

RAPPORT D'ACTIVITÉS — 2017 —



VINS DU
VAL DE LOIRE

TOUS LES VINS SONT DANS SA NATURE
WWW.VINSVALDELOIRE.FR



Jean-Martin Dutour Président

Mes premiers propos sont des mots de remerciements à l'équipe sortante et en particulier à son président, Gérard Vinet, pour avoir réformé l'Interprofession.

L'outil InterLoire est en ordre de marche pour remplir ses missions : 100% au service de la filière.

L'année 2017 restera pour le collectif la fin de la réforme d'InterLoire, avec des objectifs atteints :

- » La mise en mouvement de notre filière et de nos familles impactant leur structuration,
- » Une redéfinition du périmètre de nos actions pour se recentrer vers le collectif,
- » Une réforme en profondeur de son fonctionnement, de la cotisation et de la parité,
- » Des choix forts de ressources humaines, de métiers, et une nouvelle culture d'entreprise,
- » Les réalisations concrètes au niveau national relayées en région : la dématérialisation, le plan de lutte contre le déperissement, la montée en puissance des enjeux environnementaux avec le CRVD, et les travaux sur les EGA.

Elle fut aussi l'année d'un nouvel élan avec un collectif renforcé par les IGP et les appellations Coteaux du Vendômois et Haut Poitou, que nous accueillons au sein de la famille du Val de Loire.

Plus que jamais, l'Interprofession, sur ses nouvelles fondations, est l'outil adapté aux besoins de notre filière.

La réforme du système de représentation de la filière, dans les familles CVVL et UMVL et au sein de l'Interprofession, doit conduire à plus de dialogue, à une meilleure expression des besoins, dans les familles et entre les familles.

Une nouvelle organisation pour réinventer le travail en filière

Des statuts rénovés en 2017 ont doté InterLoire d'une nouvelle organisation : le Conseil d'Orientation Stratégique (COS) a désormais la tâche de conduire la politique de la filière au nom de l'Interprofession.

Les commissions thématiques se sont installées et sont au travail : la commission Marchés, Économie et Prospective (MEP) conduite par Laurent Ménestreau, la commission Technique sous la présidence d'Olivier Brault, et la commission Communication sous celle de Pierre-Jean Sauvion.

Depuis que nous réfléchissons à cette nouvelle organisation, un sujet devait être résolu : une meilleure intégration de nos travaux entre technique et économie.

Le rôle de l'Interprofession sur ces deux thèmes est d'éclairer l'avenir !

L'organisation d'InterLoire évoluera en 2018 autour de trois missions :

- » La mission politique pour améliorer sans cesse le dialogue au sein de la filière et entre la filière et son environnement,
- » La mission de communication, avec pour objectif de renforcer la marque « VAL DE LOIRE »,
- » Et la mission prospective, tournée vers les opérateurs, pour les aider à préparer l'avenir.

Vers un nouveau plan de filière

Avec les familles, nous travaillerons à mettre en œuvre les choix que fera la filière des vins du Val de Loire pour les 3 prochaines années.

Ce dialogue, notamment au sein de la Commission Marchés, Économie et Prospective (MEP), est primordial pour assurer la bonne marche économique des opérateurs. InterLoire jouant le rôle de bras armé pour la mise en œuvre des décisions unanimes de la filière.

Sous la précédente mandature, nous avons travaillé au sein du conseil de bassin à une stratégie prospective (Loire 2025).

Nous nous sommes, je me suis fixé, comme objectif, de reprendre cette feuille de route avec cette nouvelle organisation de l'Interprofession, resserrée sur ses principaux objectifs.

InterLoire continuera à travailler sur trois axes :

- » Aider les opérateurs à retrouver leur capacité à produire, pour alimenter les marchés, qu'ils auront choisis.
- » Mettre en cohérence les acteurs en améliorant la revendication de l'appartenance à notre bassin : le VAL DE LOIRE.
 - Revendication par les ODG dans leurs prises de parole,
 - Revendication par les opérateurs.
- » Communiquer à l'export pour faciliter l'implantation de nos vins par les opérateurs, augmenter leurs choix de marchés et améliorer la valorisation des produits.

Dans le contexte de forts mouvements de nos organisations, les élus de la filière viticole ont souhaité engager un travail d'état des lieux des relations entre InterLoire et les Chambres d'Agriculture afin de renforcer notre collaboration à l'échelle du bassin.

Le mouvement est engagé pour un travail de la filière viticole ligérienne plus efficace et la conduite d'une véritable stratégie au service des entreprises viticoles.

Revendiquer le Val de Loire sur nos produits : un enjeu capital pour nos entreprises

Pour conclure cet édit, permettez-moi de rappeler l'importance de revendiquer notre région viticole sur nos produits. C'est un enjeu capital pour nos entreprises.

Plus qu'un vin, le VAL DE LOIRE est une destination mondialement identifiée et reconnue, un vignoble unique, qui défend des valeurs et une culture unique, dont nous devons individuellement et collectivement raconter l'histoire.

Nous n'avons qu'un seul but : rendre l'organisation de notre filière plus efficace, au service des ambitions de nos entreprises viticoles, de notre vignoble.

*Merci à tous,
Jean-Martin Dutour*



SOMMAIRE

Missions et structures p 6-7

Bilan financier p 8-9

Actions économiques p 10-11

Actions de communication p 12-17

Actions techniques p 18-19

Conjoncture économique 2017 p 20-23

Chiffres clés / Nous contacter p 24-25

Carte du vignoble p 26-27

MISSIONS & STRUCTURES

Quatre missions principales

- » Procéder aux études statistiques pour connaître et analyser l'offre et la demande, afin de proposer des perspectives de développement : les volumes récoltés et commercialisés, les états des stocks, les cours des transactions, l'évolution de la demande et des circuits de distribution.
- » Favoriser l'innovation technique régionale et la qualité des vins.
- » Organiser et harmoniser les pratiques et les relations professionnelles en usage, sous contrôle des pouvoirs publics.
- » Promouvoir en France et à l'étranger, la notoriété et l'image du vignoble du Val de Loire.

Les instances

L'interprofession est basée sur la représentativité des élus à parité entre les deux familles professionnelles.

L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE, une instance politique élargie composée de 60 membres :
30 membres – personnes physiques – représentatifs de la viticulture des régions concernées pour le collège des producteurs et 30 membres – personnes physiques – représentatifs du négoce des régions concernées pour le collège des négociants.

- » Elle élit le Président, les membres du Conseil d'Orientation Stratégique et des Commissions Thématiques.
- » Elle définit la politique d'InterLoire, vote le budget et approuve les comptes de l'exercice clos.
- » Elle adopte les accords interprofessionnels, modifie les statuts et le règlement intérieur.

Le Président est élu pour un mandat de trois ans, alternativement proposé par la production ou le négoce. Le Président d'InterLoire est Jean Martin-Dutour, négociant à Chinon, élu le 27 juin.

Organes de gouvernance

L'année fut marquée par la mise en place de nouveaux organes de gouvernance, votés en Assemblée Générale le 28 mars 2017.

- » Un **Conseil d'Orientation Stratégique** (COS) composé de 18 membres (9 par famille à parité)
- » Un **Bureau Exécutif** (6 membres)
- » Un **Conseil Consultatif** composé des Présidents d'ODG, FAV, CVVL et UMVL

Le Conseil d'Orientation Stratégique (COS) est chargé de conduire la politique d'InterLoire définie par l'Assemblée Générale.

Nouvelle mandature 2017-2020

2017 fut une année électorale avec une nouvelle équipe d'élus nommée en Assemblée Générale le mardi 27 juin 2017.

- » **Jean-Martin Dutour** à la Présidence d'InterLoire
- » **Laurent Menestreau**, Vice-Président,
- » **Bernard Jacob**, Secrétaire,
- » **Joël Forgeau**, Secrétaire-adjoint,
- » **Lionel Gosseaume**, Trésorier.
- » **Noël Bougrier**, Trésorier-adjoint.

3 nouvelles adhésions en 2017 !

Le collectif interprofessionnel est renforcé de 3 adhésions en 2017 avec les vins IGP du Val de Loire, les AOP Coteaux du Vendômois et du Haut Poitou. Un pas important pour l'unité et l'efficacité du collectif Val de Loire.

