

RAPPORT D'ACTIVITÉS 2024



19, avenue de Grande-Bretagne BP 649 F-66006 PERPIGNAN CEDEX

+33 4 66 51 21 22

info@roussillon.wine

www.roussillon.wine





SOMMAIRE

03. INTRODUCTION

- 04. Le CIVR : présentation
- 05. Le CIVR : organigramme
- 06. L'année économique

08. LES ACTIONS DE PROMOTION EN FRANCE

- 09. Les actions à enjeu local
- 17. Les actions à enjeu national

21. LES ACTIONS DE PROMOTION À L'EXPORT

- 22. Allemagne
- 23. Belgique
- 25. Royaume-Uni
- 28. Chine
- 29. Asie - Garnacha / Grenache
- 30. Wine Paris
- 31. Grenaches du Monde : le concours

32. LES OUTILS ET SERVICES

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



ÉDITO

Quelle année, 2024 !

Nous pensions avoir touché le fond en 2023, mais non, 2024 restera à n'en pas douter, exceptionnel !

La viticulture vient de subir trois années suivies de sécheresse, cela fait des dégats !
Un arrachage primé, une crise viticole hors norme.
Que sera demain dans le Roussillon ?

Au CIVR, en juillet 2024, une nouvelle gouvernance se met en place pour les 3 prochaines années.

Changement de méthode de travail : on demande plus d'implication aux élus, qui se mettent tout de suite au travail pour mener à bien des actions de promotion et de communication.

Félicitations également à tous les salariés du CIVR pour leur travail motivé et assidu, encadré avec efficacité par leur directrice Anne Laure Pellet !

Pour l'avenir, nous ne pouvons que souhaiter le meilleur pour notre viticulture roussillonnaise.

Ne rien lâcher ! Nous devons continuer à défendre et promouvoir nos vins, malgré les difficultés !

Nous devons nous attacher à mettre en valeur tous nos produits, avec leurs spécificités, qui font de notre terroir un terroir unique.

Nous devons œuvrer ensemble dans l'intérêt de tous !

Comme dit le proverbe : Seul on va plus vite, mais ensemble on va plus loin .

Jean-Christophe BOURQUIN
Président du CIVR



LE CIVR

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 :

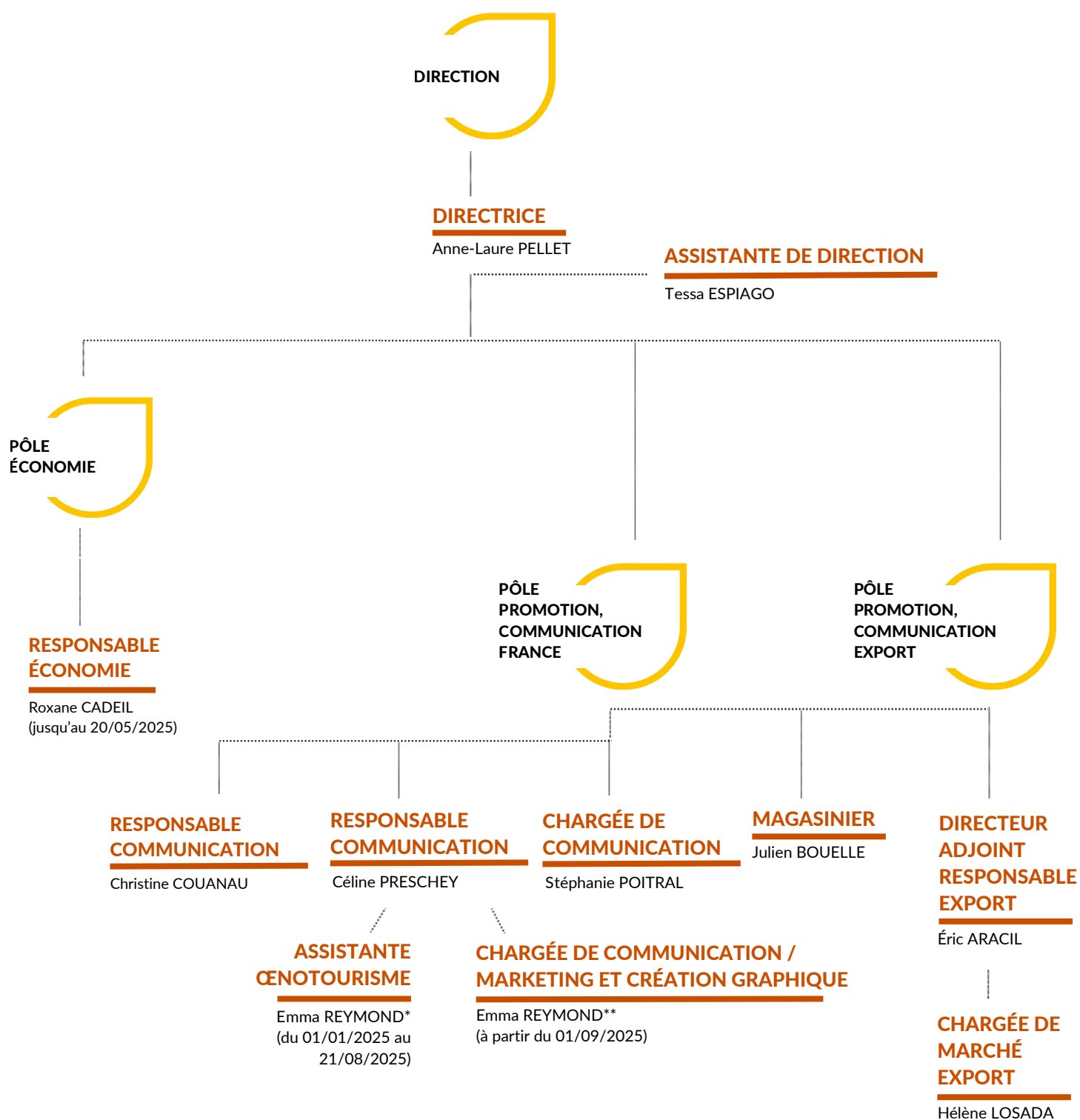
- 9 représentants du collège Production
- 9 représentants du collège Négoces

LE BUREAU

Président	Jean-Christophe BOURQUIN
Vice-Président	Didier RODRIGUEZ
Trésorier	Fabrice RIEU
Trésorier adjoint	Arnaud DELONCA
Secrétaire Général	Nicolas RAFFY
Secrétaire Général adjoint	Cédric RAGUES

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.

