

RAPPORT D'ACTIVITÉ

2022



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 à enjeu local
- 19. Les actions à enjeu national
- 23. Le développement œnotouristique

25. Les actions de promotion à l'export

- 26. Espagne, Allemagne
- 27. Belgique
- 28. Royaume-Uni
- 30. États-Unis
- 31. États-Unis Garnacha / Grenache
- 32. Chine
- 33. Corée du Sud
- 34. Asie - Garnacha / Grenache
- 34. Wine Paris
- 35. Grenaches du Monde : le concours

36. Les outils et services

- 38. La recherche et l'expérimentation
- 39. La communication digitale
- 40. L'accompagnement des entreprises
- 42. La communication interne



2022, une nouvelle époque commence !

Ce rapport d'activité pour l'année 2022 reflète la nouvelle époque qui s'ouvre pour le CIVR :

Les nouveaux Accords Interprofessionnels triennaux s'appliquent pour la période 2022-2024. Ils sont gages de modernisation en intégrant la possibilité de la contractualisation pluriannuelle et en actant un ajustement significatif à la baisse des CVO pour toutes les AOP sauf la Côte Vermeille.

Nous avons reconfiguré de manière volontariste notre politique de R&D, en constituant un nouveau Vinopôle en partenariat avec la Chambre d'Agriculture, la SAFER et l'enseignement agricole départemental, sur le site de Rivesaltes, gage d'une nouvelle ambition au service de la recherche notamment sur les cépages résistants aux maladies et au dérèglement climatique qui nous frappe de plein fouet.

Notre construction budgétaire s'articule désormais dans une logique « marché » à trois étages à savoir, les actions locales, nationales et internationales, gage de lisibilité et de cohérence.

Nous nous efforçons enfin de concentrer davantage nos actions de Promotion collective autour de grands événements et de grandes actions, gages de plus d'impact et d'efficacité au service de la notoriété de notre territoire viticole, en évitant le saupoudrage.

Nous pouvons collectivement nous féliciter d'avoir pu réaliser en 2022 l'essentiel de notre programme, à l'exception de quelques actions sur l'Asie en raison de la poursuite de la crise sanitaire sur cette zone.

Il est important de retenir dans nos actions de promotion deux événements nouveaux et ambitieux qui symbolisent cette nouvelle époque :

- le Festival Bacchus, événement unique en Occitanie qui concilie Musique, Art de Vivre et exclusivité de Vins d'un territoire, en l'occurrence le nôtre ! Après un beau succès en juin 2022, la 2ème édition en 2023 a fait un magnifique « carton plein » avec plus de 14.000 festivaliers.
- la Semaine Etoilée du Roussillon à Paris en novembre dernier, qui utilise l'écrin de 4 restaurants multi étoilés Michelin pour magnifier auprès des professionnels le meilleur de nos terroirs. Là encore, un très beau succès, qui sera réédité dès l'automne prochain.

Pour toutes ces missions, et toutes celles dont il n'est pas question aujourd'hui, je tiens à nouveau à exprimer tous mes remerciements à l'équipe opérationnelle du CIVR, emmenée avec talent par sa directrice, Anne-Laure Pellet !

Merci également aux membres du bureau et à tous les élus du conseil de direction du CIVR dont l'engagement bénévole permet à notre grande famille vitivinicole de poursuivre son action pour notre collectif roussillonnais !

A la date de notre assemblée générale, fin juin 2023, nous savons que nous sommes peut-être à nouveau face à un immense défi, celui de surmonter les conséquences économiques et sociales d'une sécheresse qui poursuivrait ses ravages jusqu'à la prochaine vendange.

Face à ce challenge, aux défis posés plus généralement par les évolutions climatiques, comme aux incertitudes des marchés, le CIVR poursuivra résolument son action au service de tous les opérateurs !

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 :