LES 18 MEMBRES DU CONSEIL D'ORIENTATION STRATÉGIQUE

Collège Négoce

1. Bougrier Noël
2. Brochet Frédéric
3. De Fougeroux François-Régis
4. Dutour Jean-Martin
5. Emereau Nicolas
6. Fleischer Serge
7. Jacob Bernard
8. Lefort Rodolphe
9. Lemasson Jérôme

Collège Viticulture

1. Bourdin Denis
2. Brault Olivier
3. Forgeau Joël
4. Giovannoni Pierre-Antoine
5. Gosseaume Lionel
6. Jourdan Francis
7. Lecomte Olivier
8. Menestreau Laurent
9. Motheron Catherine



Le nouveau Président d'InterLoire Jean-Martin Dutour (à gauche) et l'ancien Président Gérard Vinet (à droite).

Nouveaux accords interprofessionnels 2017

L'année fut marquée par l'adoption de nouveaux accords interprofessionnels portant sur la période du 1^{er} août 2017 au 31 juillet 2020, votés en Assemblée Générale le mardi 27 juin 2017.

Parmi ces évolutions, il faut noter :

- » une meilleure connaissance des marchés (le suivi des vins IGP du Val de Loire) et une cotisation professionnelle adaptée aux produits (1,50 € par HL pour les vins IGP du Val de Loire et 2,50 € par HL pour l'ensemble des AOP),
- » une facturation basée sur la 1^{ère} sortie de propriété et une cotisation payée à 100% par le négociant en cas de transaction ou dans tous les autres cas, cotisation payée par le producteur.



L'Assemblée Générale de juin 2017.

L'interprofession des Vins du Val de Loire – InterLoire – est née de la volonté des vigneron et négociants du Pays Nantais, de l'Anjou, du Saumurois et de la Touraine de défendre et développer leurs 50 appellations, dénominations d'origine et IGP du Val de Loire. InterLoire s'inscrit au cœur de la 3^e région de vins d'appellation de France avec pour missions le pilotage économique de la filière, la recherche et l'expérimentation, la défense et la promotion des vins du Val de Loire.

Les commissions thématiques

LA COMMISSION MARCHÉS, ÉCONOMIE ET PROSPECTIVE (MEP)

Président Laurent Menestreau

L'économie à l'échelle d'InterLoire est pilotée par la **commission Marchés, Économie et Prospective**. Elle est composée de 18 élus issus de l'Assemblée Générale d'InterLoire, d'experts (nommés par les familles de la production et du négoce) et d'invités.

- Le rôle de la commission Marchés, Économie et Prospective :
- » anticiper les évolutions de marchés pour éclairer les acteurs (ex : connaissance de l'amont et des marchés, des tendances de consommation),
 - » fournir les éléments nécessaires à la définition de stratégie économique par appellation,
 - » fournir les éléments nécessaires aux opérateurs pour choisir leurs marchés et créer de la valeur (ex : positionner, construction de gamme),
 - » favoriser la discussion entre les familles.

LA COMMISSION TECHNIQUE

Président Olivier Brault

La technique à l'échelle d'InterLoire est pilotée par la **commission Technique**. Elle est composée de 23 élus issus de l'Assemblée Générale d'InterLoire, d'experts (nommés par les familles de la production et du négoce) et d'invités (FAM, INAO, IVE, Chambres d'agriculture, ESA,...).

Le rôle de la commission Technique :

- » fournir les éléments nécessaires aux appellations et aux opérateurs pour optimiser le potentiel de production (du point de vue qualitatif, quantitatif, de la régularité),
- » en lien avec la MEP, construire une vision partagée à long terme,
- » fournir les éléments nécessaires aux appellations et aux opérateurs pour adapter le vignoble et les pratiques aux évolutions, du marché, du climat (veille, formation...),
- » répondre aux nouvelles contraintes (réglementation, veille, anticiper les crises),
- » orienter les programmes de recherche et développement pour répondre à ces enjeux.

LA COMMISSION COMMUNICATION

Président Pierre-Jean Sauvion

La communication à l'échelle d'InterLoire est pilotée par la **commission Communication**. Elle est composée de 20 élus issus de l'Assemblée Générale d'InterLoire, d'experts (nommés par les familles de la production et du négoce) et d'invités.

Le rôle de la commission Communication :

- » définir un cadre général d'actions, en collaboration avec les vins du Centre Loire, sur les pays tiers et salons,
- » coordonner la mise en œuvre de la stratégie et décliner la marque « VAL DE LOIRE »,
- » mettre en cohérence les stratégies de communication selon les cibles géographiques dans le cadre de la stratégie Val de Loire.

Les Interprofessions viti-vinicoles françaises sont **représentées et regroupées au sein du CNIV** : Comité National des Interprofessions des Vins à appellation d'origine et à indication géographique.



BILAN FINANCIER 2017

Les comptes de l'exercice 2017 de l'Interprofession présentent un résultat déficitaire de 373 201 €.

Au niveau des recettes de cotisations interprofessionnelles, les volumes de sorties de chais à hauteur de 1 777 158 hl pour les AOP et 83 303 hl pour les IGP ont permis à InterLoire de bénéficier d'un montant de cotisations de 4 577 K€.

Ce niveau de recettes est supérieur de 103 K€ par rapport à l'exercice précédent du fait de l'intégration des IGP au 1^{er} août 2017, le volume AOP étant quasiment constant sur ces deux exercices.

Au vu des actions de restructuration mises en œuvre sur le dernier trimestre 2015 et poursuivies sur 2016 et 2017, l'exercice 2017 constate divers éléments non récurrents pour un montant total de 89 905 €.

Ces dépenses non récurrentes concernent la fermeture des établissements.

InterLoire a fait l'objet d'un contrôle sur site en 2017 réalisé par la Mission « Contrôle des opérations dans le secteur agricole » rattachée au Contrôle Général Economique et Financier qui a porté sur les opérations relatives à la mesure promotion sur les marchés des pays tiers réalisées au cours de l'année 2014 correspondant à la phase 1 du programme.

InterLoire a reçu en date du 12 février 2018, les premières constatations relevées, pour lesquelles la structure a décidé de provisionner 100% du risque de remboursement de subventions au vu des éléments signalés. Le contrôle remettant en cause une partie du cofinancement des Régions, InterLoire a provisionné par prudence, la totalité du risque sur les exercices 2014 à 2017, ce qui représente une provision de 660 K€.

Par ailleurs, l'Interprofession a poursuivi ses investissements, notamment informatiques, avec la modernisation et l'externalisation de son infrastructure ainsi que le développement de la plate-forme «www.vinsvaldeloire.pro».

» Après la mise en place d'un service d'enregistrement et de signature des contrats d'achats en ligne fin 2014, la dématérialisation de la Déclaration Récapitulative Mensuelle (DRM) en ligne fin 2015, depuis le 1^{er} novembre 2016 la plate-forme « www.vinsvaldeloire.pro » est connectée avec le portail de la Douane.

» La réflexion pour la mise en place d'un système d'information partagé avec l'ensemble des organisations professionnelles de la filière dans l'objectif de la dématérialisation de toutes les obligations déclaratives se poursuit.

Synthèse

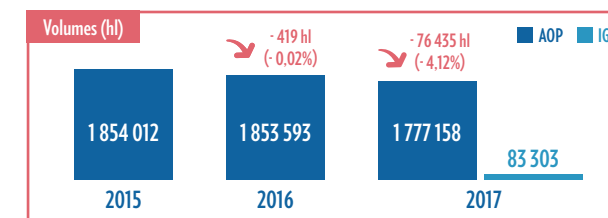
Comptes	2015	2016	2017
Produits d'exploitation	9 396 944 €	6 555 646 €	5 983 226 €
Cotisations interprofessionnelles	7 055 926 €	4 474 136 €	4 576 770 €
Ventes (1)	677 232 €	121 575 €	149 094 €
Subventions	890 955 €	774 184 €	693 317 €
Autres produits d'exploitation	772 832 €	1 185 751 €	564 045 €
Charges d'exploitation	9 905 318 €	5 589 788 €	6 359 866 €
Résultat d'exploitation	-508 374 €	965 858 €	-376 640 €
Produits financiers	119 015 €	151 353 €	55 544 €
Charges financières	48 853 €	43 314 €	38 260 €
Résultat financier	70 162 €	108 039 €	17 284 €
Produits exceptionnels	78 125 €	122 323 €	996 €
Charges exceptionnelles	315 609 €	132 908 €	12 441 €
Résultat exceptionnel	-237 484 €	-10 585 €	-11 445 €
Impôts sur les bénéfices		12 000 €	2 400 €
RESULTAT NET	-675 696 €	1 051 311 €	-373 201 €

(1) Les ventes comprennent essentiellement les ventes réalisées par les Maisons des Vins de Loire ainsi que les ventes d'objets publicitaires à l'attention des opérateurs jusqu'en 2015.