L'ORGANIGRAMME - 2025



*Contrat en Alternance

**CDD

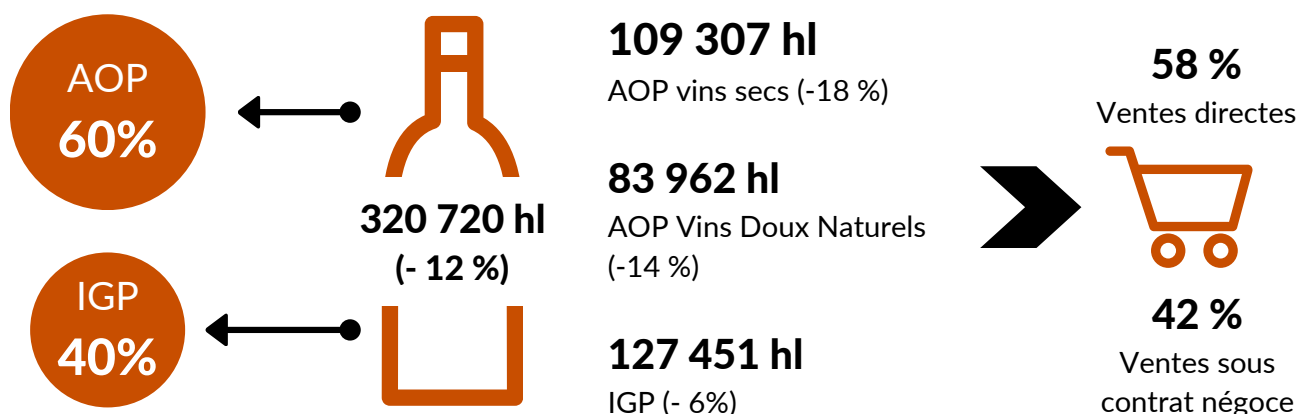
L'ANNÉE ÉCONOMIQUE 2024

L'année 2024 a été marquée par une crise sans précédent pour la viticulture roussillonnaise.

La production a reculé de près de 33 % sous l'effet conjugué de la sécheresse et des aléas climatiques, avec des rendements historiquement bas. Malgré ces conditions extrêmes, la qualité des raisins est restée satisfaisante. Les marchés ont été fragilisés, entraînant une baisse des volumes et une pression accrue sur les exploitations. Un plan d'urgence, incluant arrachages volontaires, a été mis en place pour soutenir la filière. Cette année rappelle l'urgence d'adapter le vignoble aux défis climatiques et économiques à venir.

LES MARCHÉS

LES SORTIES DE CHAIS 2024



L'EXPORT 2024

En 2024, les exportations représentent 15% des sorties de chais des AOP du Roussillon

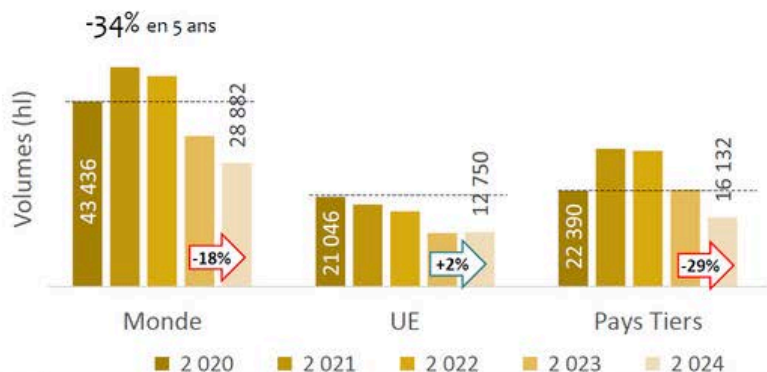
L'équivalent de **3,8 millions** de bouteilles* exportées



Pays de l'Europe
44%



Autres Pays du Monde
56%



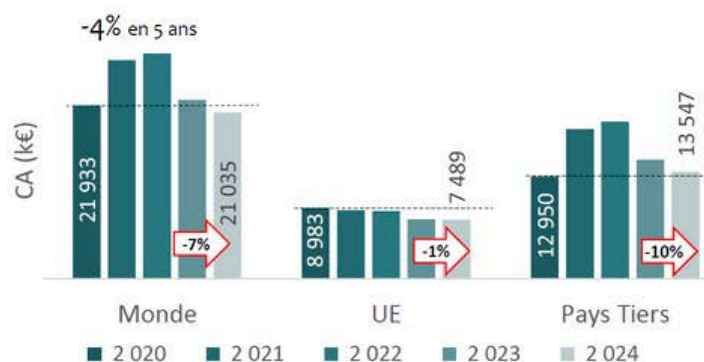
Pour un équivalent de **21 millions d'€** de CA



Pays de l'Europe
36%

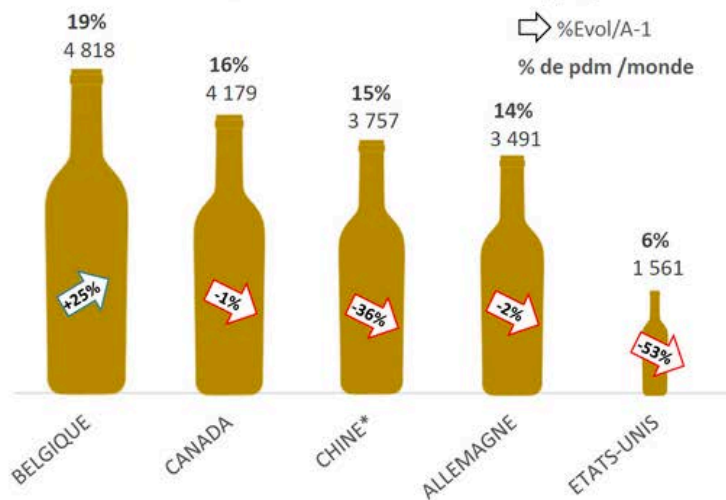


Autres Pays du Monde
64%



TOP 5 VINS SECS :

TOP 5 en ventes volume (hl)

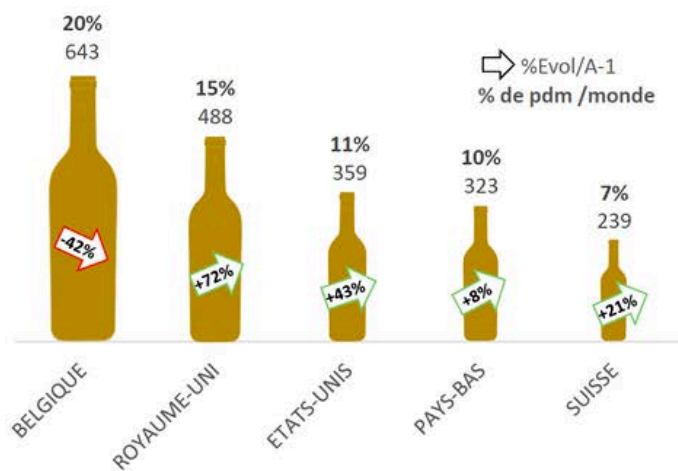


TOP 5 en CA (k€)

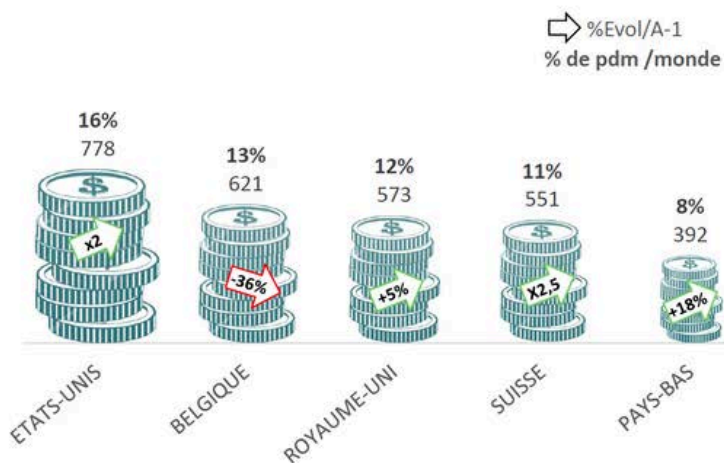


TOP 5 VDN :

