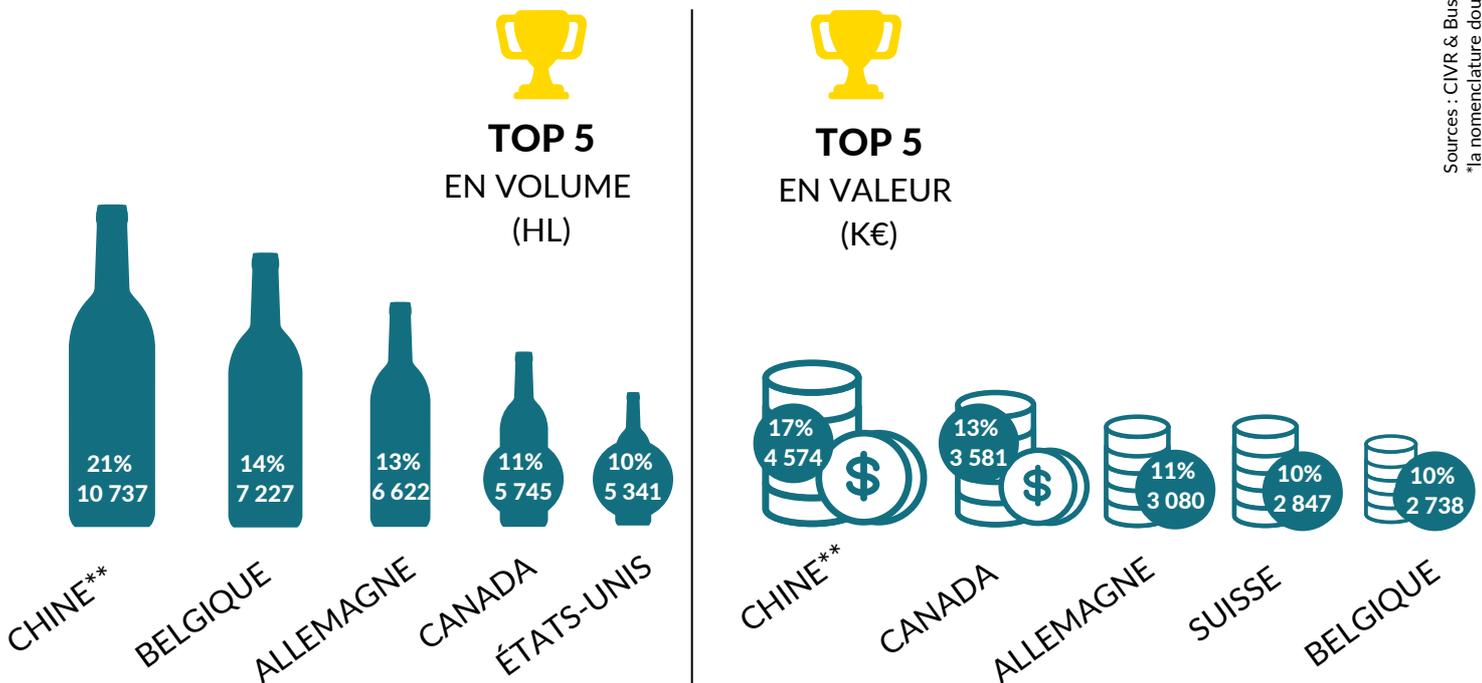


## LES CIRCUITS DES AOP

Part de l'export dans les ventes AOP 2021



## LES MARCHÉS EXPORT DES AOP\*



Sources : CIVR & BusinessFrance  
\*la nomenclature douanière ne permettant pas de suivre les IGP du Roussillon  
\*\*dont Hong Kong



# Les actions de promotion en France

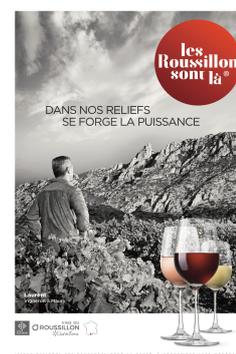
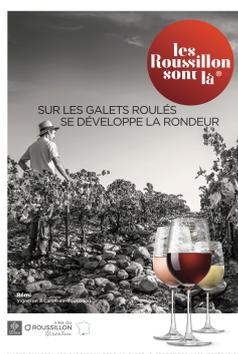
- 12. Les actions transversales
- 14. Les actions spécifiques Vins Secs
- 18. Les actions spécifiques Vins Doux Naturels
- 21. Le développement œnotouristique

# Les actions transversales

## NOUVELLE CAMPAGNE LUXE BRUT

L'année 2021 marque la volonté de déployer "les Roussillon sont là®" en médias, pour fédérer, mobiliser, et faire préférer l'offre des vins du Roussillon aux consommateurs.

une campagne media d'ampleur nationale qui dévoile au travers de 4 visuels l'identité des terroirs, des vins et des vignerons. Mise en lumière d'un nouveau territoire d'expression symbolisant le "luxe brut" où l'alliance entre luxe et authenticité s'exprime avec émotion. Un jeu d'opposition qui révèle "l'ADN" de ce vignoble aux contrastes sidérants, ouvert sur la mer Méditerranée et surplombé par le Canigou.



## AUGMENTER LA NOTORIÉTÉ POUR CRÉER LA PRÉFÉRENCE DE MARQUE

### DIGITAL

Campagne Display (Le Bon Coin/ELLE...)

**36 millions** d'impressions réalisées - **7 759** clics

### PRESSE

Capital, L'Équipe Magazine, Elle, Cuisine Actuelle, Challenge

**9 millions** <sup>8</sup> parutions de contacts

### AFFICHAGE

**200** panneaux d'affichage  
2 m<sup>2</sup> et 8 m<sup>2</sup> traditionnels et panneaux digitaux -  
Toulouse et Paris

## BACCHUS FESTIVAL, LANCEMENT DE LA COMMUNICATION

Lancement de la communication sur Bacchus Festival, 1er festival autour des Vins du Roussillon dans les Pyrénées-Orientales, outil majeur de déploiement de notre nouvelle identité en local et national.

Les objectifs sont :

- D'en faire un événement fort ancré en territoire catalan mêlant l'univers du vin, de la gastronomie et de la musique, pour fédérer l'ensemble des acteurs de la Profession et le Grand Public.
- De permettre au Grand Public de découvrir les femmes et les hommes de la Profession.
- De déguster leurs vins dans le cadre « idyllique » du Château de Valmy.
- Conférence de Presse : 8 Octobre 2021.
- Communication sur les réseaux sociaux, site internet et campagne radio en national à partir de novembre.

# Les actions transversales

FÉDÉRER LES VIGNERONS POUR UNE DYNAMIQUE COLLECTIVE DE RENCONTRE AVEC LES CONSOMMATEURS

## VINS EN VILLE

23 octobre à Perpignan sur 6 places du centre-ville

Principe : 1 place = 1 terroir & Animations musicales

**36** vigneron·nes présents  
**3 000** verres dégustés  
**22 000** flyers distribués  
**105 840** spots digitaux outdoor



## VINS EN TÊT

4 jeudis en soirées pendant l'été sur les berges de la Têt à Perpignan

**24** vigneron·nes présents  
**1 400** verres dégustés  
**20 000** flyers distribués  
**76** spots radio sur Littoral FM



## FAIRE RAYONNER LES VINS DU ROUSSILLON

### PRESSE

**5** accueils individuels  
**549** retombées Presse  
**1 million** de personnes touchées en audience cumulée globale

### SOUTIENS COMMENDE MAJEURE



## MESURE EXCEPTIONNELLE D'ACCOMPAGNEMENT LIÉE À LA CRISE DU COVID

Dans le cadre du Plan de Relance engagé par la Région Occitanie Pyrénées Méditerranée lié au contexte de crise sanitaire, le CIVR a souhaité accompagner ses adhérents en créant un effet de levier afin de soutenir au mieux la reprise commerciale. Les opérations concernées par ce dispositif s'étalent du 1er juillet 2020 au 30 juin 2022.