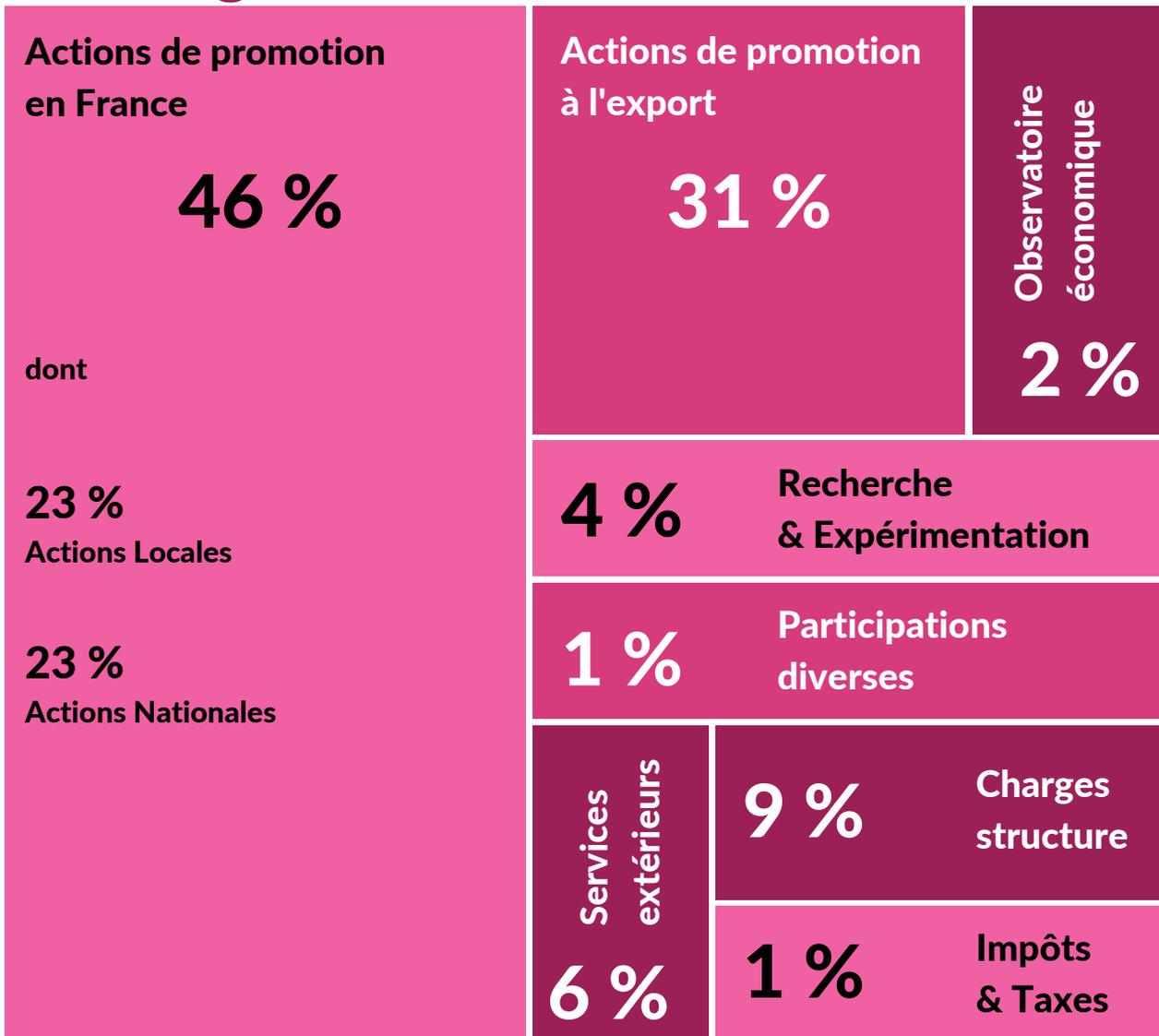
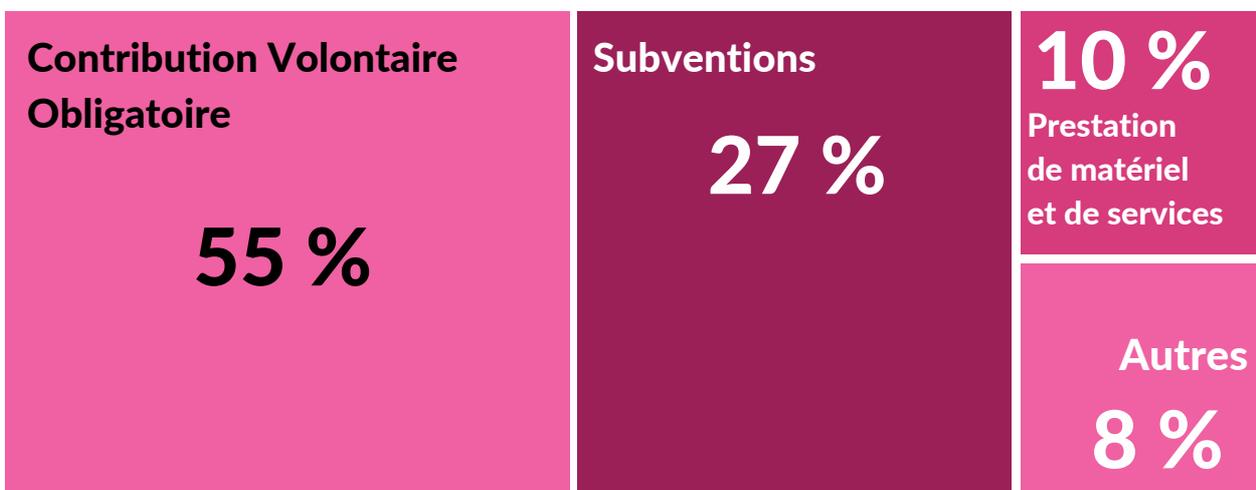
- 9 représentants du collège Production
- 9 représentants du collège Négoces

Le Bureau

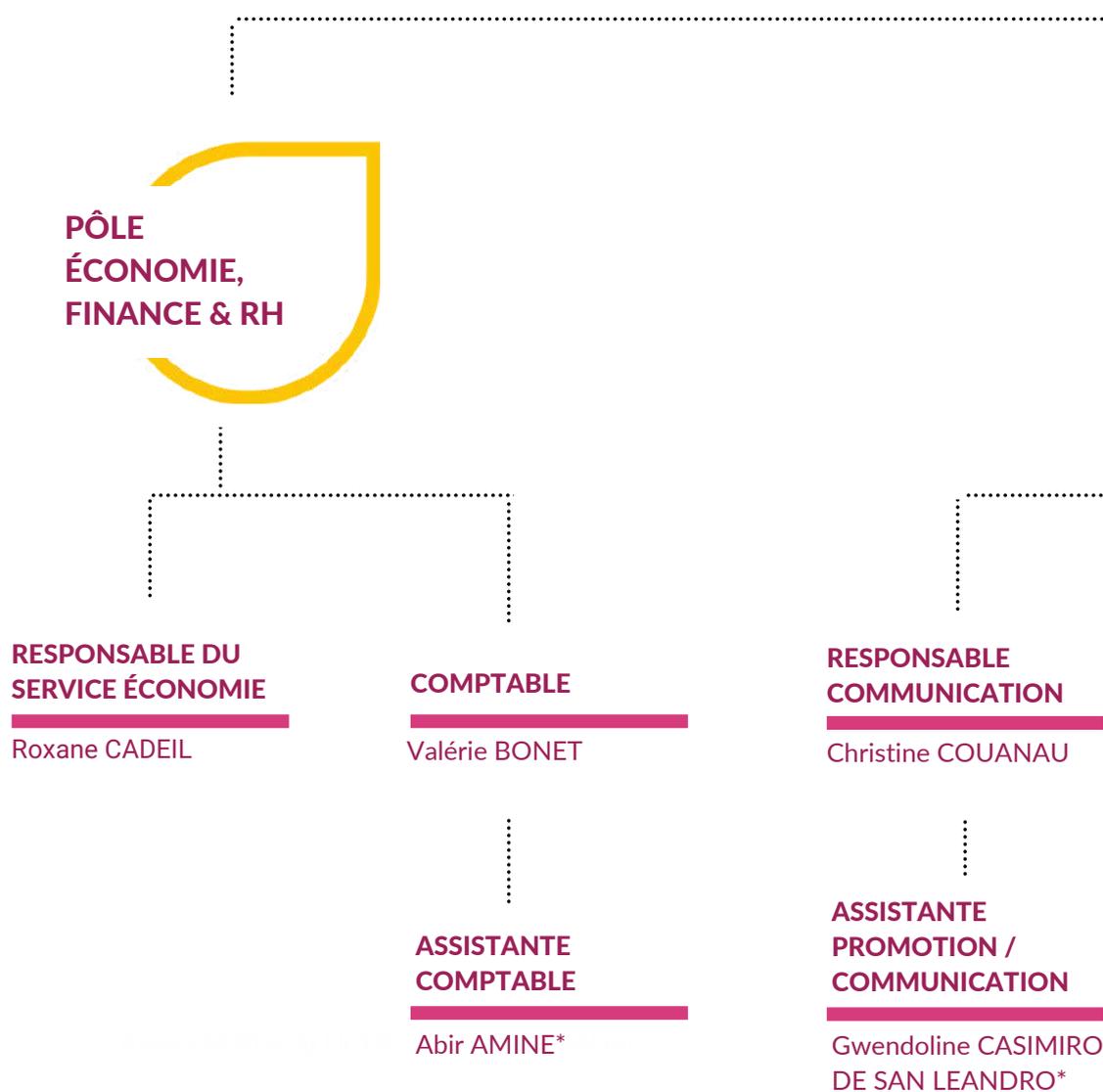
Président	Stéphane ZANELLA
Vice-Président	Régis OUGUERES
Trésorier	Jean-Christophe BOURQUIN
Trésorier adjoint	Fabrice RIEU
Secrétaire Général	Bernard LANGLOIS
Secrétaire Général adjoint	Nicolas RAFFY