TOP 5 en ventes volume (hl)



TOP 5 en CA (k€)



LES ACTIONS DE PROMOTION EN FRANCE

- 12. Les actions à enjeu local
- 20. Les actions à enjeu national
- 26. Le développement œnotouristique



LES ACTIONS À ENJEU LOCAL



Participer à un événement unique en France
Concept novateur : fusionner trois univers inédits, celui de la musique, du vin et de la gastronomie

LES CHIFFRES CLÉS

PARC DE VALMY - 3^{ème} ÉDITION - 6 au 9 juin 2024

13 000

festivaliers
sur trois jours

21

vignerons
sur trois jours

152

cuvées en AOP et IGP
présentées

5

prix Bacchus d'Or
remis

1 544

cocktails VDN
servis

1

bar à cocktails
Muscat Lemon, Muscat
Ginger, Riv'tonic



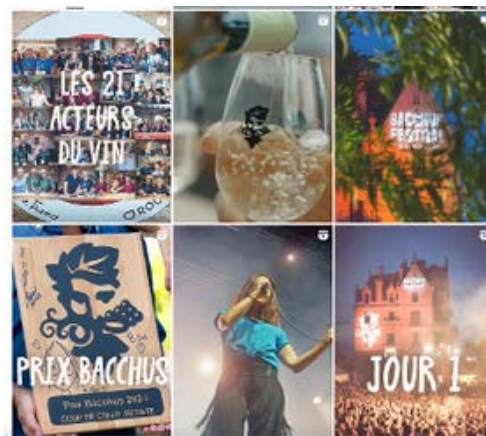
CAMPAGNE DE COMMUNICATION RESEAUX SOCIAUX

10

vidéos - Mise en scène
des 21 acteurs du vin
présents
EN AMONT DU
FESTIVAL

3

jours - Couverture de
l'événement avec posts
et stories sur les Réseaux
Sociaux + after movie



LES ACTIONS À ENJEU LOCAL



BLANCS SUR BLANC

AU MARCHÉ D'HIVER DE FONT-ROMEU

Opération de séduction à Font Romeu autour des blancs du Roussillon en AOP et IGP.

LES CHIFFRES CLÉS 17 février > 24 février

24

cuvées sélectionnées
par Baptiste Ross Bonneau
Sommelier

837

dégustations

1

communiqué de
presse envoyé

1 200

journalistes ciblés par
l'envoi d'un
Communiqué de Presse

SOUTIEN AUX ACTIONS SPÉCIFIQUES



SYNDICAT DES VIGNOBLES DE LA CÔTE VERMEILLE

- la Mostra des vins de la Côte Vermeille

SYNDICAT DU CRU MAURY

- les Amorioles à Maury

COMMENDE MAJEURE DE ROUSSILLON

- Représentation des Vins du Roussillon

CONCOURS GÉNÉRAL AGRICOLE

LES ACTIONS À ENJEU LOCAL

SÉLECTION ROSÉS AMBASSADEURS



Dégustation à l'aveugle

LES CHIFFRES CLÉS

15

vins ambassadeurs 2024
sélectionnés

56

cuvées de vins Rosés
en AOP Collioure, AOP Côtes
du Roussillon et IGP Côtes
Catalanes



ACCUEIL INFLUENCEURS

25 & 26 juillet

LES CHIFFRES CLÉS

5

influenceurs

27

stories

67 092

personnes
potentielles touchées



ROSÉS VIBES



Opération de séduction au Barcarès autour des Rosés du
Roussillon en AOP et IGP.

Principe : dégustations dans une ambiance musicale et food

LES CHIFFRES CLÉS 25 & 26 juillet

25

vignerons
présents

1 700

dégustations

63

cuvées
proposées

5 000

flyers distribués

192

spots radios
(Littoral FM, RFM
et RTL2)

6

parutions
presse
L'Indépendant
+ display web

12

panneaux
8m2



LES ACTIONS À ENJEU LOCAL

COCKTAILS VDN

LES FESTIVALS

Sensibiliser les consommateurs aux cocktails à base de Vins Doux Naturels : autour du Muscat de Rivesaltes Muscat Lemon & Muscat Ginger

LIVE AU CAMPO 22 > 28 juillet

4 soirées
4 500 dégustations de cocktails offertes

PELLICU-LIVE 5 au 7 septembre

3 soirées
1 326 cocktails vendus

VOIX DE FEMMES 14 au 15 juin

2 soirées
88 cocktails vendus



OH My MUSCAT !
DE RIVESALTES

ANIMATIONS CAMPINGS

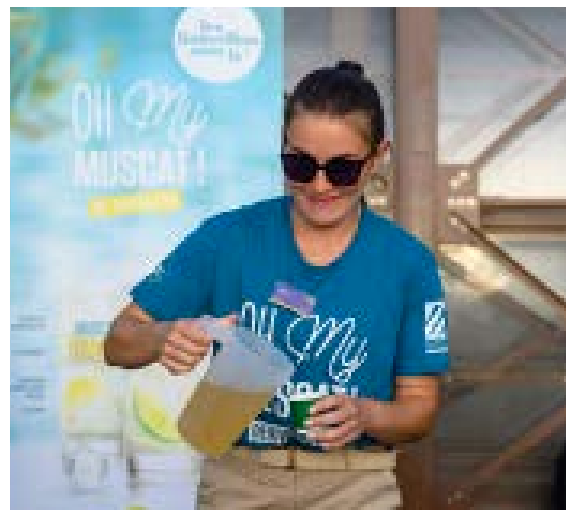
Profitez de l'augmentation du tourisme pendant la saison estivale

LES CHIFFRES CLÉS Mi juillet > Mi août

12 campings des Pyrénées-Orientales 4 et 5 étoiles

111 animations

22 254 dégustation proposées



LES ACTIONS À ENJEU LOCAL

COCKTAILS VDN

UNE COMMUNICATION LOCALE ESTIVALE
Travailler l'image et la notoriété des cocktails à base de Vins Doux Naturels par une communication media

PRESSES

7

insertions
Presse Elle Occitanie

13

insertions Presse :
Elle Occitanie, Petit Agenda
L'Indépendant, Guide des Loisirs



AFFICHAGE DIGITAL 15 juillet > 18 août

20 à 28
Panneaux
en rotation

922 470
spots

RADIO 17 juillet > 20 août

618
spots radio
(Littoral FM, NRJ, RTL2)



CAMPAGNE DIGITALE 17 juillet > 20 août

Forte présence digitale pour une visibilité décuplée
Muscat Lemon, Muscat Ginger & Riv'tonic
Campagne digitale sur le Bon Coin - Région Occitanie