# Les actions spécifiques Vins Secs

## CAMPAGNE INCITATIVE ESTIVALE

Une campagne incitative d'été autour des vins secs du Roussillon, déclinée en 5 visuels.

**Objectif** : présenter l'offre locale en AOP et IGP en ciblant ce que le touriste vient chercher en Roussillon : la mer, le soleil, les terrasses, la culture, la montagne.



### RADIO

(RFM, RTL2, NRJ, Chérie FM, Littoral FM)

**1 631** spots radio

### PLV

**25 000** cartes postales  
(Diffusion dans secteur Perpignan et villages,  
Cerdagne Capcir)

**5 000** affiches à disposition des opérateurs

### AFFICHAGE URBAIN

**485** panneaux de 2 m<sup>2</sup> et 8 m<sup>2</sup>

### AFFICHAGE DIGITAL

**11 424** spots diffusés

# Les actions spécifiques Vins Secs

SENSIBILISER À LA PALETTE DES VINS SECS AOP/IGP DU ROUSSILLON

## SÉLECTION AMBASSADEURS

Dégustation à l'aveugle par des sommeliers, cavistes, œnologues et influenceurs. La vitrine des vins secs du Roussillon pour 2021

**42** Ambassadeurs blancs, rosés et rouges



### PRESSÉ LOCALE

**4** parutions  
(Terres Catalanes, l'Agri, le TAP)

### PORTAGE PRESSE

**58** journalistes

**60 000** collerettes

**1** page web dédiée sur le site :  
[www.roussillon.wine](http://www.roussillon.wine)

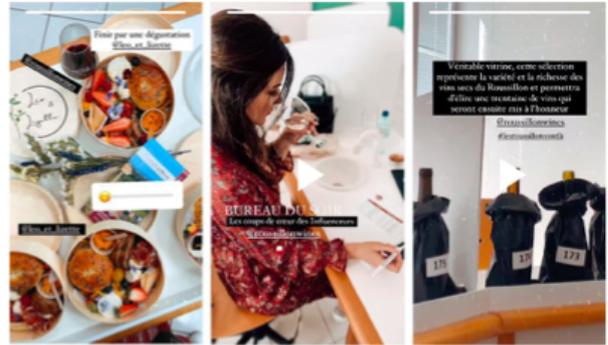
## RÉSEAUX SOCIAUX

**11** influenceurs

**65** posts

**6 230** engagements

@Bycoralieblog



@fifty\_wines\_of\_greg



# Les actions spécifiques Vins Secs

## MUSCAT SEC

**Objectif :** Montrer les potentialités des cépages muscats au travers de l'IGP Côtes Catalanes Muscat sec, piste de diversification

**9** cuvées sélectionnées

## COMMUNICATION DIGITALE

**2 millions** d'impressions  
**17 871** clics générés (Digital web + mobile)  
**1** Page web dédiée

## PORTAGE PRESSE

Envoi d'une newsletter et/ou échantillons de Muscat sec  
**60** journalistes

## TERRE DE VINS

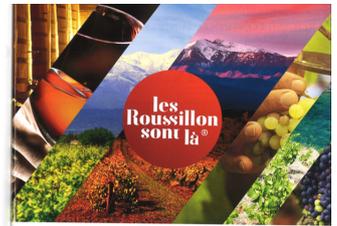
**20** entreprises mises en valeur dans Terre de Vins (spécial développement durable)  
**14** pages dédiées Roussillon

TRIBU | ROUSSILLON

NOUS ANIMONS TOUTES LES NOTES DU CLAMER DE NOTRE RESPONSABILITÉ D'ACTEUR DE NOTRE TERRITOIRE  
 JEAN-PIERRE PARI - CIVE ANASTAS DE VILLAGES



En 2019, 100 hectares supplémentaires ont été réhabilités. Avec une extension de 10 à 20 ha par hectare, le vignoble de Villages est devenu un territoire à part entière. C'est pourquoi nous avons voulu valoriser ce territoire à travers une communication et un accompagnement en matière de vinification et de commercialisation. C'est pourquoi nous avons voulu valoriser ce territoire à travers une communication et un accompagnement en matière de vinification et de commercialisation. C'est pourquoi nous avons voulu valoriser ce territoire à travers une communication et un accompagnement en matière de vinification et de commercialisation.



**VIGNOBLE LE PLUS AU SUD DE LA FRANCE**  
**ENTRE MÉTÉORITAN ET PYRÉNÉES**

Les Roussillon sont là, avec 100 entreprises engagées qui travaillent en partenariat étroit avec le territoire et qui participent à son développement.

Les Roussillon sont là, avec 100 entreprises engagées qui travaillent en partenariat étroit avec le territoire et qui participent à son développement.

## PÉPITES EN CÔTES-DU-ROUSSILLON ET VILLAGES

En 2019, un nouveau vin de France, le Roussillon des Caves Particulières et des Pépiciers, a été créé. Il est le fruit de la collaboration entre les producteurs locaux et les professionnels de la région.

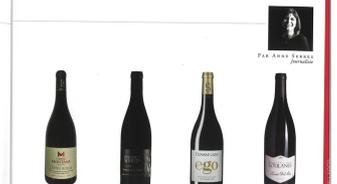


**VILLAGES CATALANES**  
 C'est un vin de France, le Roussillon des Caves Particulières et des Pépiciers, qui est le fruit de la collaboration entre les producteurs locaux et les professionnels de la région.

**DOMAINE DE VILLAGES**  
 C'est un vin de France, le Roussillon des Caves Particulières et des Pépiciers, qui est le fruit de la collaboration entre les producteurs locaux et les professionnels de la région.

**MAÏ BÉCHA**  
 C'est un vin de France, le Roussillon des Caves Particulières et des Pépiciers, qui est le fruit de la collaboration entre les producteurs locaux et les professionnels de la région.

**DOMAINE DE VILLAGES**  
 C'est un vin de France, le Roussillon des Caves Particulières et des Pépiciers, qui est le fruit de la collaboration entre les producteurs locaux et les professionnels de la région.



**CHATEAU ARISTONA**  
 C'est un vin de France, le Roussillon des Caves Particulières et des Pépiciers, qui est le fruit de la collaboration entre les producteurs locaux et les professionnels de la région.

**DOMAINE DE VILLAGES**  
 C'est un vin de France, le Roussillon des Caves Particulières et des Pépiciers, qui est le fruit de la collaboration entre les producteurs locaux et les professionnels de la région.

**DOMAINE DE VILLAGES**  
 C'est un vin de France, le Roussillon des Caves Particulières et des Pépiciers, qui est le fruit de la collaboration entre les producteurs locaux et les professionnels de la région.