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 3 072 195 €

RECETTES 3 172 654 €

RÉSULTAT 100 459 €


Le CIVR : organigramme 2023



*Contrat en Alternance

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**

Poste à pourvoir

MAGASINIER

Julien BOUELLE

**DIRECTEUR ADJOINT
RESPONSABLE EXPORT**

Éric ARACIL

**ASSISTANTE
OENOTOURISME**

Maëlle BOURRIN*

**CHARGÉE DE
MARCHÉ EXPORT**

Hélène LOSADA

L'année économique

Après la crise sanitaire, l'année 2022 a encore été marquée par de nouveaux défis à relever pour le vignoble du Roussillon. Depuis 2016, le vignoble des Pyrénées-Orientales n'a jamais été épargné par un aléa affectant les volumes. La canicule et la sécheresse de 2022 ont engendré des vendanges plus précoces qui n'ont néanmoins ni altéré les volumes (volumes à peu près similaires à 2021), ni la qualité des vins. Malgré ce, les acteurs ont ainsi démontré leur capacité d'adaptation.

Les chiffres clés



18 705 ha

573 894 hl (+6%)

rendement moyen : 30,70 hl/ha



14 AOP

2 IGP



2 033

EXPLOITATIONS

organisées en
375 caves particulières et
24 caves coopératives



103

NÉGOCIANTS

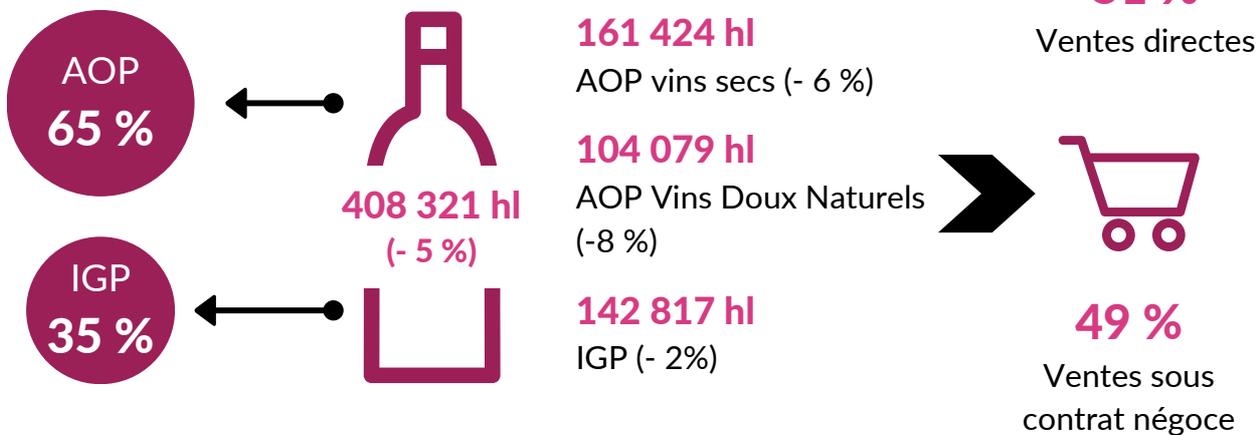
ET

SOCIÉTÉS DE NÉGOCE

dont une trentaine
de négociants "purs"