LES ACTIONS À ENJEU LOCAL

SALON REGAL



Imprégner la scène toulousaine aux Vins du Roussillon

LES CHIFFRES CLÉS 13 au 15 décembre 2024

40 000
visiteurs

1
stand œnothèque
commun aux 4
interprofessions
d'Occitanie

**Des ateliers
dégustation**

500
personnes
accueillies /jour
sur le stand

1 500
coupons
dégustation
vendus

6 000
verres
consommés
espace œnothèque

VINS DOUX NATURELS

MUSCAT DE NOËL

Asseoir la notoriété de ce vin et développer fortement l'image au niveau local

LES CHIFFRES CLÉS Décembre 2024

25
Spots radio
Littoral FM,
Chérie FM, RTL2, 100%
Pays Catalan

23
panneaux
digitaux
Publissud,
Blancom, JC
Decaux

23
Annonces presse
Le Petit Agenda,
L'Indépendant, Elle

450 000
Impressions digitales
Multi supports,
L'Indépendant



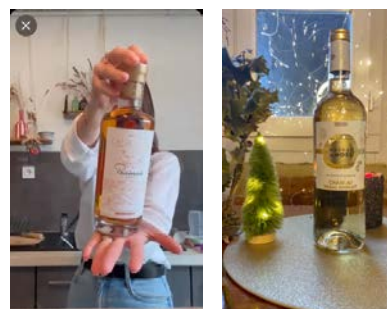
INFLUENCEURS

Valoriser le Muscat de Noël en collaborant avec 2 influenceuses lifestyle et gastronomie, à travers des contenus immersifs et inspirants

LES CHIFFRES CLÉS Janvier - février

30 868
impressions

648
likes



VIDÉOS RÉSEAUX SOCIAUX

Valoriser et expliquer le Muscat de Noël par une série d'interviews de vignerons et de cavistes locaux.

5 197
impressions

150
likes

Instagram



LES ACTIONS À ENJEU LOCAL

L'ŒNOTOURISME

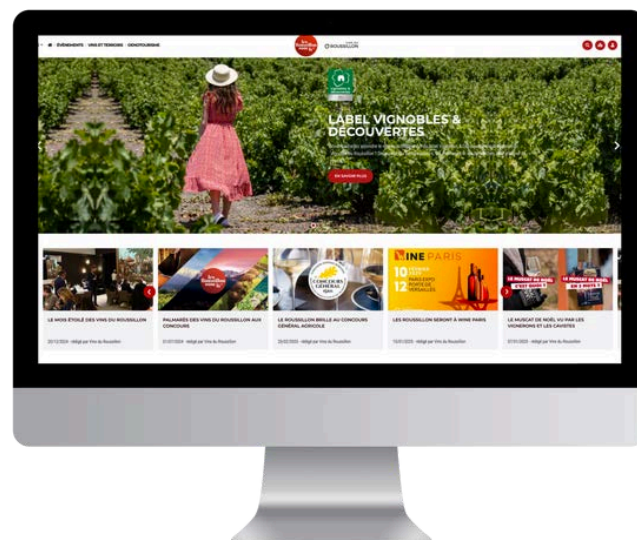


Qualification de l'offre, valorisation du label national Vignobles & Découvertes, actions de promotion ciblées, et mise en réseau des acteurs du vin et du tourisme.

SITE WEB

Refonte des pages "Œnotourisme" sur le site web du CIVR. Ambassadeurs mis en avant et intégration au réseau V&D.

+ Focus label V&D sur un bandeau en page d'accueil → Lien direct vers la page de présentation et le formulaire d'inscription.



VIDÉOS

3 séries de vidéos sur la thématique de l'œnotourisme.

Mise en avant des trois vallées sur supports digitaux (Site Web, Instagram, Facebook + sponsoring)



Roadtrip en van
dans la vallée de l'Agly

4 164
vues



Circuit à vélo
dans la vallée de la Têt

2 231
vues



Circuit pédestre
dans la vallée du Tech

2938
vues

NEWSLETTERS

Envoi de newsletters aux adhérents V&D : interface privilégiée pour communiquer avec nos adhérents.



LES ACTIONS À ENJEU LOCAL

L'ŒNOTOURISME



Le Fascinant Week-end
VIGNOBLES & DÉCOUVERTES

DÉGUSTEZ, VIVEZ ET PARTAGEZ DES EXPÉRIENCES UNIQUES AU CŒUR DU
VIGNOBLE DU ROUSSILLON

17 AU 20 OCTOBRE 2024
#FASCINANTWEEKEND2024

PROGRAMME COMPLET
DES ANIMATIONS
WWW.ROUSSILLON.WINE

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ, À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

FASCINANT WEEK-END V&D

5ème participation à cet événement national

LES CHIFFRES CLÉS du 17 au 20 octobre

24
animations
proposées

17
adhérents
V&D

COMMUNICATION

2
posts
via le CIVR

5
posts sponsorisés
via le CRTLO

2
radios
(France Bleu
Roussillon et
Littoral FM)

1 500
flyers
distribués

500
affiches
distribués

12
insertions presses
(Petit Agenda,
Indépendnat)

OUTILS LABEL V&D

- Cartes touristiques valorisant les domaines viticoles, cavistes, restaurateurs labellisés et les 12 itinéraires du territoire Diffusion auprès du grand public via les structures touristiques partenaires.
- Brochure de présentation du label, à destination des futurs prestataires, disponible en version papier et numérique, relayée par le réseau des Offices de Tourisme labellisés et sur le site www.roussillon.wine.



Imprimée à 1 000 exemplaires
10 points de diffusion



Diffusion de 5 000 exemplaires
50 points de diffusion

LES ACTIONS À ENJEU NATIONAL

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

LES CHIFFRES CLÉS

430 000

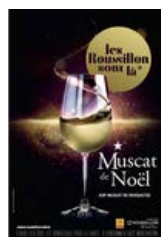
bouteilles
produites

78

entreprises
commercialisent
du Muscat de Noël

412

kits réalisés
pour les entreprises à
destination de leurs clients



ACCUEILS CAVISTES



Créer un lien fort avec le territoire du Roussillon et ancrer son identité à l'esprit des professionnels. Partager les valeurs du Roussillon

LES CHIFFRES CLÉS 22 au 24 avril / 13 au 15 octobre

2

accueils cavistes
nationaux

2

Masterclass

VISITES DES TERROIRS DE L'AGLY, DES ASPRES, DES ALBÈRES

19

cavistes
présents

38

opérateurs
rencontrés

128

cuvées
dégustées

LES ACTIONS À ENJEU NATIONAL

ACCUEILS PRESSE



Faire découvrir la richesse et la diversité des Vins du Roussillon à la presse à travers une expérience immersive, conviviale et sensorielle.