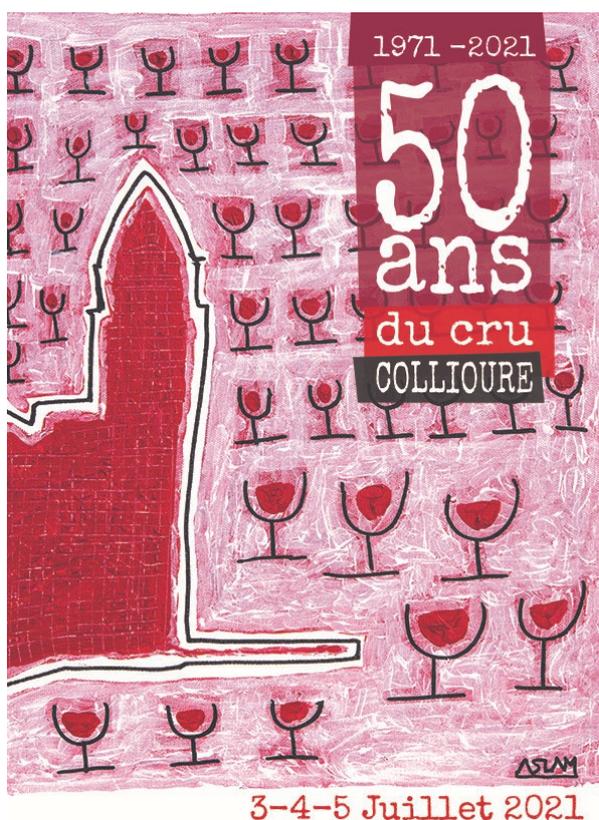
**DOMAINE DE VILLAGES**  
 C'est un vin de France, le Roussillon des Caves Particulières et des Pépiciers, qui est le fruit de la collaboration entre les producteurs locaux et les professionnels de la région.

# Les actions spécifiques Vins Secs

## 50 ANS DE L'AOP COLLIOURE ROUGE

**Journées de rencontres et de dégustations** avec les vignerons de l'AOP : visites du vignoble, accords mets et vins, masterclass et journée professionnelle.

**8** journalistes  
**10** retombées presse  
**1** newsletter



## TERROIR D'AMBITION

L'objectif de Terroir d'ambition est d'être le fer de lance des vins du Languedoc et du Roussillon et d'imposer la reconnaissance effective de l'excellence de ses terroirs, de ses vins, du savoir-faire de ses acteurs.

Un programme qui associe **7** AOP du Languedoc et du Roussillon dont les AOP Collioure et Maury.

## LE GRAND RITUEL (BTOB ET DÉJEUNER) A Lausanne en Novembre

**12** cuvées présentées  
**11** opérateurs différents  
**31** prescripteurs présents



# Les actions spécifiques Vins Doux Naturels

Travailler l'image et la notoriété mais également le rajeunissement des consommateurs avec le Muscat de Rivesaltes et le Rivesaltes Ambré.

Jouer la carte des Vieux Millésimes de Vins Doux Naturels pour engager la part de rêve, celle des grands vins de garde mythiques.

## CRÉER L'ÉTONNEMENT AUTOUR DE 2 NOUVEAUX COCKTAILS À BASE DE MUSCAT DE RIVESALTES ET POURSUIVRE LA COMMUNICATION AUTOUR DU RIV'TONIC

### FORTE VAGUE DE COMMUNICATION EN LOCAL EN ÉTÉ



**285 600** spots en affichage digital (Cocktails Muscat & Riv'Tonic)

**2 498** spots en radios locales (Cocktails Muscat & Riv'Tonic)

**13** insertions presse (local & régional) (Cocktails Muscat)

**2 000** affiches (Cocktails Muscat)

**30 000** cartes postales (Cocktails Muscat)

**50 000** flyers (Cocktails Muscat)



### UNE COMMUNICATION QUI S'INFLUENCE

Construction d'une relation avec les influenceurs par l'intermédiaire de l'envoi d'une box pour créer les cocktails Muscat  
**Muscat Lemon & Muscat Ginger**

**51** influenceurs  
**366 000** cibles touchées  
**7 920** engagements



### CRÉER LE CONTACT AUTOUR DES COCKTAILS MUSCAT

**Festival Live au campo**

**6 000** cocktails servis

**Pots d'accueil campings**

Faire découvrir par une dégustation les cocktails aux vacanciers lors des

**13** campings tout l'été

**137** animations

**27 000** dégustations



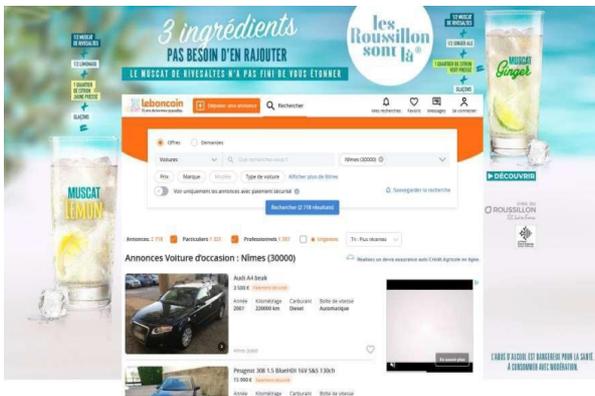
**FORTE PRÉSENCE DIGITALE  
POUR UNE VISIBILITÉ DÉCUPLÉE**

**Muscat Lemon, Muscat Ginger & Muscat On Ice**

Campagne digitale sur le Bon Coin  
(Display+video) - géolocalisée Perpignan,  
Toulouse et Montpellier

**4 090 306**  
impressions

**1 076 396**  
visiteurs uniques



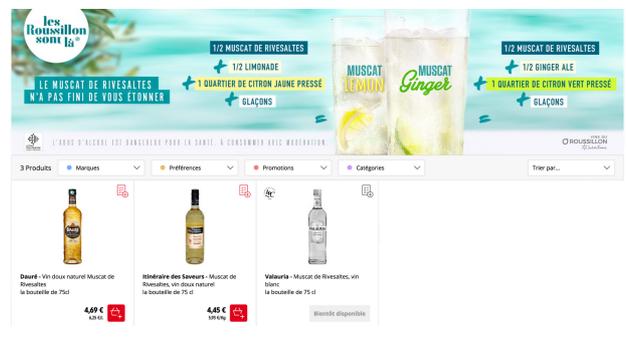
**AU NIVEAU NATIONAL GD  
POUR ACTIVER LE SHOPPER  
& BOOSTER LES VENTES**

**OPÉRATION DRIVE**

Présence sur le drive Intermarché, Leclerc et Carrefour

Mise en avant de l'usage du **Muscato de Rivesaltes** en cocktails, de manière ultra intégrée et servicielle

**706 314**  
impressions



**ÉMERGENCE EN RAYON**  
Prise de parole au bon endroit pour mieux toucher le shopper au travers de kakemonos

**483** magasins posés  
**5** semaines de pose

**Carrefour & Auchan :**  
National  
**Leclerc & Intermarché :**  
Bretagne  
Normandie  
Grand Est  
Hauts de France  
Paca  
Occitanie

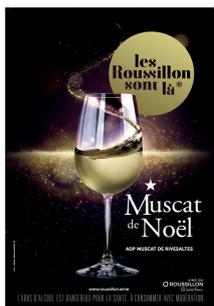


## MUSCAT DE NOËL

### LA CAMPAGNE

Développer son image dans une ambiance contextuelle forte contribuant à renforcer la notoriété

**565** kits de promotion (National)  
**110 000** collerettes  
**88 200** panneaux digitaux (Local)  
**430** spots radios locales



### UNE OPÉRATION INFLUENCEURS

Opération défi - Table de Noël et bouchées apéritives

**13** publications  
**2** influenceurs food et déco  
**94 000** impressions



### UNE OPÉRATION GOURMANDE

Réalisation de 2 films "duo gourmand" avec Franck Seguret et Olivier Bajard autour d'accords mets/vins pour les fêtes.  
 Diffusion Instagram, Facebook et Youtube



## AMÉLIORER LA VISIBILITÉ DES VIEUX MILLÉSIMES EN CRÉANT LE CONTACT

### JOURNÉE PROFESSIONNELLE - LILLE

22/11/2021

**12** opérateurs présents  
**35** professionnels

Au programme :

- BtoB
- Masterclass autour des VDN
- Atelier chocolat & Atelier fromages
- Dîner à 4 mains : Edouard Chouteau et Steve Ramon. Menu en 7 étapes autour de 14 cuvées de VDN - 11 journalistes - À chaud 23 stories



## APPORTER DE LA VISIBILITÉ

### UNE OPÉRATION INFLUENCEURS

2 temps forts - Fête des pères et Noël  
 avec 3 influenceurs

**11** posts  
**1 440** engagements  
**105** cible potentielle  
**000** impressions  
**77 400**



# Le développement œnotouristique

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 la Fédération Tourisme de Terroir® qui pilote le label national Vignobles & Découvertes pour le Roussillon.