Ressources

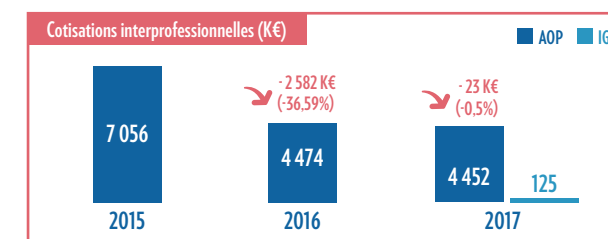
VOLUMES

Les IGP ont intégré InterLoire au 1^{er} août 2017. Volumes 2017 : 1 860 461 hl (AOP et IGP). Des volumes 2017 supérieurs aux prévisions budgétaires (1 740 000 hl).

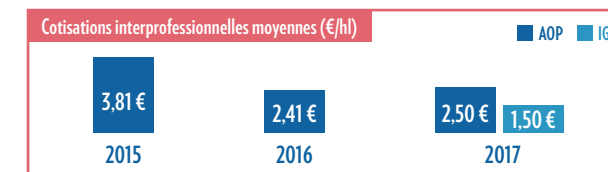


COTISATIONS INTERPROFESSIONNELLES

Cotisations interprofessionnelles 2017 : 4 576 770 € (AOP et IGP).



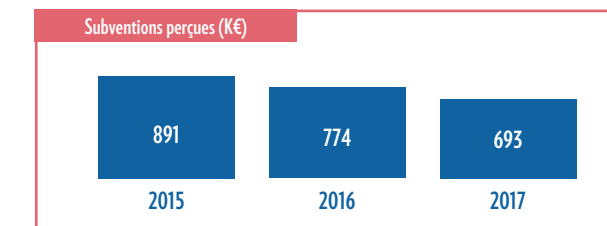
La cotisation interprofessionnelle versée à l'interprofession au cours de l'année 2017 s'élève à 2,50 € pour les AOP et 1,50 € pour les IGP, ce qui représente une cotisation moyenne au col de 0,0188 € pour les AOP et de 0,0113 € pour les IGP.



SUBVENTIONS

L'Interprofession est soutenue dans ses actions par des subventions obtenues auprès de différents partenaires. Nos soutiens en 2017 proviennent de l'Europe, des Régions Centre-Val de Loire et Pays de la Loire ainsi que du Comité du Plan Collectif Local.

Les actions de l'Interprofession soutenues par des subventions en 2017 concernent l'export dans les Pays Tiers, les salons internationaux, l'œnotourisme et la technique.



Cotisations interprofessionnelles

La cotisation / bouteille à travers 4 illustrations :

Actions de communication à l'export
0,0048 € / bouteille

Observatoire économique & vinsvaldeloire.pro
0,0021 € / bouteille

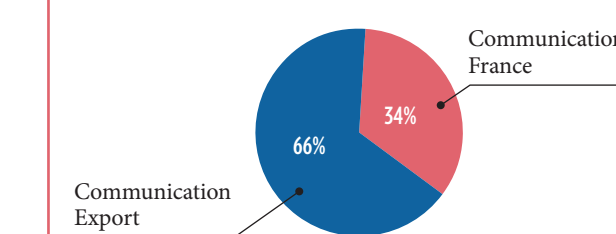
Technique soutien à la recherche
0,0020 € / bouteille

Soutien à Vin et Société
0,0004 € / bouteille

Emplois

EMPLOIS 2017 (K€)	Financements			
	Subventions	BIVC	InterLoire	
Fonctionnement	1 396		1 396	
<i>Dont provision pour risque (subventions OCM)</i>	660		660	
Communication	2 853	643	114	2 096
Animation filière	148			148
Observatoire économique	512			512
Technique	668	50		618
Vins & Société	100			100
CNIV	80			80
Total	5 757	693	114	4 950

ACTIONS 2017 EN COMMUNICATION



Réserves

Les réserves de l'Interprofession s'élèvent à fin 2017 à 7 346 K€ en intégrant le résultat déficitaire de l'exercice 2017 de - 373 K€.

LES ACTIONS ÉCONOMIQUES

3 pôles d'activité

Dans le cadre des missions dévolues aux interprofessions définies par le Code Rural, InterLoire s'est donné 3 axes de travail à caractère économique.

1. L'OBSERVATION ÉCONOMIQUE DU VIGNOBLE ET DES MARCHÉS

L'objectif de l'observation économique est de fournir des **outils d'aide à la décision** par la **connaissance des marchés** à la filière viti-vinicole (élus d'InterLoire, ODG, fédérations, syndicats, opérateurs) et aux autres services d'InterLoire. Ces informations peuvent également être diffusées auprès des journalistes, des étudiants ou à tout autre organisme intéressé.

Les différents supports créés sont diffusés par mail, disponibles dans l'espace « filière » dédié aux opérateurs du vignoble sur le site Internet www.vinsvalde Loire.fr et font l'objet de présentations orales lors d'assemblées générales ou de réunions de travail dans le vignoble.

InterLoire suit le marché « amont » qui correspond aux récoltes, stocks, sorties de chais des vigneronnes, caves coopératives et négociants. Au travers des contrats d'achats à la propriété interprofessionnels, InterLoire établit les cotations des transactions entre les producteurs et les metteurs en marché.

InterLoire s'intéresse également à l'« aval » correspondant aux marchés de distribution



ou de consommation des vins du Val de Loire en France et à l'export et aux comportements et profils des consommateurs. Des données issues de panels ou d'études sont achetées par le biais du CNIV grâce à la mutualisation des coûts entre les interprofessions viticoles et FranceAgrimer. Ainsi InterLoire dispose d'informations sur les marchés allemand, belge, britannique, canadien, français, néerlandais, et scandinave. La Douane livre également des données à l'interprofession.

2. LA DÉMATÉRIALISATION DES DÉCLARATIONS SUR WWW.VINSVALDELOIRE.PRO

L'objectif de la dématérialisation des obligations déclaratives est de faciliter la vie des opérateurs, en lien avec les fédérations et les ODG, afin d'accroître la compétitivité des entreprises.

En septembre 2014 a été ouvert le portail www.vinsvalde Loire.pro qui a permis aux viticulteurs, négociants et courtiers d'enregistrer et de signer en ligne leurs contrats d'achats en propriété.

En 2017, les 70% des contrats enregistrés par InterLoire sont réalisés sur le portail vinsvalde Loire.pro, soit près de 5 000 contrats.

En novembre 2015, un 2^e service a été mis à disposition des opérateurs : **la télédéclaration des DRM.**

Pendant un an, une soixantaine de vigneronnes a testé et amélioré l'outil leur permettant de créer l'intégralité de leur DRM, disponible en format PDF

À quoi sert un contrat d'achat en propriété interprofessionnel ?

Ce document est obligatoire dans le cadre d'une transaction entre un producteur et un négociant. Il doit préciser l'appellation achetée, la nature du produit (vrac, bouteilles, raisins ou moûts), le prix, la quantité et les conditions d'enlèvements. L'établissement d'un contrat donne accès à des délais de paiement dérogatoires définis dans l'accord interprofessionnel étendu par les pouvoirs publics. Il a également une vocation statistique avec la connaissance de l'approvisionnement du négoce et des cours du marché.

et transmissible aux douanes locales par courrier postal ou électronique.