LES CHIFFRES CLÉS 23 au 24 avril / 24 au 25 septembre

2

accueils presses
nationaux

2

thématiques :
Terroir et Vins d'altitude
Vins Doux Naturels, trésors du Roussillon

10

journalistes
présents

22

opérateurs
rencontrés

RETOMBÉES PRESSE

6

Communiqués de
Presse envoyés

101

échantillons
envoyés

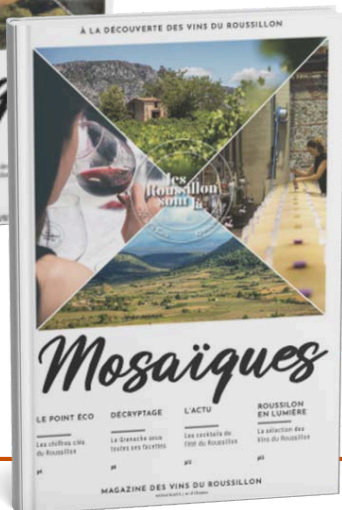
991

retombées
presse

69 277 252

personnes touchées
en audience cumulée
globale

MAGAZINE MOSAÏQUES



Développer une thématique forte pour donner un contenu enrichi et pédagogique aux journalistes et prescripteurs

LES CHIFFRES CLÉS

2

magazines

2

thématiques :
Le Grenache, cépage emblématique
du Roussillon
Vins Doux Naturels, trésors du
Roussillon

8 750

envois aux professionnels
(cavistes, sommeliers,
restaurateurs, presse)

LES ACTIONS À ENJEU NATIONAL

COCKTAILS VDN



Activer le shopper en Grande Distribution et booster les ventes

Prise de parole ciblée en rayon pour mieux toucher le shopper au travers de kakemonos

750 000

cônes apposés
sur les bouteilles
de Muscat de Rivesaltes
en GD toute France

EN RAYON 15 juillet > 1er septembre

391
magasins

7
semaines
de poses

281
Carrefour & Auchan
National

110
Leclerc
Occitanie - Hauts de France
Île de France - Normandie
Nouvelle Aquitaine - Pays de Loire



CAMPAGNE DIGITALE 17 juillet > 20 août

Amplification via le data
shopper sur le digital



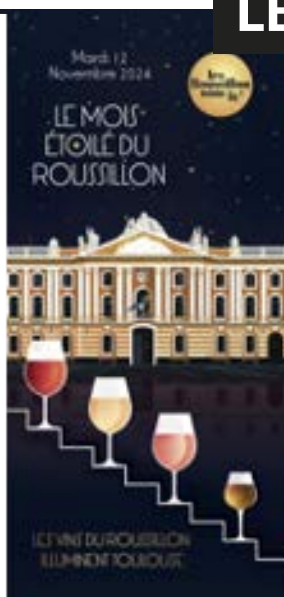
1 067 386 impressions recensés,
87,44% taux de visibilité

1 512 clics recensés,
0,14% taux de clics



LES ACTIONS À ENJEU NATIONAL

LE MOIS ÉTOILÉ



Positionner les Vins du Roussillon comme des vins aux identités particulières

Le Mois Étoilé des Vins du Roussillon : une opération de "séduction" auprès de la presse et des professionnels

4

restaurants étoilés
dans 4 villes

Lundi 4 novembre : L'Observatoire du Gabriel* à Bordeaux

Mardi 12 novembre : Les Jardins de L'Opéra* à Toulouse

Mardi 19 novembre : Au Crocodile* à Strasbourg

Lundi 25 novembre : Dîvellec* à Paris

LES CHIFFRES CLÉS

109

prescripteurs
présents

4

Masterclasses thématiques
autour de l'identité
des vins du Roussillon

136

cuvées
dégustées

40

vignerons
présents

FORMATION

Créer la connaissance, sensibiliser, éduquer et fidéliser
les prescripteurs de demain

plus de 230

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

LES ACTIONS DE PROMOTION À L'EXPORT

- 30. Allemagne
- 31. Belgique
- 33. Royaume-Uni
- 34. Chine
- 35. Asie - Garnacha / Grenache
- 36. Wine Paris
- 37. Grenaches du Monde : le concours



LES ACTIONS À ENJEU INTERNATIONAL



ALLEMAGNE

“MOIS ETOILÉ” EUROPE



Dîners accords mets et vins
2 villes sélectionnées

LES CHIFFRES CLÉS Hambourg le 16 avril et Cologne le 17 avril

2

soirées thématiques

en restaurant Etoilé Michelin avec :

- masterclass
- dégustation libre présentée par les producteurs,
- suivie d'un dîner accords mets et vins de mise en situation avec les producteurs

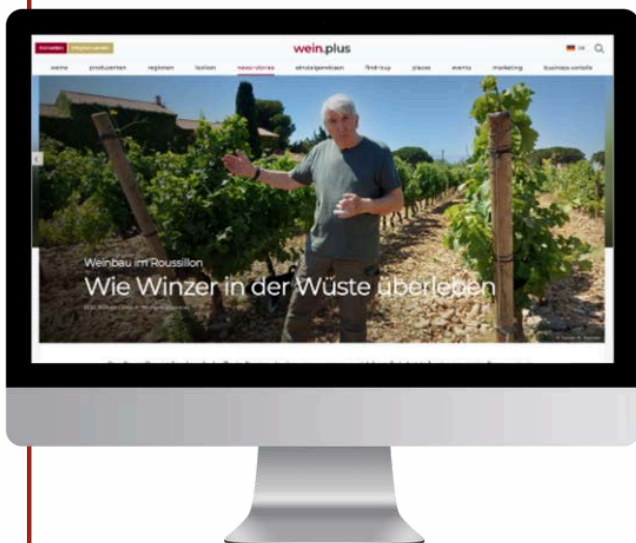
12

entreprises
ont participé

50

professionnels
rencontrés

ACCUEIL PRESSE



Description

LES CHIFFRES CLÉS 16 au 19 juin

2

journalistes

1

influenceuse

16

entreprises
mises en avant

409 176 portées totales,

via **4 articles**

dans 1 inclusion dans le bulletin d'information

4 887 portées totales,

via **17 posts**

9 909 portées totales,

via **58 stories**

LES ACTIONS À ENJEU INTERNATIONAL



BELGIQUE

“MOIS ETOILÉ” EUROPE



Dîners accords mets et vins
2 villes sélectionnées

LES CHIFFRES CLÉS Bruxelles le 22 avril et Anvers le 23 avril

2

soirées thématiques

en restaurant Etoilé Michelin avec :

- masterclass
- dégustation libre présentée par les producteurs,
- suivie d'un dîner accords mets et vins avec les producteurs