Les marchés

LES SORTIES DE CHAIS

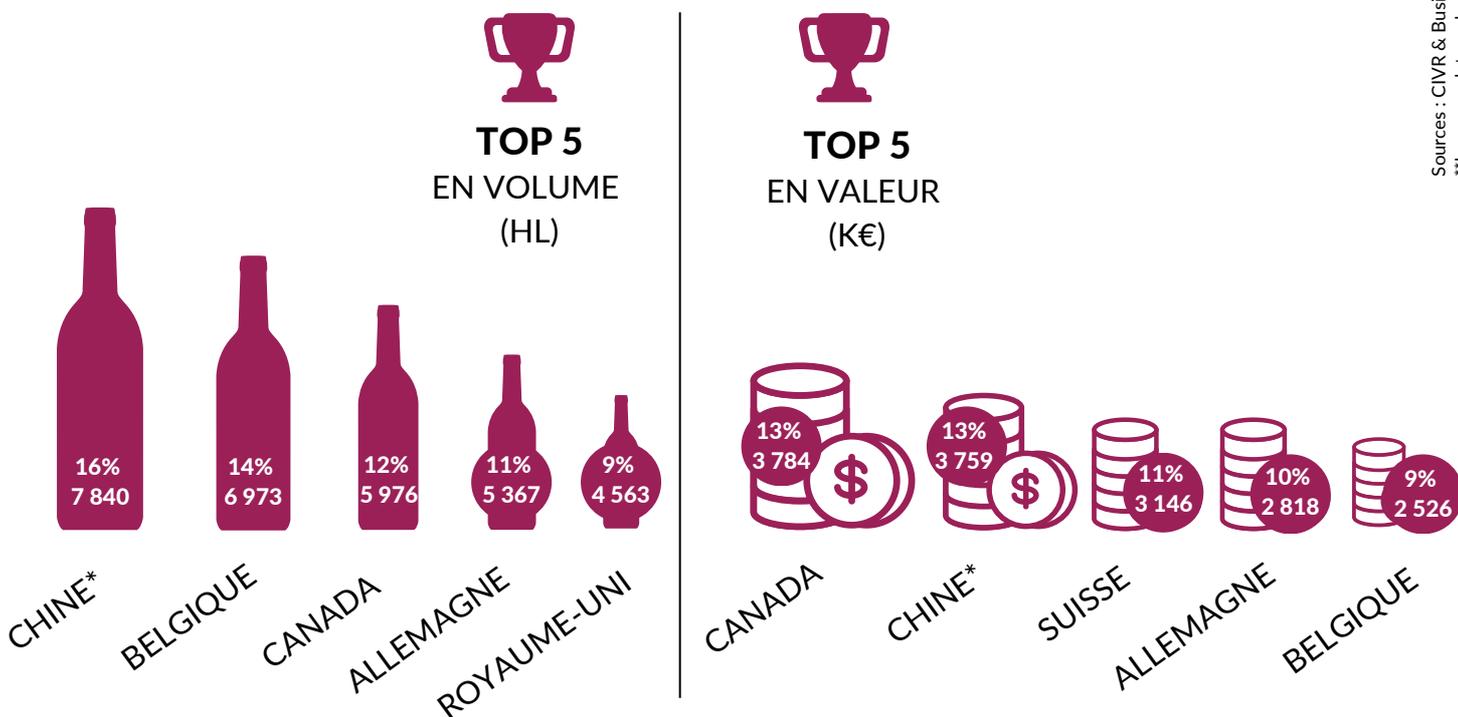


LES CIRCUITS

Part de l'export dans les ventes d'AOP du Roussillon en 2022**



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 à enjeu local
- 19.** Les actions à enjeu national
- 23.** Le développement œnotouristique

Les actions à enjeu local

SAISIR L'OPPORTUNITÉ DES FESTIVALS POUR SENSIBILISER
LES CONSOMMATEURS AUX COCKTAILS À BASE DE VDN



BACCHUS FESTIVAL
16-17-18 JUIN - PARC DE VALMY

1ÈRE ÉDITION - FESTIVAL ÉPICURIEN QUI MÊLE
VIN, CULTURE ET GASTRONOMIE

14 000 PERSONNES

21 VIGNERONS

9 CONCERTS (3 ARTISTES PAR JOUR)

1 BAR À COCKTAILS
MUSCAT LEMON ET MUSCAT GINGER

-
20 000 VERRES DÉGUSTÉS

-
+ DE **200** CUVÉES EN AOP ET IGP PRÉSENTÉES

-
1 000 COCKTAILS SERVIS



AUTOUR DU MUSCAT DE RIVESALTES
Muscat Lemon & Muscat Ginger

LIVE AU CAMPO
20 > 29 juillet

LES DEFERLANTES
7 > 10 juillet

PELLICU-LIVE
1 > 3 septembre



AUTOUR DU RIVESALTES AMBRÉ
Riv'tonic

VISA POUR L'IMAGE
Fin août



Les actions à enjeu local

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

VINS EN VILLE

22 octobre à Perpignan sur 4 places du centre-ville
Principe : 1 place = 1 terroir & Animations musicales

30 vigneron·nes présents
2 500 verres dégustés
20 000 flyers distribués
12 panneaux spots digitaux outdoor pendant 7 jours
153 spots radio (Littoral FM, RFM et RTL2)



VINS EN TÊT

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

31 vigneron·nes présents
1 662 verres dégustés
20 000 flyers distribués
60 spots radio sur Littoral FM



FAIRE RAYONNER LES VINS DU ROUSSILLON DANS LA PRESSE

6 communiqués de Presse
3 accueil presse
325 retombées Presse
130 millions personnes touchées en audience cumulée globale



Les actions à enjeu local

LES 20 ANS DES IGP CÔTES CATALANES

2022 marque les 20 ans des IGP Côtes Catalanes. Une opportunité d'assurer une belle visibilité à ces vins qui offrent une incroyable diversité aromatique, de couleurs et d'expression

VINS AMBASSADEURS

- 30** cuvées sélectionnées (10 en blanc, 10 en rosé et 10 en rouge)
- 36 000** collerettes diffusées
- 35 000** flyers distribués (réseau tourisme et commerces de Perpignan)
- 2** insertions presse : Terres Catalanes et Magazine des Toques Blanches
- 1** page web dédiée



RÉSEAUX SOCIAUX

- 2** portages influenceurs (vins d'été et vins d'hiver)
- 25** stories
- 23 060** personnes touchées (Instagram)
- 5** jeux concours
- 2 300** Likes



Les actions à enjeu local

20 ANS DES IGP CÔTES CATALANES



ANIMATIONS CAMPINGS

Du 01 juillet au 31 août pour faire découvrir au plus grand nombre ces vins secs par des dégustations guidées dans les campings 4 et 5 étoiles des PO

10 campings partenaires
106 animations
20 000 dégustations



AFFICHAGE URBAIN

Campagne du 27 juillet au 31 août sur l'agglomération de Perpignan

225 panneaux de 2 m²
221 panneaux de 8 m²

AFFICHAGE DIGITAL

Campagne du 18 juillet au 21 août à Perpignan

6 écrans digitaux

COMMUNICATION DIGITALE LE BON COIN

Campagne du 25 juillet au 21 août sur Perpignan et le 66

1 980 000 impressions
8 849 clics



INSERTIONS PRESSE

L'Agri, Magazine des Toques Blanches



Les actions à enjeu local

ET AUSSI...