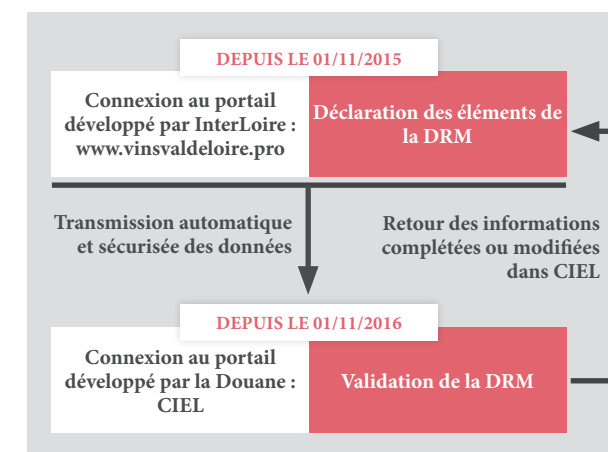
Projet d'envergure nationale, mené conjointement par la Douane et les interprofessions, le processus complet de dématérialisation des DRM a abouti en novembre 2016 après

Qu'est-ce qu'une DRM ?

La Déclaration Récapitulative Mensuelle est un document à caractère fiscal pour la Douane et à caractère statistique et économique pour les interprofessions.

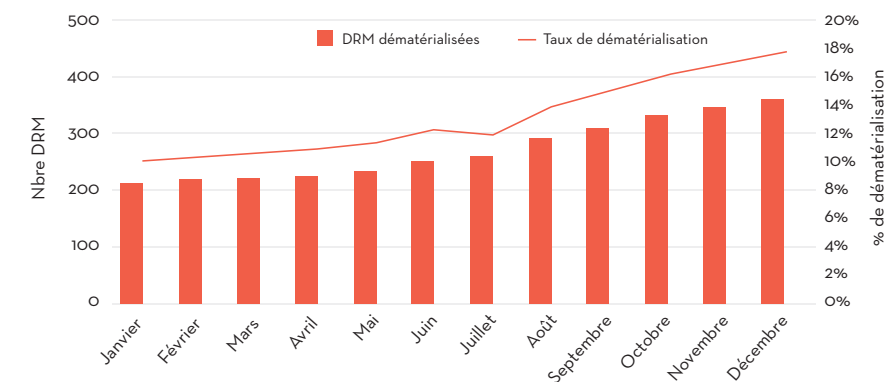
La DRM (qui peut être annuelle dans certains cas) est le reflet de la comptabilité matière des professionnels du vignoble ayant un statut d'entrepoteur agréé : pour chaque produit en cave, l'opérateur déclare chaque mois ses mouvements d'entrée et de sorties, ainsi que son stock. La DRM suit également le compte capsules et est le support des droits de circulation des vins.

de nombreuses années de réflexions, négociations et travaux. Le schéma simplifié de la télédéclaration est le suivant pour les ressortissants d'InterLoire :



InterLoire a fait partie des premières interprofessions prêtes pour la dématérialisation des DRM et a participé aux

Nombre de DRM télédéclarées sur le portail www.vinsvalde Loire.pro en 2017



tests nationaux organisés par la Douane avec deux autres interprofessions. Le vignoble du Val de Loire fait figure de précurseur.

Le nombre de télédéclarants augmente au fil des mois. Pour la déclaration de la DRM de décembre 2017, ils étaient 360 à s'être connectés à www.vinsvalde Loire.pro.

3. L'AIDE À RÉFLEXION STRATÉGIQUE DES APPELLATIONS ET D'INTERLOIRE

Le Conseil Exécutif d'InterLoire de la précédente mandature a décidé de mettre en œuvre l'un des axes stratégiques de l'évolution l'interprofession : InterLoire est le lieu de rencontres entre le négoce et la viticulture pour définir la stratégie des vins du Val de Loire afin de construire durablement de la valeur ajoutée.

En 2017, près de 36 % du budget de l'interprofession est consacré à un pôle d'activité et de moyens

humains, dédié à l'accompagnement de la filière dans la définition de la stratégie des appellations et des entreprises.

Le Conseil Exécutif a décidé de créer des commissions **Marchés et Économie Prospective (MEP) par appellation ou groupe d'appellations.**

Les objectifs de ces commissions MEP sont :

- » Faire une analyse plus précise des données amont et aval,
- » Se projeter paritairement sur le moyen et le long terme,
- » Mieux se connaître entre les familles de producteurs et des metteurs en marché.

Elles doivent préparer les avis de l'interprofession sur les outils de gestion que sont les autorisations de plantation, les mises en place de VCI et les demandes de rendements annuels, au regard de la santé économique de l'appellation.

Elles définissent des indicateurs permettant le pilotage économique des AOP et IGP à court et moyen terme. Elles doivent privilégier la co-construction sur des sujets macro-économiques à court, moyen et long terme.

5 groupes se sont réunis en 2017 :

- » « Vins de Nantes » : Muscadet et Gros-Plant
- » « Rosés de l'Anjou-Saumur » : Cabernet d'Anjou, Rosé d'Anjou et Rosé de Loire
- » « Fines bulles » : Crémant de Loire, Saumur, Touraine et Vouvray
- » « AOP Touraine »
- » « AOP Vouvray »

Ces groupes se sont réunis à 2 ou 3 reprises en 2017.

LES ACTIONS DE COMMUNICATION

« En 2017 et 2018 il faut poursuivre et intensifier nos efforts pour développer nos marchés export. Il faut investir sur des marchés à fort potentiel et valorisation, s'ouvrir à de nouveaux pays, sous le label vins du Val de Loire. Cette marque Val de Loire doit aussi rayonner en France grâce à un travail de fond sur l'œnotourisme, les relations presse et publiques en utilisant de mieux en mieux l'outil incontournable : le digital. »

Pierre-Jean Sauvion

Rappel de la stratégie de communication

- » Stratégie offensive sur le marché nord-américain avec des perspectives de développement et croissance en volume et en valeur.
- » Stratégie défensive sur les marchés européens (qui enregistrent souvent une consommation stable de vin), où les vins du Val de Loire se sont établis historiquement mais où l'émergence des vins du nouveau monde invite à conforter leur position et où la concurrence des différents vignobles européens est de plus en plus forte.
- » Stratégie d'accompagnement pour les marchés en développement où un travail de présentation / formation de l'offre est nécessaire.

Les actions de 2017 (par rapport à 2016) ont été enrichies :
 » De nouveaux événements : Concours des vins du Val de Loire et Val de Loire Millésime,
 » D'une enveloppe budgétaire complémentaire en fin d'année qui a permis d'engager : une campagne média en fin d'année, d'harmoniser le kit de communication pour le réseau des caves touristiques, d'initier le travail sur l'enrichissement de la marque « Val de Loire », réaliser des vidéos et mettre à jour différentes études comme « Perspectives pour les vins du Val de Loire à l'export ».

Concours des vins du Val de Loire et Val de Loire Millésime

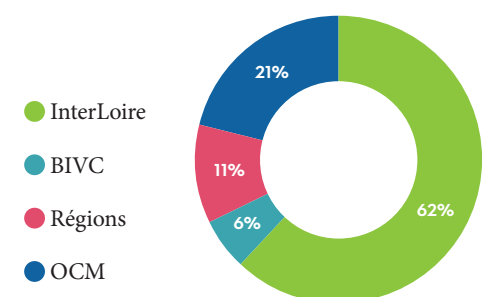
En 2017, InterLoire a relancé le Concours des Vins du Val de Loire en créant un grand rendez-vous ligérien. À cette occasion, la presse internationale fut invitée à venir déguster le millésime 2017. C'est l'Abbaye Royale de Fontevraud qui a accueilli cette manifestation qui s'est déroulée du 19 au 23 Avril. Le concours - ouvert en 2017 aux IGP du Val de Loire - a accueilli 130 jurés initiés à un nouveau protocole lors de 12 séances de formation. 937 échantillons ont été dégustés et 278 médailles attribuées pour plus d'un million de macarons commandés sur l'année.