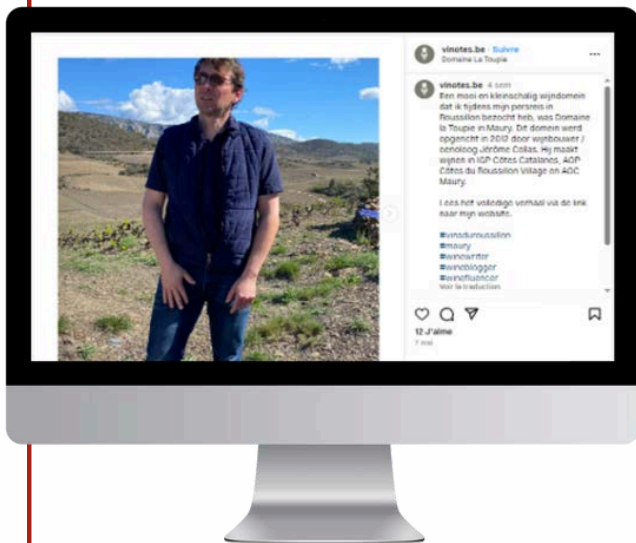
18

entreprises
ont participé

53

professionnels
rencontrés

ACCUEIL PRESSE



Description

LES CHIFFRES CLÉS 16 au 19 juin

3

journalistes

12

entreprises
mises en avant

536 577 portées totales,
via **18 articles**

44 000 portées totales,
via **4 posts** et **68 stories**

LES ACTIONS À ENJEU INTERNATIONAL



BELGIQUE

FORMATIONS



Formations en écoles hôtelières et de sommellerie
- IPEPS + IFAPME à Sprimont
et TER GROENE POORTE à Bruges

LES CHIFFRES CLÉS du 7 mars au 9 avril :

2
écoles

4
formations

67
élèves

25
vins
de 17 entreprises

14
AOP
(vins secs et VDN)

1
IGP
mis en valeur

PARTENARIAT CORA



Partenariat pour mise en avant du Roussillon dans une des enseignes de Belgique – Cora

- Formation le 10 avril, pour 19 personnes, forces de vente - responsables du département vins de l'enseigne « in store » et « Online ».
- Publications : visibilité en faveur des vins du Roussillon présents sur l'enseigne, via un pack globalisé de communication digitale sur Cora Wines :
- Article permanent sur le Roussillon, ses appellations, ses vins et spécificités sur le site Cora Wines
- Relais du contenu de l'article dans la Newsletter de Cora,
- Lien vers le site officiel du CIVR

LES CHIFFRES CLÉS

6
AOP
mises en avant

1
IGP
mise en avant

9
vins
de 5 entreprises

386 323 consommateurs touchés,
via les publications sur Facebook, Instagram et LinkedIn

LES ACTIONS À ENJEU INTERNATIONAL

 ROYAUME-UNI

VOYAGE PRESSE

Accueil de 2 journalistes

LES CHIFFRES CLÉS du 18 au 21 mars

8
visites
de domaines

11
producteurs
rencontrés

67
vins
de 42 entreprises

11
AOP
(vins secs et VDN)

1
IGP
mis en valeur

50
notes de dégustation
paru sur Decanter & The Buyer

6
articles

718 000 lecteurs touchés,
via la presse



DÉGUSTATION «COUPS DE CŒUR»

Presse anglaise

LES CHIFFRES CLÉS

8 journalistes
le 27 mars à Londres

28 entreprises
ont participé

93 vins
(de 12 AOP et 1 IGP)

12
vins gagnants
(9 vins de
7 AOP vins secs et VDN
et 3 vins d'1 IGP)

13
runners-up
(10 vins de
5 AOP vins secs et VDN
et 3 vins d'1 IGP)

51
importateurs
ont réceptionné
le dossier d'information
et fiche d'inscription

2 568
contacts
ont réceptionné
la newsletter de mars

513 222 lecteurs/followers atteints,
via 4 articles, 2 blogs et 3 posts sur les réseaux sociaux

518 549 professionnels britanniques atteints,
via les publications sur Facebook, Instagram et LinkedIn



LES ACTIONS À ENJEU INTERNATIONAL

ROYAUME-UNI

FORMATION

LES CHIFFRES CLÉS

1

master class

et 2 ateliers introductifs
organisés en amont des
B2B d'Edimbourg et de
Londres les 24 et 26 juin

9

formations

de mars à décembre
avec des Wine
Educators de
l'association AWE

1

masterclass

lors d'un voyage de
Master of Wines en
Roussillon le 21 mars

96

vins

(représentatifs de 13
appellations et 1 IGP)
49 entreprises qui
ont été mis en avant

328 prescripteurs sensibilisés,
soit **9 éducateurs AWE**, **245 oenophiles avertis**,
49 Trade et presse, **25 Master of Wines (MW)** ou
futurs MW

28 964 contacts touchés,
via **10 retombées médiatiques** directement issues
de ces formations



ROAD SHOW EDIMBOURG ET LONDRES

Dégustations B2B

LES CHIFFRES CLÉS le 24 juin à Edimbourg et le 26 juin à Londres

22

entreprises
ont participé

115

vins
14 AOP et 1 IGP

140

professionnels
rencontrés

183 444 professionnels atteints,
grâce à toute la communication réalisée en faveur de ces événements

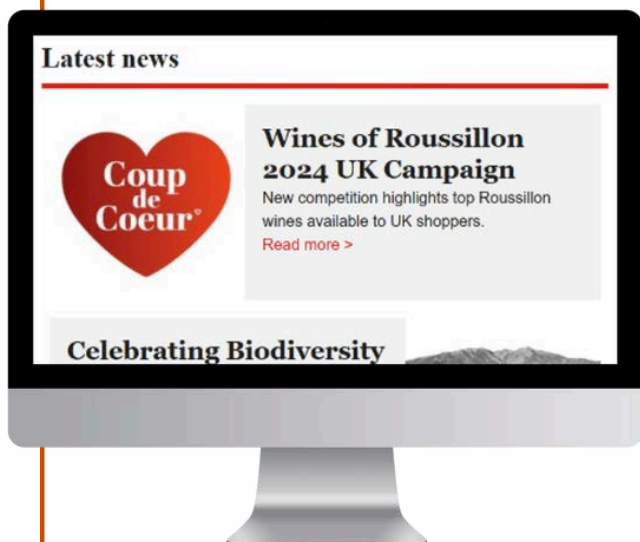
61 330 contacts touchés,
via **10 posts**, **6 blogs** et **3 articles de presse** (sur Harpers.Co,
The Buyer, Rosemary George Blog, Richard Mark James...)



LES ACTIONS À ENJEU INTERNATIONAL

ROYAUME-UNI

MEDIA BUREAU



LES CHIFFRES CLÉS

3

newsletters
envoyées en mars,
juin et novembre à 2
575 prescripteurs en
moyenne

52

**journalistes du
trade** ont reçu
une news release

196

personnes
de la presse
spécialisée
et du trade ont
réceptionnés 2
communiqués

RELATION MEDIA

520 105 613 impressions atteints,
via 217 articles ont été répertoriés de la mi-octobre 2023 à
décembre 2024, dont 52 directement induits par les actions de
notre campagne

240 000 lecteurs touchés,
via Matt Nixon, Assistant Editor
Features, Daily Express, rubrique

33 000 lecteurs touchés,
via 4 journalistes pour les blogs

TRAVAUX SPÉCIFIQUES

419 500 professionnels touchés,
via le Decanter : résultats de la dégustation des
"coups de Coeur"

204 365 professionnels touchés,
via le Harpers : Support de la compétition Top
25 Sommeliers

SITE WEB

Consolider le site internet du Royaume-Uni (www.uk.winesofroussillon.com) et dynamiser la section 'News'
avec un contenu spécifique pour ce marché.
Soutenir la campagne de promotion avec un relais des blogs sur les réseaux sociaux des partenaires.