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

Ciblage : Grand Public
 Département 66 Surimpression Perpignan

998 302 d'impressions

11 594 clics générés (Digital web + mobile)

1 Page web dédiée



TERRE DE VINS

20 entreprises mises en valeur dans Terre de Vins (spécial développement durable)

14 pages dédiées Roussillon

thématiques : IGP Côtes catalanes Blanc et cuvée à base de Muscat 5doux et sec)



Les actions à enjeu local

ET AUSSI...

SOUTIEN AUX ACTIONS TERRITOIRE

Le CIVR a soutenu des opérations menées par :

Le Syndicat des Vignobles de la Côte Vermeille

- 30 ans de l'appellation Collioure Rosé : 11 et 12 juin
- Les Caminades à Cosprons : 24 juillet
- Fête des vendanges à Banyuls : 6 au 9 octobre

Le Syndicat du Cru Maury

- les Amorioles à Maury : 22 Mai

La Commende Majeure de Roussillon

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 TASTING BETTANE ET DESSEAUVE

Paris - Le Carrousel du Louvre 25-26 Novembre

19 cuvées présentées en Maury sec et en Collioure Blanc, rosé et rouge



Les actions à enjeu local

VINS DOUX NATURELS

OPÉRATION CHR - OH MY MUSCAT !

Implantation des cocktails Muscat Ginger et Muscat Lemon dans le circuit CHR en ciblant les bars de Perpignan pour les installer durablement dans le réseau sur le long terme et les faire découvrir aux 20-45 ans.
Date : du 12 au 17 septembre



10 Bars ciblés

16 Influenceurs et presse à la soirée de lancement

56 350 Vues des stories

Distribution de kits de dégustation (touilleurs, verres, tabliers, sous-bocks, affiches A5, livrets AOP Muscat de Rivesaltes, chevalets et tote bags)

Dispositif digital sur Facebook et Instagram

232 Spots radio diffusés sur Littoral FM, RTL2, RFM et NRJ

675 Cocktails vendus

UNE COMMUNICATION LOCALE FORTE

Un plan de communication fort autour des cocktails Muscat mais aussi du Riv'tonic

3 Insertions presse Cocktails Muscat (Le Petit Agenda, Guide Loisirs)

12 Panneaux digitaux (été et hiver, en rotation, cocktails Muscat et Riv'tonic)

1 140 Spots radio diffusés sur Littoral FM, RTL2, RFM, NRJ et Chérie FM



MUSCAT DE NOËL

Avec environ 300 000 bouteilles commercialisées, une communication qui a pour but d'asseoir la notoriété de ce vin et d'en développer fortement l'image au niveau local

430 Spots radio diffusés sur Littoral FM, RTL2 et RFM

6 Panneaux digitaux (10 secondes toutes les 2 minutes)

6 Annonces presse (Terres Catalanes, Elle Régional, Le Petit Agenda, En Attendant, Magazine des Toques Blanches, L'Agri)

1 Opération influenceurs



Les actions à enjeu national

ACTIONS CIRCUIT TRADITIONNEL

MUSCAT DE NOËL

Entretenir la promotion et la communication du circuit cavistes local et national par la mise à disposition de kits de PLV aux opérateurs

300 000 bouteilles produites

80 entreprises commercialisent du Muscat de Noël

850 kits réalisés pour les entreprises à destination de leurs clients



COFINANCEMENT VINS SECS

Proposer aux adhérents un accompagnement financier des actions individuelles à portée collective, réalisées en Grande Distribution (hypermarchés, supermarchés et commerces de proximité) ; ces aides portent exclusivement sur les vins AOP Côtes du Roussillon, Côtes du Roussillon Villages et leurs dénominations.

NOUVELLE IDENTITÉ

Renforcement de la marque les Roussillon sont là® au travers de la campagne Luxe Brut et d'outils de communication

Stand Luxe Brut lors du salon Wine Paris

4 parutions (Le Courrier du Parlement, Agenda des Vignerons Indépendants, Annuaire UDSF et Annuaire Le Tap).

Impressions d'affiches à destination des opérateurs

Covering véhicules CIVR



COCKTAILS SPIRITS

Promouvoir les cocktails à base de Muscat de Rivesaltes auprès d'une cible influente : Les Bartenders

Palais de Tokyo - Paris-12 > 13 juin

Présentation des cocktails Muscat Ginger et Muscat Lemon + 2 créations d'un bartender

Présence au Bar des innos au travers des VDN

Animation d'une Masterclass autour des vins du Roussillon



5 654 visiteurs :
bartenders,
cavistes,
influenceurs...

Les actions à enjeu national

LE DIGITAL FORT LEVIER DE COMMUNICATION POUR UNE VISIBILITÉ DÉCUPLÉE

FORTE PRÉSENCE DIGITALE POUR UNE VISIBILITÉ DÉCUPLÉE

Muscat Lemon, Muscat Ginger & Riv'tonic

Du 18 juillet au 21 août

Campagne digitale sur le Bon Coin - Région Occitanie
couplage Display + youtube - (ciblage data leboncoin _ intentionnistes vacances)



METTRE EN VALEUR LA MOSAÏQUE DES TERROIRS PAR LE CANAL DE LA RVF

Réalisation de 3 vidéos de 3 minutes :
Tournage du 19 au 21 octobre



ACCROITRE LA NOTORIÉTÉ DES VINS DU ROUSSILLON AUTOUR DE LA THÉMATIQUE « LES ROUSSILLON SONT LÀ » COMPOSÉE DE 4 VISUELS TERROIRS

Campagne 100% digitale
du 10 octobre >6 novembre

21 996 411 Impressions réalisées



Les actions à enjeu national

ACTIVER LE SHOPPER EN GD & BOOSTER LES VENTES

+ de 800 000

cônes apposés sur les bouteilles de **Muscats de Rivesaltes** en GD toute France pour améliorer la visibilité