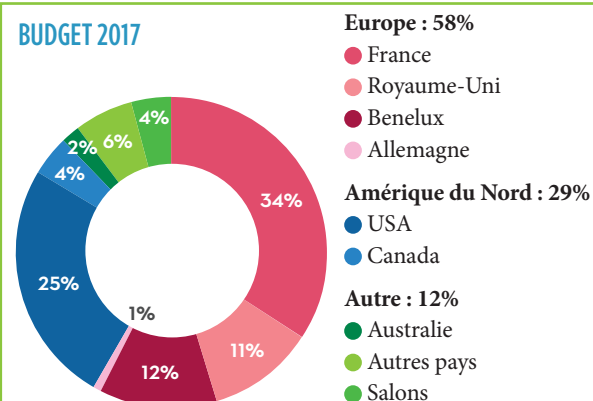
Val de Loire Millésime, autre nouveauté, a accueilli 60 journalistes internationaux spécialisés, invités par InterLoire. Recrutés sur nos marchés prioritaires, ils ont pu participer à 3 jours de dégustations XXL et déguster les cuvées présentées au Concours. Pour mieux appréhender le vignoble, 6 masters class thématiques leur étaient proposées ainsi que des escapades et des visites œnotouristiques de quelques uns des plus grands terroirs ligériens. De nombreuses retombées médias et plus d'1 million de vues sur les réseaux sociaux ont apporté une large visibilité à notre vignoble.



RESSOURCES 2017



BUDGET 2017



L'œnotourisme



Le réseau des caves touristiques a poursuivi son travail sur la qualification des caves accueillantes, 120 caves ont été auditées. En 2017 ce réseau compte 348 caves labellisées dont 83 caves « excellence ». Les rencontres du réseau, toujours très suivies, ont travaillé cette année sur la mise à jour des fiches domaines en lien avec la base Tourinsoft et l'économie du réseau. L'observatoire de l'œnotourisme a évolué en 2017 : une collecte à fin septembre pour évaluer la saison et la fréquentation, ainsi qu'une nouvelle méthode de transmission des données pour une application en 2018.



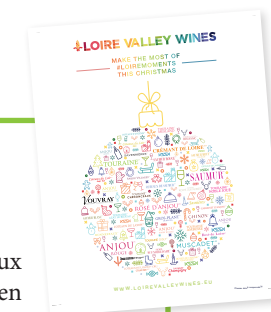
Jeux concours avec les caves touristiques.

- En termes de promotion, InterLoire a, pour le réseau des caves touristique du Val de Loire :
 - » Réalisé 4 insertions publicitaires sur le coeur de cible : une insertion dans le guide Sesam (Tours), un encart sur la carte des Châteaux de la Loire, un encart dans le guide de l'été de la Nouvelle République (37 et 41) et une insertion sur la carte des gîtes de France Touraine.
 - » Organisé un grand jeu concours « Visiter, c'est gagner » suivi par 151 caves avec un jeu en ligne qui a généré 850 000 vues dont 100 000 avec animations et 5 000 visites sur le site. Ce jeu en ligne a été jugé « attractif » par deux tiers des caves participantes et pour 82 % des caves, le jeu « laisse au visiteur une note positive sur le domaine ».
 - » Participé aux programmes Atout France avec les régions Centre-Val de Loire et Pays de la Loire, notamment vers les USA, la Grande-Bretagne, la Belgique et les Pays-Bas.
 - » Réédité la carte des caves touristiques : 180 000 exemplaires sur 4 000 points de diffusion.
 - » Participé à la réalisation de nouvelles boucles en Pays de La Loire et à l'élaboration des outils initiés par les départements.

Les chiffres clés pour la saison 2017 pour les caves touristiques :



Campagne Média



Nouveauté – au-delà de notre prise de parole lors des « spéciaux vins de l'automne » - les vins du Val de Loire ont été présents en presse et programmatique au mois de décembre, en France, au Royaume-Uni et dans les états américains où nous communiquons. Notre objectif : se rappeler à la mémoire des amateurs de vins, âgés de 25 à 54 ans qui attachent de l'importance à l'art de vivre au moment des fêtes de fin d'année. La campagne presse a été déclinée en France et au Royaume-Uni dans 15 supports et 17 insertions pleines pages quadri. À la une de ces supports : Les recettes spéciales fêtes, et aussi des numéros collector étant donné les actualités de personnages importants qui nous ont quittés en décembre ! Plus de 20 millions de contacts pour 5 millions d'exemplaires diffusés. La campagne programmatique sur les 3 pays ciblés a généré plus de 26 millions d'impression, le format le plus performant a été l'habillage. Une campagne amplifiée par la réalisation de 13 publi-reportages tout au long de l'année à l'étranger en Australie, Royaume-Uni, Belgique, Allemagne et Pays-Bas.



LES ACTIONS DE COMMUNICATION

Événementiel : des incontournables pour (re)découvrir et déguster les vins du Val de Loire

Des expériences de découvertes et dégustations ont été mises en place au sein d'événements « spécial Val de Loire » ou déjà installés et reconnus sur le territoire. Les professionnels (importateurs, distributeurs, conseillers en vente mais également journalistes et bloggeurs) et les consommateurs / amateurs de vin ont pu profiter de ces mises en avant. Nous vous invitons à en découvrir certains.

VVR - VAL DE LOIRE

Le 1^{er} week end de septembre pour partir à la découverte du patrimoine viticole du Val de Loire. Un moment de partage attendu par les amateurs des vins du Val de Loire. Balades conviviales guidées par des vignerons, rencontres avec le patrimoine, pauses dégustations, animations, ventes. Tout un programme proposé au travers de 15 randonnées savoureuses. 2017 a été l'année du « bouchon » avec ses œuvres créatives et caritatives.



Un moment fort qui a réuni 12 000 participants de notre région, mais aussi de la région parisienne et de quelques étrangers, tous sensibilisés par le bouche à oreille mais aussi par la forte campagne de promotion déclinée par voie de presse, d'affichage et sur les réseaux sociaux.

SPRING TO LOIRE - UK



Date est prise désormais pour le rendez-vous annuel des vins du Val de Loire.

En 2017, Spring To Loire, manifestation 100% dédiée aux vins du Val de Loire a accueilli les professionnels à New York, Chicago et San Francisco entre le 11 et le 25 avril. Les 409 participants ont pu découvrir une gamme 356 références de 32 appellations ligériennes présentées. Au-delà de la présentation des portefeuilles des importateurs, les visiteurs ont pu participer aux masters class qui ont accueillies 309 participants. C'est aussi l'occasion de rencontrer la presse.

La conférence annuelle de la sommellerie américaine : « SOMMCON » à San Diego en 2017 a invité les vins du Val de Loire à se présenter. Nous avons ainsi eu l'occasion d'accueillir plus de 1 000 professionnels à travers 3 animations : un séminaire d'une heure sur le thème « Ripeness and ageing of red grapes varieties in Loire Valley », un déjeuner animation et un grand trade tasting. À l'issue de celle-ci, nous avons participé au **San Diego Food and Wine Festival** et « **Wine Enthusiast** » qui accueille 5 000 consommateurs.

CURIEUX BEGIN - QUÉBEC

L'émission culinaire culte au Canada – à l'image des Carnets de Julie en France – Curieux Begin a pour la première fois en 2017 tourné son émission en dehors du Québec en choisissant le Val de Loire. Une petite semaine d'immersion au cœur du vignoble, pour l'ensemble de l'équipe à la découverte de la production viticole, mais aussi des restaurants, des gîtes, des curiosités ... L'émission a été diffusée le 17 novembre sur Télé Québec (3 rediffusions dans la semaine) et sera diffusée sur TV5 Monde. L'émission a bénéficié d'un plan de communication important et de nombreux échanges sur les réseaux sociaux lors du tournage.

LONDON WINE WEEK - UK

La semaine londonienne dédiée aux vins - avec DrinkUp – réservée aux amateurs éclairés ou curieux de découverte.

7 jours de festival pendant lesquels les vins du Val de Loire se mettent en avant : dîners thématiques dans des restaurants, bars éphémères, présentation d'une sélection de nos fines bulles au corner Three Wine Men ... L'occasion de valoriser notre gamme en présentant 48 vins du Val de Loire. Une audience de plus de 50 millions générés par les actions mises en place par les vins du Val de Loire.

MEGAVINO - BELGIQUE



Salon vins et spiritueux dédié aux consommateurs belges. Un stand original : celui des vins du Val de Loire, monté en collaboration avec les distributeurs belges. Il a proposé pendant trois jours dégustations, formations, accords mets vins. L'occasion de présenter 81 références présentes sur le marché belge aux amateurs de vins. Megavino a accueilli 25 000 visiteurs durant ces 3 jours.