LES CHIFFRES CLÉS

144 072 visiteurs atteints,
sur 12 mois (Vs 129 007 en 2023)

1. News from Roussillon :

Continuer à publier des articles qui sont aussi accessibles via
les hypers-liens des newsletters (clics').

2. Guests Blogs :

Commandites des blogs d'influenceurs qui vont être relayés
sur leurs réseaux sociaux.

3. In the Press :

Reprise d'articles de qualité avec des hyperliens.

LES ACTIONS À ENJEU INTERNATIONAL

CHINE

MEDIA BUREAU



Dégustation Presse et Trade ciblée B2B à Shangai
Mise à jour régulière du site Internet : www.roussillon-wines.com

LES CHIFFRES CLÉS le 11 novembre

14
importateurs
de vins du Roussillon
soit 17 entreprises
représentées

126
visiteurs
professionnels

89
vins déjà importés
représentant 8 AOP
et 1 IGP

5
interviews
presses

10
media et KOL
ont publié sur différentes
plateformes

ANIMATION DU COMPTE WECHAT

31
posts

6
fans
interactions

8 683
followers
(+ 752 vs 2023)

ANIMATION DU COMPTE WECHAT VIDEO

11
posts

480
vues
en moyenne

1 049
followers
(+ 116 vs 2023)

ANIMATION DU COMPTE WEIBO

78
posts

12
fans
interactions

381 503
interactions
Vs 470 100 en 2023

112 491
followers
(+ 1792 vs 2023)

VOYAGE EN ROUSSILLON



Accueil de 15 importateurs et 5 médias / KOL
Côté importateurs : bon nombre des entreprises visitées sont
encore en «course» pour être importées

LES CHIFFRES CLÉS du 7 au 12 octobre

13
publications

1
publicité

93 293 €
de CSV

4 000 000
de fans / lecteurs

27 entreprises mises en avant,
via 5 mini-expos avec présence de vignerons
6 terroirs visités, 7 déjeuners/dîners en présence de vignerons

LES ACTIONS À ENJEU INTERNATIONAL



ASIE GARNACHA / GRENACHE

ACTIONS DIGITALES



Actions digitales :

Posts sur les réseaux sociaux Weibo et Little Red Book

Matériel et supports promotionnels (POS pour médias et formations) :

Déclinaison du design pour le kit informatif pour les médias et le trade, outils promotionnels pour toutes les actions (drop stops, tire-bouchons, affiche, leaflets, etc...)

Dossier de Presse et envoi à des médias spécialisés en Trade Fair, Walk around Tastings et Master Class :

100

visiteurs

B2B Tokyo (JAPON)
le 07 novembre

20 860

visiteurs

Prowine Shanghai (Chine)
12 au 14 novembre

103

visiteurs

B2B Chengdu (Chine)
le 19 novembre

STUDY TRIP



Accueil en Roussillon de 9 importateurs (Japon et Corée)

LES CHIFFRES CLÉS du 20 au 23 octobre

14

entreprises

visitées / rencontrées

5

tasting meals

avec des sommeliers
en Chine et Taiwan

50

sommeliers
touchés

LES ACTIONS À ENJEU INTERNATIONAL



Parc Expo - Porte de Versailles - Paris

Organisation de Master Classes sur le stand CIVR :

- *Concours les Grenache du Monde à New York*
- *La Biodiversité dans le Roussillon*
- *Les Vins Doux Naturels, Trésors du Roussillon*

LES CHIFFRES CLÉS 12 au 14 février

29

exposants
et le CIVR 470 m2 bruts

837

dégustations

PAVILLON CIVR

20

exposants
plus le CIVR
230 m2 brut

13

exposants
format individuel soit
188 m2

7

exposants
format open space soit
42 m2

ROUSSILLON (HORS CIVR)

8

exposants
indépendants
soit 240 m2

1

exposant
en nouvelle vague
soit 1 comptoir

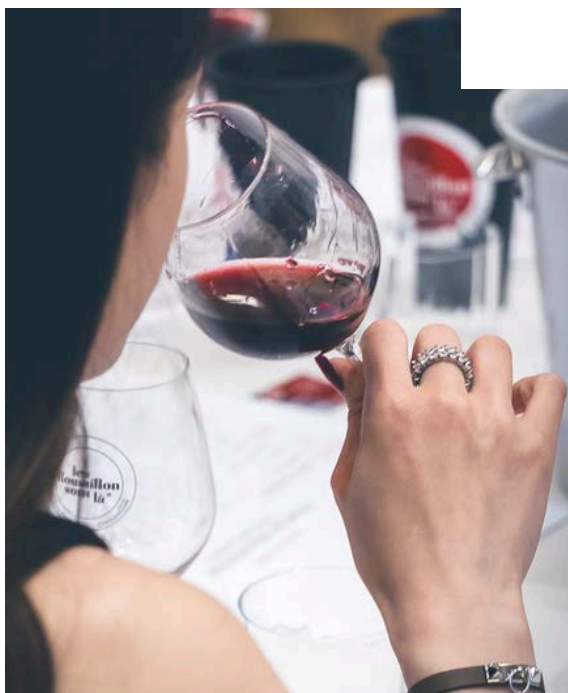
D'autres exposants Roussillon exposaient sous « d'autres associations »

Déploiement de la campagne "développement durable" au salon Wine Paris

Créer une expérience immersive et visuellement attractive pour les visiteurs du stand Roussillon : création d'une vidéo motion pour promouvoir la campagne

LES ACTIONS À ENJEU 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 Grenaches, sans restriction de couleur, d'origine ou de nationalité. En 2024, le concours est accueilli pour sa 12ème édition à Paris.

En savoir plus sur : www.grenachesdumonde.com

LES CHIFFRES CLÉS 11 & 12 mai 2024

609

vins
ont concouru

4

pays représentés :
France, Espagne, Italie et USA



85 jurés 100% professionnels

Sommeliers, prescripteurs de la grande restauration et de la bistronomie, cavistes et barmen influents, journalistes, œnologues ... nationaux et internationaux.



**MASTERCLASS « COULEURS DU GRENACHE
EN ROUSSILLON » - SARDAIGNE, CAGLIARI**

25 et 26 Octobre 2024

Action qui s'est déroulée en partenariat avec l'organisation «Vinowayitalia» «CannonauLiveness International »

Mise en lumière de cuvées primée aux Grenaches du Monde 2024 à Paris.

Masterclass réalisée par Yves ZIER pour un public 100% professionnel.

LES OUTILS ET SERVICES

- 41. La recherche et l'expérimentation
- 43. La communication digitale
- 44. L'accompagnement des entreprises
- 46. 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 l'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'EPLFPA. Ce dernier accueille sur son domaine pédagogique les plantations de collections de matériel végétal et les minivinifications.

Co-piloté par les 4 partenaires du VINOPOLE, il bénéficie du soutien financier de l'Europe, du Conseil Départemental des Pyrénées-Orientales, de FranceAgrimer et du comité RQD. Les opérations de déménagement du site de vinification vers le domaine pédagogique de Rivesaltes ont reçu le soutien financier de Perpignan Méditerranée Métropole ainsi que de la mairie de Rivesaltes.