ÉMERGENCE EN RAYON

Prise de parole au bon endroit pour mieux toucher le shopper au travers de kakemonos

455 magasins posés
5 semaines de pose
18 juillet > 21 août

15 millions de contacts

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



PROFITER DE L'OFFRE EDITORIALE ESTIVALE POUR UNE PRISE DE PAROLE AUTOUR DES COCKTAILS DANS LE MAGAZINE ELLE

7 Parutions du 7 juillet > 18 août
Ciblage : Occitanie



Les actions à enjeu national

POSITIONNER LES VINS DU ROUSSILLON COMME DES VINS AUX IDENTITÉS PARTICULIÈRES

La "Semaine étoilée des Vins du Roussillon" est une opération de "séduction" auprès de la presse et des professionnels du 7 au 10 novembre



- 4** Dîners établissement 2 étoiles :
L'oiseau Blanc - Marsan - Le Taillevent - Le Meurice
- 4** Masterclasses thématiques autour de l'identité des vins du Roussillon
- 111** Cuvées dégustées
- 40** Vignerons présents
- 102** Prescripteurs présents
- 1** video retrospective pour diffusion sur les réseaux sociaux



CRÉER LA CONNAISSANCE, SENSIBILISER, ÉDUQUER ET FIDÉLISER LES PRESCRIPTEURS DE DEMAIN

- 350** Futurs sommeliers sensibilisés aux Vins du Roussillon au cours de sessions de formation organisées dans différents lycées hôteliers avec mention complémentaire "Sommellerie" et clubs d'œnologie et grandes écoles



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

30 000

exemplaires de la carte œnotouristique
Route des vins et des terroirs



- Actualisation et édition de la carte œnotourisme
- Participation au Salon Destination Vignobles (9ème édition à Aix-en Provence) => RDV pros



- Collaboration à la mise en œuvre du plan d'action agritouristique régional (3 offres all inclusive diffusée sur le site internet du CRTLO)

Digital

- Alimentation du site internet CIVR (Ajout nouveau prestataire labellisé V&D)

Évènements

Fascinant week-end



16 Professionnels présents

22 offres différentes

Troisième participation à l'événement national Fascinant Week-End Vignobles & Découvertes
Diffusion de 15 000 flyers / Spots Publicitaire Indépendant et Petit Agenda

2 Accueils Influenceurs découverte de la destination

Accueil Influenceurs "20 IGP Côtes Catalanes"
6 influenceurs, près de 14 000 personnes touchées sur les réseaux sociaux).



Accueil de presse lors du Festival Bacchus (2 journalistes et 4 influenceurs) => 84 stories + publications - 68 926 personnes potentielles touchées





Les actions de promotion à l'export

- 26. Espagne, Allemagne
- 27. Belgique
- 28. Royaume-uni
- 30. États-Unis
- 31. États-Unis Garnacha / Grenache
- 32. Chine
- 33. Corée du Sud
- 34. Asie Garnacha / Grenache
- 34. Wine Paris
- 35. Grenaches du Monde : un évènement international

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

Présentation de la **Guia de Vins de Catalunya**
aux professionnels des Pyrénées Orientales
Perpignan - 7 mars



Allemagne

Digital / Site internet

- 9 actualisations et publications
- 11 525 visiteurs / 27 022 pages consultées

Relations Presse

- Suivi avec le journaliste spécialisé *André Dominé*
 - Article Weinwirtschaft – **5 Pages** – Octobre 2022
 - Sommelier Magazine – **6 pages** – Novembre 2022 suite à Voyage de Presse de juillet
- 7 entreprises mises en valeur**

Accueil importateurs

13 au 16 Septembre

4
importateurs

15
entreprises mises en valeur
(visites, dîners, mini-expo)

Plusieurs importateurs sont toujours en contacts avec les producteurs et des commandes ont été passées.



Belgique



Belgique

Dégustation « Coups de Cœur des Sommeliers »

1er août - Bruxelles

18

cuvées

(/124 présentées)

Mises en avant jusqu'à la fin de l'année via la presse (cadre déjeuner du 1er Août, Communiqué et portages), le partenariat media avec Vino.be, et le portage à 9 Influenceurs (40 stories et 9 posts sur 9 comptes Instagram pour 146 K « fanbase Reach, 39K impressions récoltées et 1,5K personnes engagées).



Accueil en Roussillon

23 au 26 octobre

5

importateurs

13

entreprises mises en avant
(visites, dîners, mini-expo)

De bon contacts toujours en cours avec les producteurs et des commandes ont été passées pendant et après l'accueil.



Relations presse

2

Communiqués de Presse

ont été réalisés (actualité / nouveautés et Coups de Cœur des Sommeliers)

- Suivi des retombées presse toute l'année (20 parutions pour 3,6 M d'audience cumulée)
- Partenariat Media : Vino.Be (1 article, 1 post Facebook et Instagram; en langues FR et NL)



Royaume-Uni



Mini Exposition B2B Londres

13 juin

18

entreprises du Roussillon

ont participé à cet événement ou ont été représentées par leur agent/importateur.

103

visiteurs

Grâce à toute la communication réalisée en faveur de cet événement, c'est en cumul près de 106,167 professionnels britanniques qui ont été potentiellement atteints.

Action qui a porté ses fruits puisque :

- des négociations commerciales ont été lancées, dont certaines ont été finalisées positivement.
- **8** articles sur l'évènement ont été publiés par les plus gros supports britanniques et ont touché 186,000 lecteurs.



Accueil importateurs

3 au 6 octobre

17

entreprises mises en avant
(visites, mini-expo, diners)



Des négociations sont encore en cours et des achats ont déjà été réalisés.