Salons



VINOVISION - PARIS

Une première en 2017 – à l'initiative des vignobles ligériens, le premier salon dédié aux **Vignobles septentrionaux à Paris** ! Une volonté de répondre aux attentes du marché international, un lieu stratégique Paris, une offre dédiée qui correspond à une clientèle internationale : les vins fresh and crisp ! Une nouvelle aventure avec les vignobles de Champagne, de la Bourgogne et d'Alsace pour une première édition.

Le Val de Loire, moteur, s'est fortement mobilisé, en offrant aux visiteurs une Tasting Zone ouverte à la Bourgogne, l'Alsace et à la Champagne.

Une jolie affluence sur ce stand qui a permis de belles découvertes aux visiteurs et des contacts aux exposants. À cette occasion, une mission pour les cavistes anglais (au nombre de 6) a été mise en place par InterLoire qui a géré 49 rendez-vous pour des exposants de notre interprofession.

PROWEIN - DÜSSELDORF

Et bien sur l'incontournable présence à **Prowein**, où la Loire Tasting Zone accueille toujours autant d'échantillons (350) que de visiteurs, toujours plus nombreux sur un espace réduit !



Le salon Megavino.

Prestige de Loire



Naissance de la marque collective « Prestige de Loire » en 2017 relative à la prémiumisation de l'offre des vins effervescents AOC du Val de Loire.

Pour valoriser l'offre Val de Loire au sein des appellations de fines bulles, les opérateurs ont créé une marque collective visant à inclure les cuvées haut de gamme de l'ensemble des AOP du ressort d'INTERLOIRE.

La première sélection s'est tenue au mois de décembre, elle a retenu 17 cuvées : 10 Crémant de Loire, 5 Saumur brut et 2 Vouvray brut.

Un plan de relations presse ciblé

Chaque pays développe un bureau de presse afin de surveiller les tendances et de répondre aux demandes journalistiques. Des communiqués, des portages, des dîners et des voyages de presse qui génèrent pas loin de 4 000 retombées par an.

En France, tout au long de l'année, 39 communiqués ont été diffusés sur les événements phares du vignoble, les actualités des domaines, sans oublier les vendanges et le millésime 2017, 4 conférences de presse ont été organisées, 380 demandes diverses traitées, 6 accueils presse avec des dégustations ... pour un peu plus de 2 000 retombées.

Le vignoble a accueilli aussi la presse étrangère. En 2017, nous avons organisé 7 réceptions dont 3 à l'occasion de Vignes Vins et Randos, complétées par les actions des bureaux de presse à l'étranger qui ont organisé 10 déjeuners de presse et 3 portages TV. À noter, nouveau en 2017, la rencontre des vins du Val de Loire avec la presse australienne lors d'un dîner de presse à Sydney.



LES ACTIONS DE COMMUNICATION

Une communication via les outils numériques en croissance

Depuis 2010, les vins du Val de Loire développent une stratégie de communication sur les outils numériques. Cette dernière est au service de la visibilité des vins du Val de Loire mais elle se développe également pour apporter de l'information auprès de la filière.

DES OUTILS DÉVELOPPÉS ET MIS AU SERVICE DE LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION ET D'INFORMATION DE NOTRE VIGNOBLE

Pour la cible grand public, InterLoire développe une stratégie digitale sur le web et les réseaux sociaux via le site www.vinsvalde Loire.fr, dupliqué en anglais, le site www.loirevalleywine.com pour les USA ainsi que les media sociaux Facebook, Twitter, Instagram et Youtube, en France et à l'international.

- » Le site www.vinsvalde Loire.fr en chiffres vs 2016 :
18 000 visites par mois (+ 1000)
66 000 pages vues par mois (+ 22 000)
- » Les réseaux sociaux en chiffres vs 2016 :
Une communauté de 141 000 abonnés (+ 5 500)
7 000 000 de vues des publications (+ 1 000 000)

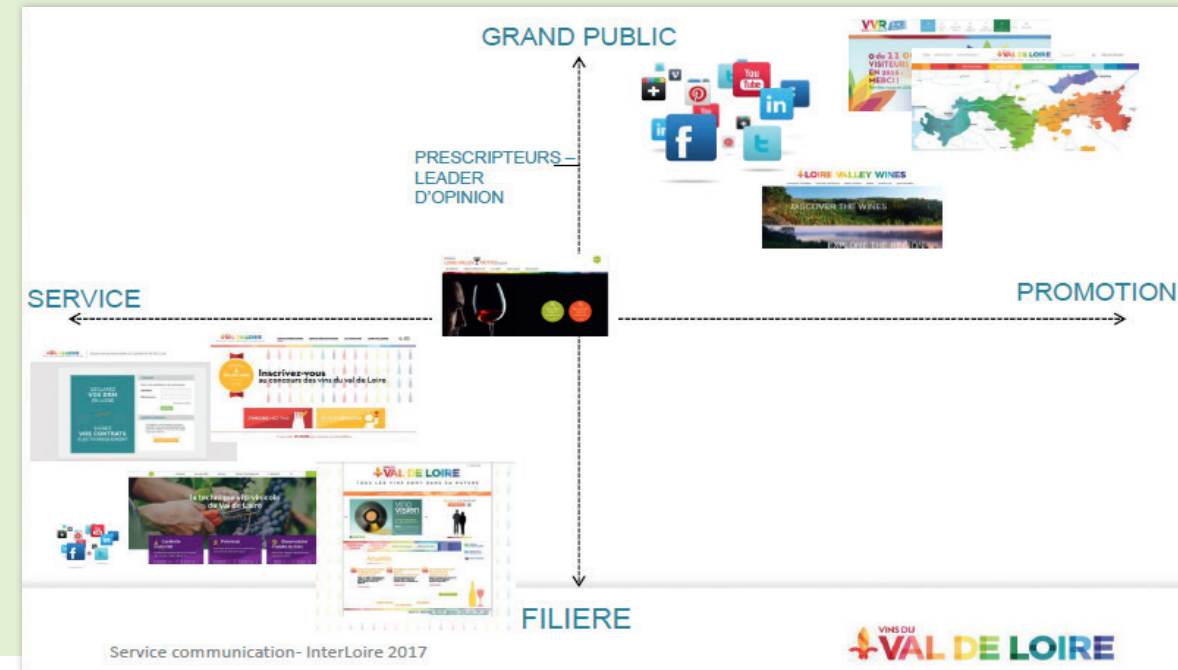
Pour la filière, InterLoire développe des outils d'informations. L'espace filière, www.filiere.vinsvalde Loire.fr est un espace d'actualités sociétale, économique, promotionnelle, oenotouristique et technique. Une newsletter filière mensuelle est envoyée à 2 188 contacts avec un taux d'ouverture de 30% en moyenne sur l'année 2017.

DE L'ACHAT D'ESPACE FRANÇAIS, UK ET USA SUR LES ÉTATS OÙ NOUS SOMMES PRÉSENTS EN COMMUNICATION

- » Décembre - Une première campagne très concluante - Très belle visibilité avec 26 500 000 d'impressions réalisées.
- Les outils numériques sont utilisés dans le cadre de chacune des actions promotionnelles, en France et à l'export. Ce canal est omniprésent et permet d'augmenter la visibilité, l'accessibilité et l'engagement. Ce sont également des outils offrant des possibilités de ciblage affinées.

DES OPÉRATIONS D'ACTIVATION DIGITALE AFIN DE RENFORCER LA VISIBILITÉ, DYNAMISER L'IMAGE ET CRÉER DU TRAFIC SUR LE SITE WWW.VINSVALDELOIRE.FR

- » Opération #LOIREMUSIQUE • 21 juin - 30 septembre : 940 000 vues ; 7 000 visites sur le site
- » Opération #VISITERCESTGAGNER • Juillet - septembre : 850 000 vues dont 100 000 des animations ; 5 000 visites sur le site
- » Vidéo vendanges en Val de Loire
Afin de promouvoir le vignoble du Val de Loire de manière engageante, InterLoire lance une trilogie de vidéos en français et en anglais : les vendanges en Val de Loire - le cycle de la vigne en Val de Loire - Au cœur des chais du Val de Loire. La première vidéo est en ligne sur la chaîne Youtube : www.youtube.com/watch?v=XO2YQbEncyM
Cette première vidéo a été vue 14 000 fois sur Facebook en 15 jours.