**166**  
Offres qualifiées

sous la marque Tourisme de Terroir®, dont **86 caves et domaines viticoles labellisés** Vignobles & Découvertes.

## COMMUNICATION & PROMOTION

**5 000**

Exemplaires de la carte œnotouristique  
Route des vins et des terroirs

- Actualisation et édition de la carte œnotourisme
- Insertion dans le magazine Terre de Vins d'un cahier spécial œnotourisme



- Participation aux événements grand public Rendez-vous Gourmands (Montpellier) et Capitoile Fermier (Toulouse)



- Mise à jour des textes Route des vins et des terroirs
- Partenariat avec la plateforme Pocket de la CCI

## ÉVÈNEMENTS

**23**

Professionnels présents  
& 35 offres différentes

- Deuxième participation à l'événement national **Fascinant Week-End Vignobles & Découvertes**
- Diffusion de **5 000 brochures / 22 000 flyers** et campagne radio



## DIGITAL

- Mise en ligne d'un nouvel onglet œnotourisme avec les 12 itinéraires Route des vins et des terroirs.



- Promotion des événements via l'agenda digital et syndication avec le Système d'information touristique départemental
- **Accueil de 5 influenceurs : 71 contenus postés**





# Les actions de promotion à l'export

- 24. Espagne, Allemagne
- 25. Allemagne
- 26. Royaume-Uni
- 29. États-Unis
- 32. États-Unis Garnacha / Grenache
- 33. Chine
- 36. Corée du Sud
- 38. Asie Garnacha / Grenache
- 42. Wine Paris
- 43. Grenaches du Monde : le concours

# Espagne, Allemagne



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



9

### Entreprises ont participé à l'Édition 2022 du *Guia de vins de Catalunya*

- Parution le 21 octobre 2021
- Lancement officiel à Barcelone le 15 novembre en présence de professionnels de la restauration et du trade

## ALLEMAGNE

### Digital Site internet

- 26 actualisations et publications
- 11 400 visiteurs / plus de 21500 pages consultées

### Relations Presse

- Suivi du voyage de presse d'Anke Sademann :  
- 2 articles « Via Reise » et « Leben Genießen »
- Soutien et dégustation pour Weinwisser. Banc d'essai et dégustation au CIVR avec André Dominé le 22-03-21 :  
- 30 entreprises mises en avant via 68 vins dégustés
- Suivi avec André Dominé article Weinwirtschaft novembre 2021
- Articles obtenus -> CVP 245 000 €



# Allemagne



## 2

### Voyages de Presse

- du 24 au 26 février pour le magazine **Weinwelt André Dominé** : 11 entreprises rencontrées ou visitées, 7 pages dans Weinwelt
- du 15 au 18 septembre pour **2 journalistes** : 11 entreprises rencontrées ou visitées + 10 entreprises du cru Maury en banc d'essais
- Retombées : 8 minutes en **radio nationale Deutschlandfunk** sur l'émission du dimanche «Les ballades gourmandes du dimanche ». Thème : les chemins de randonnées oenotouristiques dans le Roussillon.



## 9

### Importateurs & 9 entreprises du Roussillon mises en valeur

- Accueil importateurs
- Tasting on line
- Plusieurs importateurs sont en contacts avec les producteurs et des commandes ont été passées à 6 entreprises
- Une retombée de presse dans Vinolog et Vinifera Mundi (13 pages)



#### Facetten des Roussillon

Das Roussillon ist das südlichste Weinbauregion Frankreichs. Es hat die Form eines Amphibien, das von Mitteleuropa im Norden ist, und erstreckt sich entlang der Küste von Le Barcarès bis zur spanischen Grenze. Durchgrenzt von den drei Flüssen Agly, Tech und Tech, wird das Gebiet eingegrenzt von drei Gebirgszügen: des Carles im Norden, des Canigou Massif (2784 m.N.M.) im Westen und des Albères im Süden; die beiden Letzteren gehören zu den südlichen Ausläufern der Pyrenäen.

Als Teil der übergeordneten Region Occitanie (Okzitänien) entspricht das Roussillon geografisch etwa dem Département Pyrénées-Orientales, das im Norden an das Département Aude, im Westen an das Département Ariège und Andorra sowie im Süden an Spanien grenzt. Während wird in dieser Gegend bereits seit rund 2.000 Jahren Weinbau betrieben, die ersten Weinberge wurden von den Griechen angelegt und später von den Römern ausgedehnt und weiterentwickelt.

#### Katalanische Identität

Das Roussillon ist katalanisch. Der Name des Gebiets geht zurück auf die mittelalterliche Grafschaft Roussillon, deren damaliger Hauptstadt Perpignan nach heutiger Verwaltungsgrenze des Département Pyrénées-Orientales im Bereich von dem Valgaillet, Canigou, Capcir, des Carles und Fenouillèdes einer von sechs historischen katalanischen Comtes (Comarques), die Anfang des 9. Jahrhunderts von Kaiser Karl dem Großen als Teil der spanischen Mark zur Verteidigung des Frankenreichs gegen die Mauren gegründet worden waren.

Das Territorium gehörte von 12. bis zum 17. Jahrhundert an Spanien, bis Napoleon 1808 nach dem Französisch-Spanischen Krieg die Lage des Pyrenäenrücken nicht an Frankreich kam. Bis auf Frankreichs werden die Comarques zur katalanischen Provinz Roussillon zusammengefasst, die nach der Französischen Revolution 1790 als Präfektur des Département Pyrénées-Orientales vereinigt wurde. 1960 entstand aus insgesamt fünf Départements der Region Langue-Occitanie, die 2016 überreicht mit der Region Midi-Pyrénées zusammengefasst wurde. Das Ergebnis ist die heutige Region Occitanie, die insgesamt 13 Départements umfasst.

Die katalanische Kultur, Sprache und Mentalität finden sich auch heute noch überall im Roussillon, und auch im Westen sind Dialekte aus dem Nordwesten jeweils der Pyrenäen deutlich erkennbar.

©Vinifera Mundi

1/13



# Royaume-Uni



1

B2B &

2

Master Classes

**Pour les 3 grandes étapes suivantes :  
ajustement du format aux normes Covid**

**Mini Exposition** Londres, le 30 juin

12 entreprises du Roussillon ont participé à cet événement, représentées soit par un sommelier recruté par nos soins, soit par leur agent/importateur.

**Master Classes** (avant et pendant la mini-exposition)

2 master classes présentées par Rose Mary George pour la presse et le trade : 24 participants – 2 retombées de Presse

**- Echantillonnage :**

Des vins de la mini-exposition ont été expédiés à une liste d'importateurs (21) et une journaliste

**- Supports de communication :** 788 963 professionnels potentiellement touchés

Bannières digitales : Harpers.co.uk et DrinksRetailing News

**6 Retombées média** pour 142 659 lecteurs

En tout **83 membres** du trade et de la presse ont pris part à la dégustation en format physique ou via l'échantillonnage.