2

Master Classes thématiques lors du B2B
présentées par Eric Aracil pour la presse et le trade

53

participants



2 retombées de Presse dans Decanter et Wine Writing

Voyage de Presse

10 au 14 mai

3

journalistes spécialisés vins

Andrew Catchpole Harpers Wine and Spirits

Sarah McCleery The Buyer

Sophia Longhi - wine blogger (Skin & Pulp)

12

entreprises visitées ou rencontrées



Résultats

3
2
5

articles

blogs (publiés sur tous réseaux sociaux)

posts + 1 interview sur IGTV Instagram

2 Master Classes dédiées à la Sommellerie

26 septembre

Cadre = 67 Pall Mall

**1 Master class spécifique VDN
pour des sommeliers et consultants de la restauration**

20

sommeliers / consultants présents

44 sensibilisés et destinataires de tout le suivi

1 Master Class chez Annabel's

4

sommeliers

pour ce club exclusif privé
des achats ont déjà été réalisés.

16 entreprises au total mises en avant



Accueil de Matthew Stubbs - Tim Atkin UK

5 au 8 décembre

10

entreprises visitées



1

dégustation générique
organisée au CIVR

55 entreprises mises en valeur par le biais du "banc d'essai"

Accueil Top Sommeliers / Consultants

21 au 24 juin

3

sommeliers influents au UK

10

entreprises mises en avant
(visites, mini-expo, diners)



Relations Presse – Media Bureau

- **4** Newsletters (61% de taux d'ouverture et 1 236 contacts touchés en moyennes)
- **2** communiqués de presse
- Relations médias et piges toute l'année

Travaux spécifiques :

- Publi-rédactionnel dans Decanter online et sur tous les réseaux sociaux de Decanter
- Communication via Harpers W&S online et magazine / partenariat du Top 25 Sommeliers
- Communication / Saturday Express
- Communication / The Drink Business
- **157** retombées de presse pour 33 354 627 impressions



Site Internet www.uk.winesofroussillon.com

Consolider le site internet – soutenir la campagne de promotion

Développer la section « News » à 17 articles créés en 2022

Ajout d'une page « Blog » et « In the Press »

Guest Blog : 5 blogs d'influenceurs relayés sur les réseaux sociaux

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.

Accueil de Joe Czerwinski
The Wine Advocate Robert Parker.com
19 au 21 avril (dégustation au CIVR)

282

Échantillons présentés

100

entreprises participantes



Parution en avril 2023

176

cuvées ont été notées dont 5 ≥ 93



Accueil de Jamal Rayyis

auteur et éducateur, Wine & Spirit
6 au 9 octobre en partenariat avec Ad'Occ

12

entreprises visitées



Wine&Spirits

États-Unis, Garnacha / Grenache

Participation à des salons et Master Classes

IBWSS à San Francisco 26-27 juillet

TexSomm à Dallas 28-30 août

USA TT à Chicago 12-13 octobre

SomCon à San Diego 6-8 novembre



Actions digitales

Mise à jour du site web

Posts et direct Live sur les réseaux sociaux
Facebook, Instagram, Twitter.

Animations / promotions en magasins

dans différents états (Les États de la région métropolitaine de New York et de la Nouvelle-Angleterre (New York, New Jersey, Massachusetts, Pennsylvanie, Connecticut...), la région métropolitaine de Chicago (Illinois, Wisconsin) la Floride, la Californie, le Colorado et le Texas.



Accueils en Roussillon

6

« acheteurs » trade

21 au 24 septembre

>13 entreprises mises en avant (visites, mini-expo)

5

journalistes

11 au 14 septembre

> 9 entreprises mises en avant (visites, diners)



Chine



Le pays est le premier marché à l'export des Vins du Roussillon en volume et 2ème 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.

Formations / Wine Educators

- Formations de potentiels Wine Educators afin qu'ils portent la parole des Vignobles et vins du Roussillon à un plus large public.
- Formations online, dispensées par Eric Aracil et organisées sur deux demi-journées les 27 et 28 juillet, en simultané pour les villes de Pékin, Shanghai et Shenzhen

28

professionnels du vin (formateurs, importateurs ...) ont été formés (10 à Beijing, 7 à Shanghai et 11 à Shenzhen)

Alternative à l'accueil Presse : Voyage de presse virtuel online le 29 Novembre

11

journalistes et bloggers réunis à Shanghai pour une découverte / dégustation en visio

8

entreprises du Roussillon déjà référencées en Chine

15 Publications pour une CVP de 55 300€



Actions Digitales toute l'année

- Site Internet : mise à jour du site www.roussillon-wines.com ; 138 524 visiteurs
- Réseaux Sociaux : 109 035 fans Weibo / 7331 fans Wechat

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

27 mai - Shanghai

- Partenariat avec « Blind Tasting » comprenant des KOL de toute la Chine; 33 ont dégusté

13

Entreprises ont participé (51 vins présents sur le marché)

- 3 partenariats presse pour parutions sur Vinehoo (2), Wine In China (1) et Wine Magazine (1) pour une CVP de 43 500€
- Nombreux posts des KOL



Dîner d'Importateurs le 8 décembre à Shanghai

- Pour 9 importateurs de vins du Roussillon et pour chacun une dizaine de leurs clients distributeurs, prospects et VIP.

9

entreprises du Roussillon et 44 vins de toutes les appellations / dénominations ont été mises en valeur



Alternative à l'accueil d'importateurs : Dîner exclusif vins du Roussillon, dans le cadre de la finale du Best Sommelier of China, avec une mise en avant de vins déjà importés pour 70 sommeliers.

15 novembre - Shanghai

- Présentation par Asia Wine Institute

4

entreprises du Roussillon mises en valeur



Corée du Sud



Dans ce marché des plus valorisants, 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.

Concours Best sommeliers

Prix spécial Roussillon à Daejeon 27 août

- Support pour la 7ème année consécutive
- Pour la 18ème 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 2023 pour le vainqueur du prix spécial Roussillon.
- Plus de **5 000** sommeliers touchés
- Toutes les dénominations / appellations du Roussillon présentées

4

entreprises mis en avant pendant les concours



Accueil en Roussillon

23 au 29 octobre

3

gagnants des finales best sommeliers et

1

gagnant du prix spécial Roussillon

1

journaliste

- De très bon contacts avec les **11** entreprises visitées, et des achats encore en cours et déjà réalisés.



Asie

Garnacha / Grenache



Le programme G Asie a été fortement impacté par la crise sanitaire, notamment en Chine, principal pays ciblé dans ce programme.

Il a donc été décidé de reporter le début de ce programme à une période plus propice.