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

MATERIEL VEGETAL

Le transfert des collections de la station de Tresserre est presque totalement terminé en dépit des conditions difficiles de sécheresse qui n'ont pas été favorables aux plantations. Le département dispose dorénavant d'une riche collection de cépages tolérants aux maladies et de cépages résistants à la sécheresse. Les parcelles du Vinopole, complété par un réseau de parcelle de vigneron, font l'objet d'un suivi agronomique et œnologique.



43

parcelles de
cépages tolérants
aux maladies



69

parcelles de
cépages résistants
à la sécheresse



16

parcelles
de porte greffe



3

nouveaux clones
de Grenache gris
agréés en 2024
(clones 1390-1391-1392)

CHANGEMENT CLIMATIQUE

En plus des travaux sur le matériel végétal, évaluation de biostimulants contre le stress hydrique. Démarrage d'un programme transfrontalier Interreg POCTEFA VITRES sur la thématique des modes de conduites, de la gestion de la taille et des modalités de greffage.

AGRIVOLTAISME SUR VIGNE

Poursuite des travaux sur l'évaluation de l'impact agronomique (phénologie, protection aléas, vigueur, profil des vins...) d'un dispositif agrivoltaïque sur vigne

4 sites (Tresserre 1 et 2, Llupia et Clairà)

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

AGRIVOLTAISME SUR VIGNE

Evaluer l'impact œnologique des expérimentations conduites au vignoble.

64 minivinifications – 6 séances de dégustation

SUIVI AVAL QUALITÉ INTERNATIONALE

47 échantillons testés,
91,5% conformes
en **AOP vins secs du Roussillon**

31 échantillons testés,
100% conformes
en **AOP VDN du Roussillon**

36 échantillons testés,
97,2% conformes
en **IGP du Roussillon**

LA COMMUNICATION DIGITALE

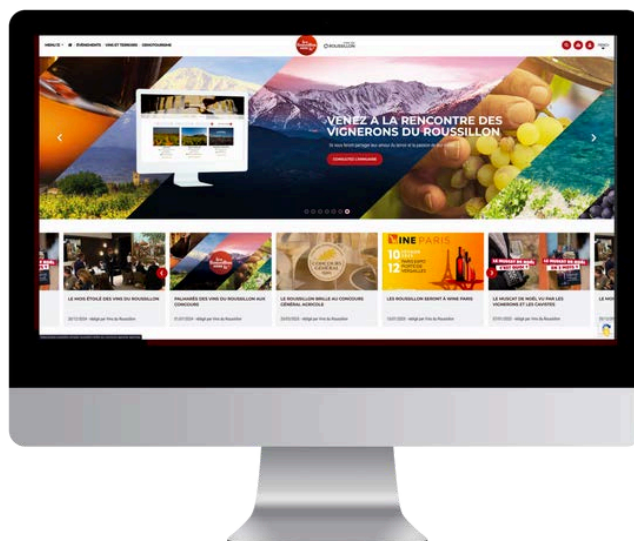
Forte présence des Vins du Roussillon sur le digital, à travers différents outils à destination du grand public mais aussi des opérateurs.

SITE WEB

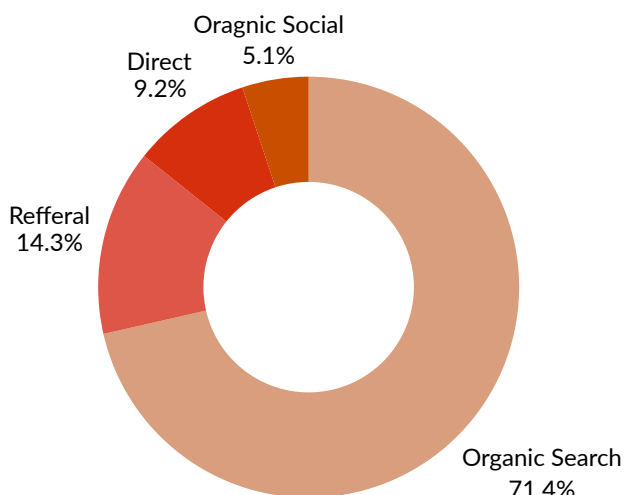
Mode de communication dynamique, pertinent et cohérent, il permet la diffusion d'une image renouvelée pour les consommateurs, le public professionnel et les opérateurs.

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



Canaux d'acquisition



25 875

utilisateurs

soit +60,14% qu'en 2023

25 663

nouveaux utilisateurs

soit +55,55% qu'en 2023

INSTAGRAM & FACEBOOK

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



+295
followers

5 785
visites

43 668
couverture



+118
followers

6 837
visites

53 861
couverture



Extrait du feed Instagram de 2024



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.

LE RÔLE DU POLE ECONOMIQUE

MISE À DISPOSITION DE LA PLATEFORME DECLAVITI

Développée par la Fédération InterSud, est un espace informatisé commun à trois interprofessions (le CIVR, le CIVL et InterOc) pour une saisie en ligne par les adhérents des DRM Production et contrats interprofessionnels.

FORMATION PERSONNALISÉE À LA DÉMATÉRIALISATION DES DRM

Formations dédiées à la saisie des DRM en ligne à tous les adhérents du CIVR sur simple demande.

AIDE QUOTIDIENNE À LA GESTION DE LA CAVE

Accompagnement des adhérents dans la gestion de 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

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.

MISE A DISPOSITION D'OUTILS PROMOTIONNELS

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...

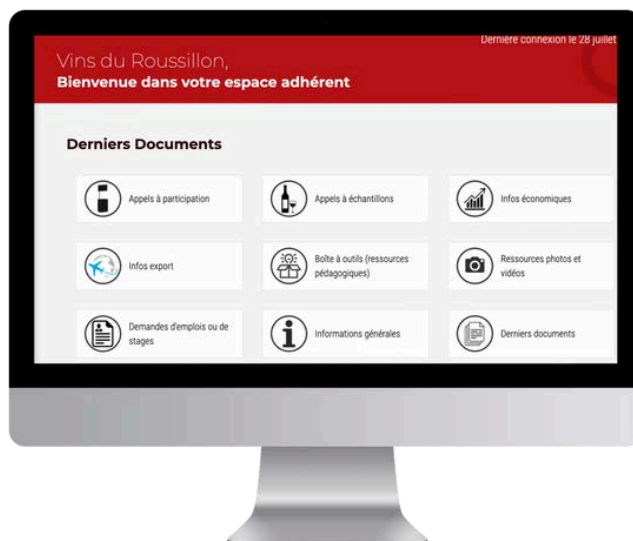


LA COMMUNICATION INTERNE

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'INFOS

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



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



NOTES

[illegible]

NOTES

[illegible]



19, avenue de Grande-Bretagne
BP 649
F-66006 PERPIGNAN CEDEX

+33 4 66 51 21 22
info@roussillon.wine
www.roussillon.wine

 [VinsduRoussillon](#)
 [@roussillonwines](#)
 [Vins_roussillon](#)
 Conseil Interprofessionnel des Vins du Roussillon (CIVR)