**Voyage de Presse  
du 5 au 9 octobre**

Accueil de 2 journalistes spécialisées vins :

Natalie Earl pour **Decanter** – Lisse Garnett pour **Wine Anorak**

12

**Entreprises visitées ou rencontrées**

+ entreprises du "cru" Collioure et Banyuls / palais gourmand des 50 ans du Collioure

- **2 recommandations dans Decanter + articles à venir en 2022**
- **1 dégustation** organisée par Lisse Garnett pour Wine Anorak
- **Retombées presse :** 1 article (1er d'une longue série à venir en 2022)



# Royaume-Uni



1

## Dîner Thématique à Londres le 7 octobre

Dîner Accords mets et vins autour de la cuisine indienne très présente au Royaume-Uni, pour des professionnels du trade (importateurs, presse et sommeliers).

De nombreux posts et des recommandations ont été réalisés au cours et à la suite de ce dîner

10

retombées pour 29 305 lecteurs

## Relations Presse Media Bureau

- 4 Newsletters (61% de taux d'ouverture et 1240 contacts touchés en moyennes)
- 1 communiqué de presse : 5 parutions presse
- Relations medias et pîges dès fin mai : 73 retombées de presse pour 130 356 507 impressions
- Publi-rédactionnel « Harpers » (61 659 professionnels touchés)
- Reportage « The Buyer » - 22 vins mis en avant (1200 professionnels touchés)
- Table ronde - « The Wine Merchant » pour cavistes indépendants - Evènement virtuel le 19/10/21 : 7 entreprises du Roussillon mises en valeur dans l'édition du magazine de novembre (1200 cavistes touchés)



# Royaume-Uni



## SITE INTERNET

[www.uk.winesofroussillon.com](http://www.uk.winesofroussillon.com)

Lancement du site le 7 juin 2021

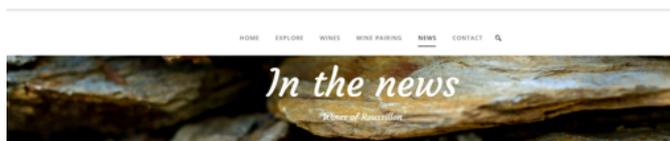
- Créer et développer le site internet du CIVR pour inclure des informations spécifiques au Royaume-Uni et soutenir la campagne de promotion
- Relais aux réseaux sociaux des Vins du Roussillon
- Publication d'articles et d'événements (Vs news)
- Résultats :

**55 371**  
visiteurs sur les 7 mois suivant le lancement du site



### Heritage and expertise

Roussillon's passion and dedication to winemaking goes back centuries. Modern winemaking practices, alongside the preservation of ancestral know-how, allow Roussillon to produce quality wines bursting with character and individuality.



17 Sep 2021 • Roussillon UK  
**WHAT'S COOKING?**  
The answer is a very exciting evening on 7th October when Indian Roussillon will be paired with carefully selected Roussillon wines at The Connaught Club for a private trade & press dinner. Chef Vikh Singh and his team, together with consultant sommelier Laurent Charrier, have designed a special menu to match a selection of Roussillon's...



17 Sep 2021 • Roussillon UK  
**"A WILD AND FIERCELY UNIQUE LITTLE WINE REGION"**

#### Filter by Categories

- News
- Happenings
- Press

#### Enter News

What's cooking!

- "A wild and fiercely unique little wine region"
- 2021 Harvest in Roussillon: a small harvest with timely picking key to quality

# 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

## Voyage de Presse virtuel les 28,29,30 juin

- 3 journalistes américains et 1 journaliste danois
- 6 entreprises ont présenté leur structure et vins lors d'entretiens individuels
- **46 retombées 8 articles et 3 posts/4 stories sur les réseaux sociaux**



## Partenariat VINEPAIR

- Mise en ligne d'un Quizz sur Vinepair.com
- Développement exclusif d'un podcast de 1/2h, dédié aux vins du Roussillon sur la chaîne de Podcast de Vinepair, présenté par des professionnels reconnus
- Promotions du Quizz :
  - Sur les plateformes réseaux sociaux de VinePair,
  - Sur les emailing / newsletter VinePair,
  - Ainsi que sur des bannières publicitaires co-brandées sur le site de VinePair



- Promotions du Podcast :
    - Via table ronde entre animateur et 2 invités de renom
    - Sur article sur VinePair.com,
    - Sur les plateformes réseaux sociaux de VinePair,
    - Sur une newsletter VinePair,
    - Sur des bannières publicitaires co-brandées sur le site de VinePair
- ainsi que sur plusieurs autres plateformes d'écoute de Podcasts (Spotify, Apple Podcast ...)

**1 093 944 personnes touchées** par l'ensemble des promotions Podcast et quizz :

**5 publications**  
**2 Newsletters**  
**Bannières publicitaires**

18 vins de 16 entreprises du Roussillon ayant une distribution large à nationale sur les USA ont été mis en avant.



## Média Bureau

### Dégustation WineAdvocate Robert Parker

Organisation et envoi au journaliste Joe Czerwinski des vins pour notation pour la publication dans le Wine Advocate 2021 :

- 156 vins de 60 entreprises dégustés et notés (56,41% ≥ 90/100)
- La note moyenne de ce rating est de 89,14
- Article « Roussillon » publié le 23 septembre
- Une deuxième mise en avant le 15 novembre dans l'article « Reviewers' Favorites 2021 »



# 1

## Voyage importateurs du 19 au 25 septembre

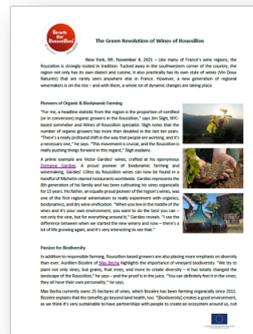
- Accueil en Roussillon de 2 importatrices (Texas et Miami)
- 30 entreprises visitées / rencontrées lors des mini-expos ou de repas
- A ce jour : plusieurs entreprises sont en contact et des commandes ont été passées (2 entreprises référencées).



# 2

## Communiqués de presse et portages

- 2 Communiqués de presse distribués via les canaux PR Newswire à l'ensemble de la presse des USA
- 2 portages ciblés pour 10 journalistes
- 2 articles + 3 prévus pour 2022



Relations presse et suivi des retombées presse en continu tout au long de l'année

63 articles mentionnant le Roussillon ou des entreprises du Roussillon en 2021 pour 1 377 540 860 lecteurs potentiels

## SOMMCON SAN DIEGO (CA) LE 12 NOVEMBRE 3 MASTER CLASSES ET GRAND DECANT

SommCon est une conférence qui réunit des professionnels de l'industrie du vin (sommeliers, importateurs, professionnels de restaurants, cavistes, éducateurs, presse spécialisée etc...) où ont lieu:

Des séminaires animés par des Master Sommeliers (Master of Wine ou éducateurs certifiés)  
Un walk around tasting : le Grand Decant

- 3 Master classes ont été réalisées le 12 novembre, 8 entreprises ont été mises valeur (38 participants)
- 1 Table dédiée aux Vins du Roussillon lors du Grand Decant (150 visiteurs)

Pour ces manifestations, les Vins du Roussillon étaient représentés par Joshua Orr, Master Sommelier.



## Media bureau

### Dégustation Guild Somm et Hudin.com

Organisation d'un banc d'essai à Perpignan pour la critique Miquel Hudin, à la fois pour un rapport à paraître sur le site de la « Guild Somm » mais aussi sur son propre site (UVM : 65 629).