*Juin 2023 serait la date retenue pour le démarrage du programme G Asie vers les pays suivants :
Chine, Corée du Sud, Japon, Taïwan.*

Wine Paris

14 au 16 février
Porte de Versailles - Paris



27

entreprises participantes avec le CIVR



11

entreprises du Roussillon indépendantes

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 2022, le concours est accueilli pour sa 10^{ième} édition à Olite dans la Région de Navarre en Espagne.

En savoir plus sur : www.grenachesdumonde.com

854

Vins ont concouru



4

Pays représentés :

France, Espagne,
Italie, USA

75

Jurés - 11 nationalités

(acheteurs et importateurs, cavistes,
sommeliers, œnologues, journalistes)



76

vins du Roussillon
médaillés

dont 49 pour les vins secs et 27 pour les
Vins Doux Naturels



Les outils et services

- 38. La recherche et l'expérimentation
- 39. La communication digitale
- 40. L'accompagnement des entreprises
- 42. 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 VINOPOLE Roussillon est le nouvel outil d'expérimentation de la filière vitivinicole du Roussillon. Cette structure est le fruit de la collaboration entre le CIVR, la Chambre d'Agriculture des Pyrénées-Orientales, la SAFER et l'EPLEFPA. Ce dernier accueille sur son domaine pédagogique les plantations de collections de matériel végétal et les minivinifications. Cette organisation effective depuis le 1er janvier 2022, permet d'assurer la transition après la vente de la station vitivinicole de Tresserre. L'année 2022 était donc une vraie année de transition entre l'ancien et le nouveau site, avec malgré tout un maintien des activités.

Co-piloté par les 4 partenaires du VINOPOLE, 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, de l'Office Français la Biodiversité et du comité RQD.

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

CONDUITE DU VIGNOBLE ET ENVIRONNEMENT

Expérimentation de solutions alternatives à la gestion des adventices (engrais vert, enherbement...).

> **2 sites d'expérimentation**

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. A noter l'évaluation de nouveaux produits contre cryptoblabes gnidiella (insecticide et lâchers d'auxiliaires).

> **3 sites d'expérimentations**

MATERIEL VEGETAL

1ère tranche de transfert des collections depuis la station de Tresserre (collections de muscats d'Alexandrie, Muscats du monde et cépages catalans). Poursuite des plantations en 2023.

Suivi chez des vignerons de cépages étrangers résistants à la sécheresse ou tolérants aux maladies. Elargir le panel de clones de Grenaches gris.

> **23 cépages tolérants aux maladies ou résistants à la sécheresse**

> **Des fiches de synthèse par cépage**

CHANGEMENT CLIMATIQUE

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

> **3 cépages sous 4.5ha de panneaux photovoltaïques**

CENOLOGIE

Evaluer l'impact œnologique des expérimentations conduites au vignoble.

> **50 minivinifications - 7 séances de dégustation**

Retrouvez nos résultats d'expérimentations sur le site de la Chambre d'Agriculture des Pyrénées-Orientales.

SUIVI AVAL QUALITÉ INTERNATIONALE

- AOP vins secs du Roussillon : 92 échantillons testés, 97.8% conformes
- AOP VDN du Roussillon : 75 échantillons testés, 98.7% conformes
- IGP du Roussillon : 57 échantillons testés, 98.2% 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 consommateurs, le public professionnel et les opérateurs.

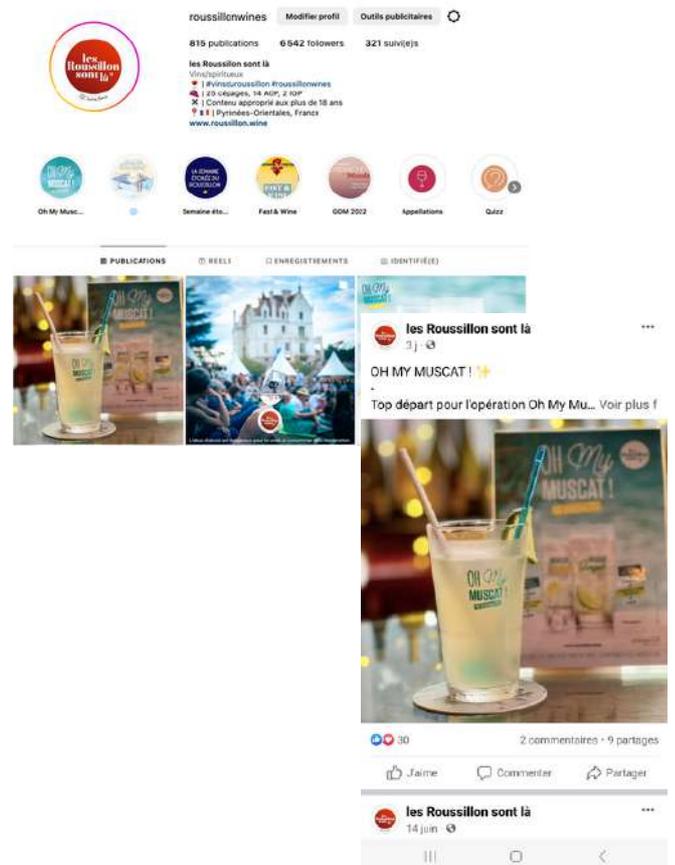
Évolution et enrichissement permanent du site internet www.roussillon.wine avec la création de nouvelles pages en lien avec l'actualité et les campagnes de communication en cours.

Espaces adhérents réservés aux opérateurs dans lequel ils retrouvent tous les appels à participation, à échantillons ou encore les données économiques des Vins du Roussillon.



Instagram & Facebook

Fédérer une véritable communauté de fans des Vins du Roussillon et instaurer une relation de proximité avec les consommateurs.



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 débloquages 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 : verres sérigraphiés, couteaux-sommeliers, vasques, porte verre, affiches campagnes de communication...



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.



Les partenaires financiers



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



CAMPAIGN FINANCED WITH THE SUPPORT OF THE EUROPEAN UNION



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

 Conseil Interprofessionnel
des Vins du Roussillon (CIVR)