2017 EN IMAGES



Les salons professionnels à l'export.



La défense du vin - Outils filière avec Vin et Société.



Espace filière du site Internet : appels à échantillons etc.



L'observatoire économique : la saisie en ligne.



Les événements professionnels. Exemple : Spring to Loire aux USA.



La vie de l'institution : les AG, les commissions...



Le nouveau site [techniloire.com](http://www.techniloire.com)



Enotourisme : l'accueil en Val de Loire.



Plan de lutte contre le dépérissement.

LES ACTIONS TECHNIQUES

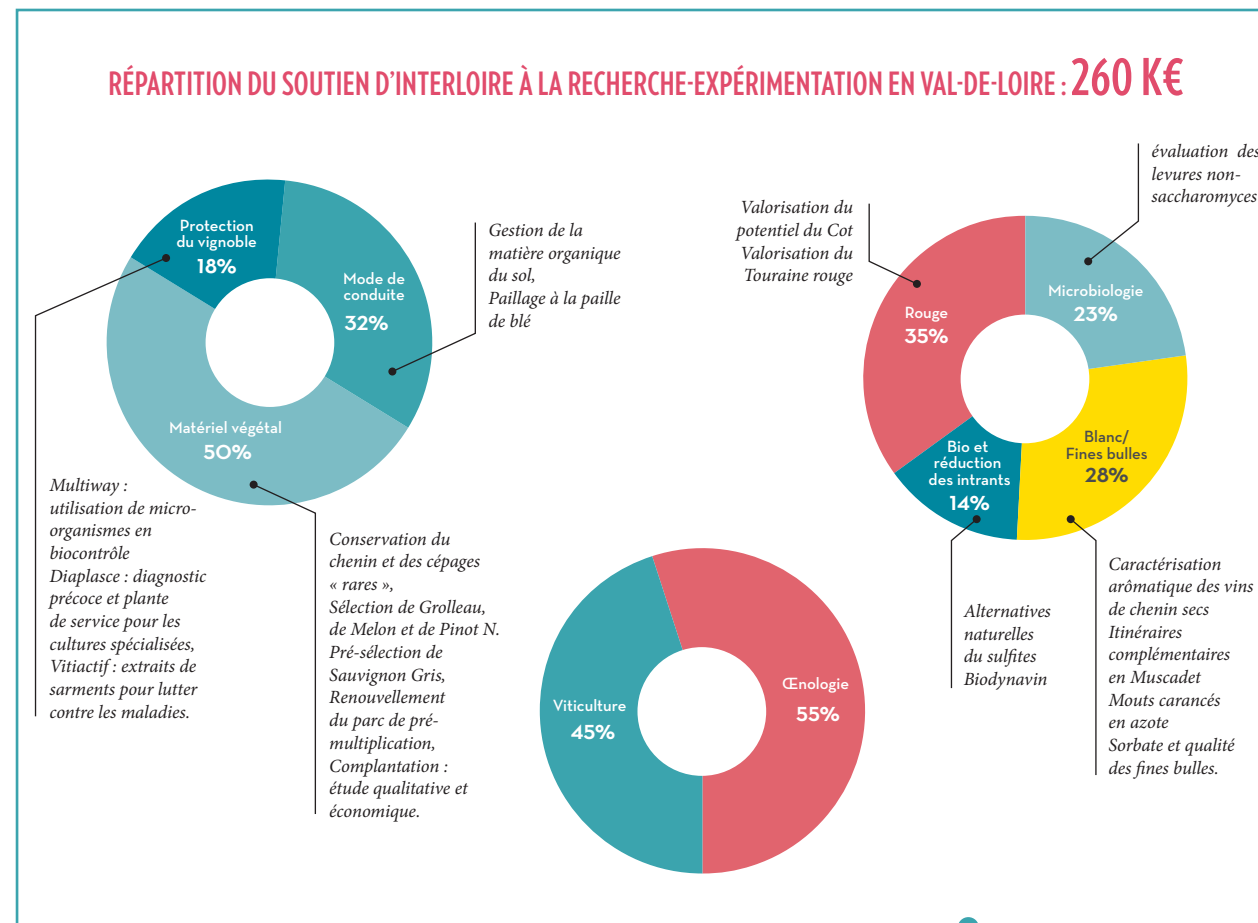
L'une des missions d'InterLoire est de favoriser la production de vins de qualité en Val de Loire en accompagnant l'innovation technique régionale. L'engagement d'InterLoire se traduit par un soutien financier important aux actions de recherche, d'expérimentation et de développement ainsi que par sa mission de transfert de l'information technique qui facilite la diffusion des avancées scientifiques et techniques auprès de l'ensemble de la filière.

Soutenir la recherche, l'expérimentation et le développement

En matière de recherche, d'expérimentation et de développement, l'orientation des actions vers des thématiques partagées par l'ensemble des acteurs est permise grâce au recensement des besoins de la profession et aux propositions émises par nos organismes scientifiques et techniques ligériens.

La construction d'un programme annuel de recherche-expérimentation-développement régional partagé est le fruit de discussions et d'échanges au sein du Conseil Technique de Bassin, co-animé par InterLoire et composé de l'ensemble des acteurs de la filière.

En fonction de l'intérêt pour la filière des différentes actions proposées, InterLoire cofinance ces dernières en partenariat avec les Conseils Régionaux et l'État (France-AgriMer) ; ce soutien financier est le poste budgétaire le plus important, puisqu'il représente 85 % du budget technique "action", soit environ 450 000 € répartis entre le soutien à la recherche-expérimentation (IFV, ESA, Universités, etc.) et le soutien au développement (Chambres d'Agriculture notamment).



Au-delà de ce soutien aux actions ligériennes, InterLoire s'investit au niveau national dans le cadre du PNDV (Plan National de lutte contre le Dépérissement du Vignoble) — maladies du bois, etc. — en octroyant une subvention de 75 K€ et en participant activement dans le déploiement du plan en région.

**NIVEAU NATIONAL :
75 K€ pour la lutte contre le dépérissement de la vigne**

Appuyer le transfert de l'information technique vers les opérateurs

Le transfert de l'information technique représente en 2017 11 % du budget technique interprofessionnel, soit 58 000€. Les actions visent à apporter de l'information adaptée selon les cibles visées et en coordination avec les organismes scientifiques et techniques du Val de Loire. Nous utilisons deux formes de communication :

LES RENCONTRES TECHNIQUES

- » La recherche vous parle, pour restituer aux élus professionnels et aux techniciens les résultats des actions de recherche et d'expérimentation co-financées par InterLoire.
- » La journée techniciens, pour former les techniciens de la filière ligérienne.
- » Les RDV Techniloire pour donner de l'information à tous.

LA COMMUNICATION DIGITALE

- » Le web avec www.techniloire.com.
- » Les réseaux sociaux avec la page Facebook et le compte twitter de techniloire.



La commission technique se penche sur les enjeux de l'irrigation en Val de Loire.

Proposer des supports d'information numériques performants et modernes

Le site www.techniloire.com accompagne depuis 2008 les professionnels du Val de Loire dans l'amélioration de leurs connaissances pour optimiser leur développement technique et la compétitivité de leurs entreprises. Dans un objectif de moderniser l'image de www.techniloire.com, d'offrir une expérience utilisateur plus efficace, InterLoire, qui administre et coordonne cet outil, a souhaité refondre complètement le site. Une nouvelle version met en avant l'ambition d'être un outil de veille performant, accessible à tous les professionnels et une passerelle unique vers des outils d'aide à la décision innovants.



La nouvelle version de www.techniloire.com offre une navigation simple et conviviale.

RÉSULTATS ET INFORMATIONS À VOTRE DISPOSITION SUR WWW.TECHNILOIRE.COM

- » Les résultats des actions de Recherche et Expérimentation terminées et présentées à la Recherche vous parle en décembre 2017.
- » Les résultats 2017 de l'observatoire maladies du bois.
- » Les actes, la synthèse et les présentations des RDV Techniloire 2017 « Quelles réponses techniques aux nouvelles tendances de consommation ? ».
- » Les 50 actualités publiées en 2017.