74 vins, de 41 entreprises, dégustés et notés (47,3% ≥ 90/100)

La note moyenne de ce rating est de 88,19

2 Articles « Roussillon » publié le 11 octobre sur Hudin.com  
Un troisième article « The dry side of Roussillon » publié le 05 novembre sur Guildsomm.com



Year	Wine	Rank	Score
2020	Cave de la Vallée - New Village	1	95
2020	Château de la Vallée - Blanc	2	90
2020	Château de la Vallée - Rouge	3	85
2020	Château de la Vallée - Chardonnay	4	80
2020	Château de la Vallée - Pinot	5	75
2020	Château de la Vallée - Cabernet	6	70
2020	Château de la Vallée - Merlot	7	65
2020	Château de la Vallée - Sauvignon	8	60
2020	Château de la Vallée - Riesling	9	55
2020	Château de la Vallée - Gewürz	10	50
2020	Château de la Vallée - Muscadet	11	45
2020	Château de la Vallée - Pinot Noir	12	40
2020	Château de la Vallée - Cabernet Sauvignon	13	35
2020	Château de la Vallée - Merlot	14	30
2020	Château de la Vallée - Sauvignon Blanc	15	25
2020	Château de la Vallée - Riesling	16	20
2020	Château de la Vallée - Gewürztraminer	17	15
2020	Château de la Vallée - Muscadet	18	10
2020	Château de la Vallée - Pinot Noir	19	5
2020	Château de la Vallée - Cabernet Sauvignon	20	0
2020	Château de la Vallée - Merlot	21	0
2020	Château de la Vallée - Sauvignon Blanc	22	0
2020	Château de la Vallée - Riesling	23	0
2020	Château de la Vallée - Gewürztraminer	24	0
2020	Château de la Vallée - Muscadet	25	0
2020	Château de la Vallée - Pinot Noir	26	0
2020	Château de la Vallée - Cabernet Sauvignon	27	0
2020	Château de la Vallée - Merlot	28	0
2020	Château de la Vallée - Sauvignon Blanc	29	0
2020	Château de la Vallée - Riesling	30	0
2020	Château de la Vallée - Gewürztraminer	31	0
2020	Château de la Vallée - Muscadet	32	0
2020	Château de la Vallée - Pinot Noir	33	0
2020	Château de la Vallée - Cabernet Sauvignon	34	0
2020	Château de la Vallée - Merlot	35	0
2020	Château de la Vallée - Sauvignon Blanc	36	0
2020	Château de la Vallée - Riesling	37	0
2020	Château de la Vallée - Gewürztraminer	38	0
2020	Château de la Vallée - Muscadet	39	0
2020	Château de la Vallée - Pinot Noir	40	0
2020	Château de la Vallée - Cabernet Sauvignon	41	0
2020	Château de la Vallée - Merlot	42	0
2020	Château de la Vallée - Sauvignon Blanc	43	0
2020	Château de la Vallée - Riesling	44	0
2020	Château de la Vallée - Gewürztraminer	45	0
2020	Château de la Vallée - Muscadet	46	0
2020	Château de la Vallée - Pinot Noir	47	0
2020	Château de la Vallée - Cabernet Sauvignon	48	0
2020	Château de la Vallée - Merlot	49	0
2020	Château de la Vallée - Sauvignon Blanc	50	0

# États-Unis

## ACTIONS DIGITALES

- Création de comptes US Facebook et Instagram
- Gestion de ces communautés
- Une campagne de boosts pour faire résonner nos messages
- Un partenariat avec des influenceurs de l'industrie
- Mise à jour du site internet USA

## RÉSULTATS

**210**  
Publications sur Facebook et  
Instagram  
& 27 Instagram stories

**31 852**  
Impressions lors du partenariat  
avec 4 influenceurs

**5 624**  
Nouveaux abonnés sur Facebook &  
Instagram



## SITE INTERNET

**668**  
sessions - 1254 pages visitées

# États-Unis, Garnacha / Grenache

Programme mis en « veille » jusqu'en août 2021

## Press Trip

Remplacé par 5 articles publi-rédactionnels pour les professionnels et les consommateurs :

- A paraître pour certains courant 2022
- Sur Le Somm Journal (3)
- Et sur le Tasting Panel Magazine (2)
- Versions prints et Digitales

**TOTAL PRINTS : 279,000**  
**TOTAL DIGITAL : 84,000**



## Actions digitales

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

## Matériel et supports promotionnels

(POS, médias et formations) :  
Déclinaison du design pour le kit informatif pour les medias et le trade, outils promotionnels pour toutes les actions (drop stops, tire-bouchons, nappes, Z-cartes, leaflets, etc...)

## Texsomm Conference

*Las Collinas - Dallas du 14 au 16 Novembre*

**11 Entreprises du Roussillon** ont été mises en avant lors des différents « ateliers » :

Master class / lunch (40 personnes) et table d'exposition cadre walk around (300 personnes).



# Chine



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

## 19

### Formations ont été organisées

en partenariat avec les importateurs, de septembre à décembre :

▪ **6 formations** via importateurs / 6 villes :

- Kunming
- Shenzhen
- Ningbo
- Wenzhou
- Meizhou
- Shenyang

▪ **13 formations** via partenaire AWI / 7 villes :

A travers la Chine dans le cadre des travaux avec la jeune sommellerie, réalisées par Tommy Lam (Asia Wine Institute), fondateur et organisateur de la compétition des jeunes sommeliers par équipe, d'octobre à décembre.

**270 jeunes sommeliers**  
**142 hotels ont été formés**

Les participants cumulés pour toutes ces formations :  
**475 professionnels**



## 151

### Rendez-vous professionnels avec 26 importateurs lors d'un B2B -Tasty Wines online

- Shanghai le 20/04 et Chengdu le 22/04
- 11 entreprises du Roussillon ont participé
- 91 vins mis en avant



### Notations de vins via KOL (groupe Blind Tasting) Partenariats et suivis médias

- 17 Août : Dégustation à Shanghai pour 30 KOL / 7 gros médias (Wine in China, etc...)
- 74 Vins du Roussillon mis en avant
- 17 retombées média



## 1

### Dîner de Importateurs le 15/09/2021 à Shenzhen dans le cadre du salon Toewine

- 9 importateurs et 81 distributeurs / clients VIP
- 13 entreprises mises en avant



# Chine



## Concours nationaux des meilleurs sommeliers

- 18 octobre : finale du concours Best sommelier + prix special Roussillon
- Concours National « Young sommelier team competition ». Seules les finales régionales ont pu se tenir pour cause de Covid.

La globalité des Sommeliers chinois ont été touchés en cumul sur ces compétitions :

- 20 top sommeliers
- 27 Équipes de jeunes sommeliers soit 27\*4 membres par équipe = 108 jeunes sommeliers

Toutes les appellations du Roussillon profitent de cette mise en avant



## 1

### Dîner de Presse le 09/11/2021 à Shanghai

7 journalistes, dîner animé par Mme Guo Ying, Chevalier de la Commende Majeure du Roussillon.

- 3 parutions d'articles
- de nombreux posts sur les réseaux sociaux



## 1

### Dîner Sommeliers le 19/10/2021

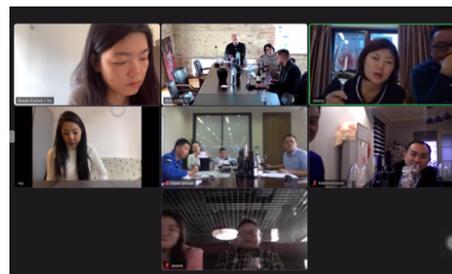
- 150 Sommeliers
- 9 entreprises du Roussillon mises en valeur



## 5

### Importateurs lors d'un voyage importateurs virtuel le 30 novembre

- 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
- Certaines entreprises sont à ce jour en contact avec les importateurs



# Chine



## Salon China International Import Expo, Shanghai du 05 au 10-11-2021

- 7 Entreprises du Roussillon ont participé (représentées par leurs importateurs)
- 1 Article + 1 TV Beijing
- 2 650 visiteurs professionnels sur le salon



## Relations et suivi de presse à l'année

Media	Value - EURO
Television	35,000
Magazines	20,000
Websites	81,000
Wechat (official accounts)	118,000
<b>Total pour les 127 retombées médias</b>	<b>254,000</b>



## ACTIONS DIGITALES HORS OCM Site Internet

Mise à jour régulière du site Internet  
[www.roussillon-wine.com](http://www.roussillon-wine.com)

- 19 brèves postées sur l'année (Vs 16 en 2020)
- Sur la période du 1er janvier 2021 au 31 décembre 2021, 123 726 visites ont été comptabilisées sur le site (Vs 159 267 en 2020).
- 41 242 utilisateurs (Vs 57 840 en 2020).
- Les pages les plus visitées sont : « in the news », « Dry wines », « Explore the region »



## Réseaux Sociaux

Animation d'un compte WeChat, créé en 2014, sous forme de mini-site reprenant les rubriques principales du site Internet, comprenant des posts (en chinois) sur les différentes actions du CIVR en Chine, relayant les news publiées sur le site internet et les actualités en région.

Animation d'un compte Weibo, créé en 2011, reprenant majoritairement les posts WeChat, sur les différentes actions du CIVR en Chine, relayant les news publiées sur le site internet, et les actualités en région.

Ouverture d'un compte Bilibili pour un hébergement de vidéos (fonctionnement similaire à Youtube)



**Réseaux Sociaux: données du 04/2021-01/2022**

**Weibo :**

- 108 983 fans (Vs. 85 889 fans en 2020)
- 71 Posts publiés (soit 8 par mois)



**Wechat :**

- 6 064 fans (Vs. 2 538 en 2020)
- 36 Posts publiés (soit 4 par mois)



**Bilibili :**

- 6 Vidéos postées sur le compte Roussillon Wines
- 289 Followers
- Nombre de vues : 3316

# Corée du Sud



Dans ce marché en forte 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

### Master Classes dispensées par les Wine Educators

- Le 27/04 : 1 Master Class à Jeju Island
- Le 07/12 : 1 Master Class à Séoul
- 9 entreprises (16 vins) mises en avant
- 18 participants (sommeliers, grossistes, distributeurs)



### Concours Best sommeliers et prix spécial Roussillon à Daejeon du 12 au 14 novembre

- Support pour la 6ème année consécutive
- Pour la 17ème édition du concours national de sommellerie
- Concours Best Sommelier + prix spécial Roussillon
- concours écrit et pratique pour le prix spécial Roussillon,
- Voyage sur les lieux de production en 2022 pour le meilleur sommelier et le deuxième du concours, ainsi que le vainqueur du prix spécial Roussillon.
- Plus de 5 000 sommeliers touchés
- Toutes les appellations du Roussillon présentées
- **7 entreprises et 4 importateurs mis en avant pendant les concours**



### Accueil en Roussillon

- Gagnants des finales best sommeliers et prix spécial Roussillon 2019 + 2020 (6 sommeliers) + 1 accompagnant KISA remplacé par :
  - **Accueil du best sommelier** Jungmin An le 21 juillet :
  - Opportunité d'accueil
  - Banc d'essais de vins de 15 entreprises souhaitant exporter
  - Mise à jour des données Roussillon
- **Accueil d'importateurs et de sommeliers** du 26 au 31 octobre :
  - 6 importateurs et 2 best sommeliers
  - Visites / rencontres, mini-expo avec **19 entreprises** du Roussillon non représentées en Corée du sud
- A ce jour, plusieurs entreprises sont en contact avec les importateurs et 2 ont déjà été référencées



# Corée du Sud



## Site Internet

Mise à jour régulière du site Internet : [roussillon-wines.kr](http://roussillon-wines.kr)

Sur la période du 1er janvier 2021 au 31 décembre 2021 :

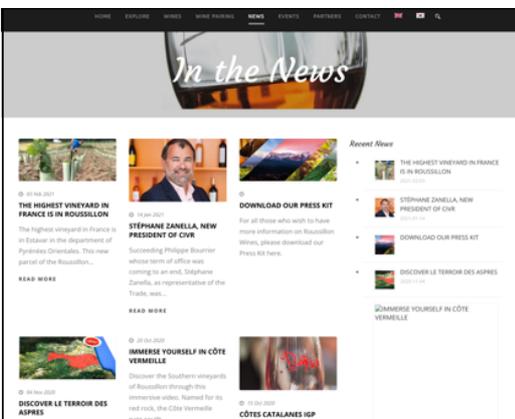
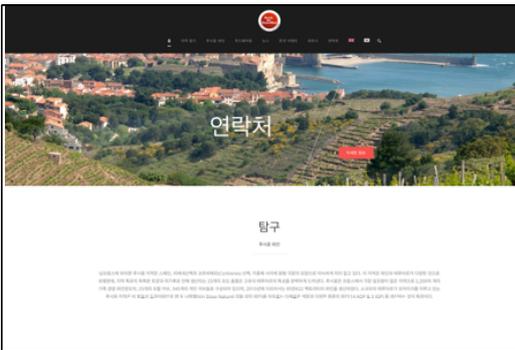
- **13 brèves** postées sur l'année (Vs 16 en 2020)
- **148 710 visites** ont été comptabilisées sur le site (Vs 108 981 en 2020)
- Ceci représente **18 781 utilisateurs** (Vs 33 442 en 2020)
- Les pages les plus visitées sont : « Food pairing », « Contacts », « Our wines ».

## Réseaux Sociaux

Page facebook inspirée de la page Roussillon France

**38 posts (Vs 31 en 2020)**  
**4 410 (Vs 3 154 en 2020)**  
**= Total des mentions J'aime**

Couverture (vues) = 20 547  
 389 (VS 321 en 2020) = Total des abonnés  
 (majoritairement des professionnels coréens)



# Asie

## Garnacha / Grenache



### LE PROGRAMME G ASIE A ÉTÉ AUSSI IMPACTÉ PAR LA CRISE SANITAIRE

#### Actions annulées ou modifiées

- 1 Accueil de 10 journalistes (3 Chine, 3 Japon, 2 Corée, 1 Taïwan et 1 Singapour) : remplacé par Partenariat DECANTER
- Toutes les actions sur Singapour et la Corée ont été transférées autant que possible sur la Chine (ajout d'un B2B à Guangzhou, car ces pays ont subi un confinement une grande partie de l'année, rendant impossible ces actions : Master Classes, B2B, Diners Sommeliers, Buyers trainings : 2 Master Classes en Corée furent remplacées par un grande Master Class sur Guangzhou cadre Interwine) et Taïwan (cas B2B, Master Class Singapour) et Japon (cas Master Class et Diner Sommeliers Singapour)
- Buyers trainings (1 en Chine car refusé dans la forme, 2 au Japon --> passés en Chine, 2 en Corée, 2 de Taïwan et 2 sur Singapour --> passés en Chine).
- Le Study Trip (Voyage Importateurs - 3 Chine, 3 Hong Kong, 2 Taïwan ; 4 Corée ; 3 Japon, 2 Singapour) en Roussillon a été remplacé par master classes /dîners présentation pour des importateurs faits en Chine (3), Taïwan (2) et Japon (1)
- Salons : Corée - Seoul International Wine & Spirit Expo remplacé par Interwine Guangzhou

### PARTICIPATION À DES SALONS AU JAPON ET EN CHINE

#### Wine & Gourmet Tokyo

21 au 23 avril - Stand dédié

**26 457** Visiteurs



#### Top Wine Pékin

1er au 3 juin - Stand dédié

**10 598** Visiteurs



#### Prowine Shanghai

9 au 11 novembre - Stand dédié

**15 058** Visiteurs



#### Interwine Guangzhou

29 au 30 novembre - Stand dédié

**2 685** Visiteurs



# Asie

## Garnacha / Grenache

### 3 ÉVÈNEMENTS BTOB MEETINGS

#### Taipei - Taiwan

12 novembre

**78** participants



#### Kaohsiung City - Taiwan

23 novembre

**70** participants

#### Guangzhou China

29 novembre

**63** participants



### BUYERS TRAININGS

#### China

15 (7+8) événements organisés

**114** Participants

#### Taiwan

1 événement organisé

**4** Participants

#### Japan

1 événement organisé

**12** Participants

#### Corée du Sud

1 événement organisé

**6** Participants



# Asie

## Garnacha / Grenache

### MASTER CLASSES

réalisées entre juin et décembre

#### China

3 évènements organisés

**91** Participants

#### Taiwan

3 évènements organisés

**52** Participants

#### Japan

2 (1+1) évènements organisés

**40** Participants



### STUDY TRIP

réorganisé en master classes / dîners présentation pour des importateurs

#### China

3 évènements organisés

**40** Participants

#### Taiwan

2 évènements organisés

**24** Participants

#### Japan

1 évènement organisé

**12** Participants



# Asie

## Garnacha / Grenache

### 7 DÎNERS SOMMELIERS

<p><b>Tokyo</b> 24/04</p> <p><b>11</b> Sommeliers</p>	<p><b>Taïpei</b> 16/11</p> <p><b>11</b> Sommeliers</p>	<p><b>Pékin</b> 02/06</p> <p><b>10</b> Sommeliers</p>
<p><b>Tokyo</b> 07/12</p> <p><b>10</b> Sommeliers</p>	<p><b>Kaohsiung</b> 22/11</p> <p><b>11</b> Sommeliers</p>	<p><b>Shanghai</b> 15/11</p> <p><b>11</b> Sommeliers</p>
		
<p><b>Hangzhou</b> 22/11</p> <p><b>11</b> Sommeliers</p>		

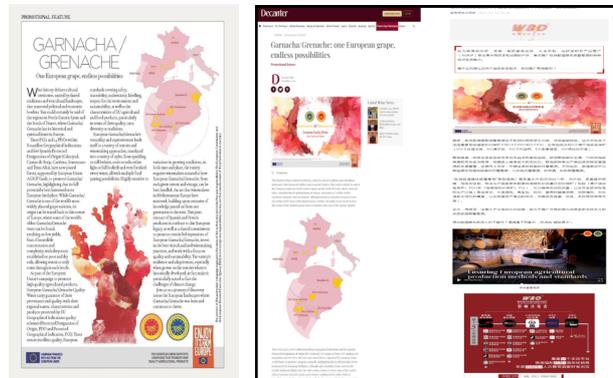
### VOYAGE DE PRESSE remplacé par

#### Advertorials Decanter (English and Chinese)

- 1** Imprimé
- 2** Digital

#### Post réseaux sociaux sur :

- WeChat
- Weibo
- Facebook



# Asie

## Garnacha / Grenache

### POS

Déclinée dans toutes les langues et utilisées sur toutes les actions

### "ONLINE STORE COLLABORATIONS"

#### Via bannières

- 1 uniquement en Chine  
(Jiuxan, YesMywine, 9Katcha,  
Wine Exchange Shanghai et Wineyun)



# Wine Paris



**Edition** du salon reportée à février 2022 en raison de la crise COVID

# Grenaches du Monde : un évènement international

GRENACHES  
DU **Monde**

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 2021, 4 dégustations ont été organisées en partenariat avec la DOP Cebreiros en Espagne, l'AOP Châteauneuf du Pape, l'Interprofession des Vins du Roussillon et la commune d'Ascoli Piceno dans la région des Marches en Italie. Le concours a été ainsi fractionné en 4 dégustations séparées dans le temps et dans l'espace afin de pouvoir respecter les gestes barrières et les recommandations de distanciation sociale.

En savoir plus sur : [www.grenachesdumonde.com](http://www.grenachesdumonde.com)

## 831

Vins présentés



## 6

Pays représentés :

France, Espagne, Italie,  
USA, Chili, Grèce

## 112

Jurés

(journalistes spécialisés, cavistes,  
sommeliers, oenologues)



## 53

dont **40** médailles pour les  
vins secs et **13** médailles  
pour les Vins Doux  
Naturels du Roussillon





# Les outils et services

- 46. La recherche et l'expérimentation
- 47. La communication digitale
- 48. L'accompagnement des entreprises
- 50. 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...).

> **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. A noter l'évaluation de nouveaux produits contre cryptoblabes gnidiella (confusion et traitements).

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

> **11 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. Réalisation des 1ères vinifications.

> **3 cépages sous 4.5ha de panneaux photovoltaïques – 1 journée technique**

### Matériel végétal

Tester des nouveaux cépages étrangers résistants à la sécheresse ou tolérants aux maladies. Elargir le panel de clones (Grenaches gris, Muscat d'Alexandrie). Travaux préparatoires aux transferts des collections et conservatoire de la Station de Tresserre à partir de 2022 vers le nouveau site de Rivesaltes

> **25 cépages tolérants aux maladies**

> **12 cépages étrangers résistants à la sécheresse**

> **1 journée technique avec dégustation**

### Oenologie

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

> **97 minivinifications – 11 séances de dégustation**

### Suivi aval qualité international

> **AOP vins secs du Roussillon : 116 échantillons testés, 98.8% conformes**

> **AOP VDN du Roussillon : 75 échantillons testés, 97.3% conformes**

> **IGP du Roussillon : 45 échantillons testés, 95.6% 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.

## INSTAGRAM & FACEBOOK

- Fédérer une véritable communauté de fans des Vins du Roussillon et Instaurer une relation de proximité avec les consommateurs
- Communiquer plus fortement les messages de la marque



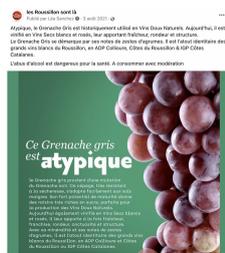
**@roussillonwines**

88 Posts publiés  
36 403 likes  
5 817 925 impressions



**@VinsduRoussillon**

110 Posts publiés  
11 308 réactions  
8 924 284 impressions



## SITE WEB



**NOUVELLE CAMPAGNE DE COMMUNICATION «LUXE BRUT»**

Sous la marque slogan « Les Roussillon sont là », les Vins du Roussillon lancent une nouvelle campagne média d'ampleur nationale qui dévoile l'identité des terroirs, des vins et des vignerons du Roussillon.

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](http://www.roussillon.wine) avec la création de nouvelles pages en lien avec l'actualité.

# 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, tabliers, porte verre, documents pédagogiques...



# 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

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.

## 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)



- 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...)



- « 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



Projet cofinancé par le Fonds Européen Agricole pour le Développement Rural  
L'Europe investit dans les zones rurales



# 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



**CIVR**

Conseil Interprofessionnel  
des Vins du Roussillon