LES OUTILS D'AIDE À LA DÉCISION DISPONIBLES SUR WWW.TECHNILOIRE.COM :

- » Les bulletins de modélisation des risques parasitaires par vignoble.
- » Les contrôles de maturité par vignoble.
- » La cartographie interactive des terroirs : e-terroir.
- » La prévision à 7 et 14 jours de la maturation des baies de cabernet franc : Prévimat.

ACCÈS PRO

Pour accéder au contenu réservé aux opérateurs, contactez-nous au 02 47 60 55 42 ou par mail : c.mandroux@vinsvaldeloire.fr



Les intervenants des RDV Techniloire sur les réponses techniques aux nouvelles tendances de consommation.

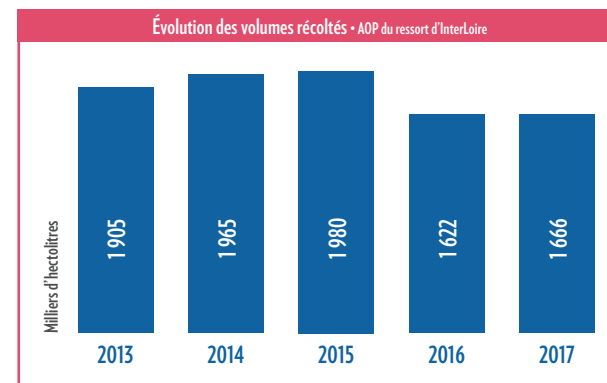
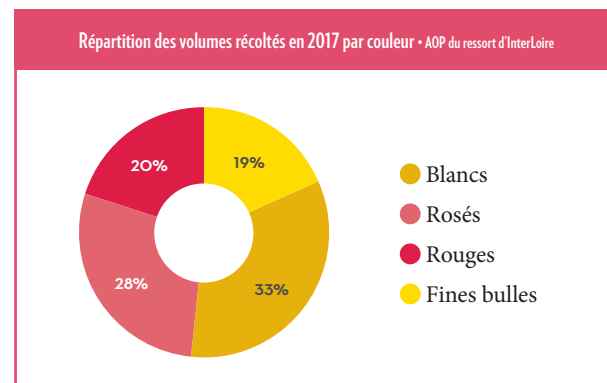
CONJONCTURE ÉCONOMIQUE 2017

La disponibilité des vins du Val de Loire est faible en 2017

La production 2017 est de nouveau impactée par le gel, comme en 2016, et ne dépasse pas le seuil des 1,7 million d'hectolitres.

Après 2008, 2012 et 2016, le vignoble ligérien a connu en 2017 un 4^e gel important au cours de la décennie. Ces épisodes de gel intense, que l'on observait assez rarement par le passé, ont tendance à se rapprocher, poussant le vignoble à se protéger et à investir dans des équipements anti-gel pour les zones les plus exposées. À cela s'est ajouté un phénomène de sécheresse au cours de l'été. L'état sanitaire du vignoble était excellent mais les baies récoltées contenaient peu de jus.

Le bilan final des volumes récoltés en 2017, 1 666 000 hl, est légèrement supérieur (+3%) à celui enregistré en 2016, mais demeure déficitaire d'environ 300 000 hl par rapport à des années « normales » comme 2015. C'est en Loire-Atlantique



que les conséquences du gel et de la sécheresse sont les plus importantes, même si le volume récolté en 2017 est supérieur de 13% à 2016. Les 2/3 des quantités d'une année « normale » ont été récoltés.

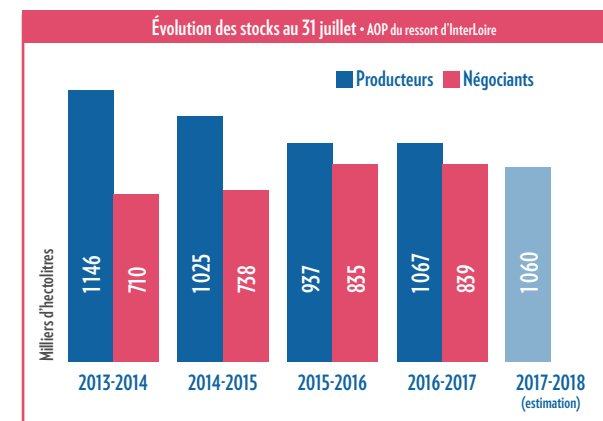
En Anjou-Saumur, le manque d'eau a probablement plus impacté le niveau de la récolte que le gel. La récolte 2017 est inférieure de 9% à 2016 et d'autant par rapport à la moyenne des 5 dernières années.

En Touraine, côté ouest, la production 2017 des AOP d'Indre-et-Loire est conforme voire supérieure à la moyenne quinquennale. Côté est, en Loir-et-Cher, le gel a été destructeur dans certaines zones et globalement, les AOP enregistrent leur plus petite récolte en 5 ans.

Comme pour l'ensemble du Val de Loire, les blancs sont majoritaires à InterLoire. Ils représentent 33% des volumes, et devancent les rosés qui pèsent 28% de la production, les rouges 20% et les fines bulles 19%.

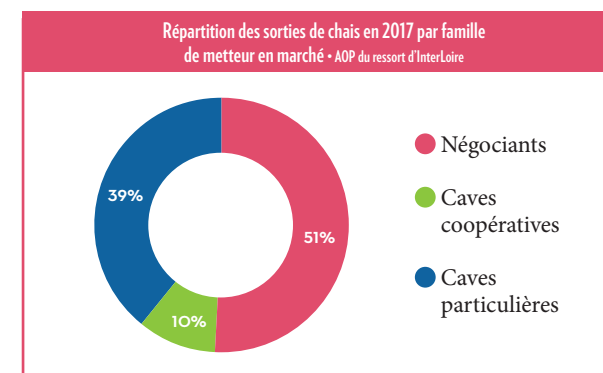
Les stocks n'ont jamais été aussi bas et leur reconstitution est difficile par manque de récolte.

Le manque de disponibilités et l'irrégularité de l'approvisionnement sont des contraintes pour le développement des marchés. Cela s'observe sur le niveau des sorties de chais qui suit une tendance baissière depuis 2 ans : 1 820 000 hl en 2015, 1 782 000 hl en 2016 et 1 738 000 hl en 2017. Les stocks sont à leur plus bas niveau. La rareté du millésime 2012 avait conduit les producteurs à faire usage de leurs stocks pour assurer leurs marchés, sans pour autant parvenir à les reconstituer avec des récoltes généreuses. Le niveau des stocks baisse au fil des ans et les petites récoltes 2016 et 2017 empêchent leur reconstitution. Au 31 juillet 2017, à la fin de la campagne 2016-2017, le niveau total de stocks (producteurs et négociants) était équivalent à un an de commercialisation : 11 mois pour les vins tranquilles et 24 mois pour les fines bulles (1 an de vins sur lattes et 1 an de vins disponibles pour les marchés).



L'une des conséquences du manque de disponibilités est la montée des cours. En moyenne, en 5 ans, le cours du vrac s'est valorisé de 39% (+45€/hl) et celui des moûts de 34% (+51€/hl).

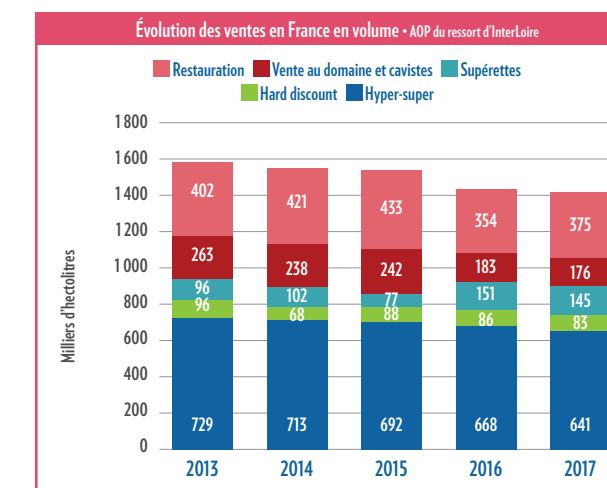
Plus de 1,7 million d'hectolitres sont sortis des chais en 2017 : la moitié à destination du négoce et l'autre moitié vendue en direct par la viticulture.



Les maisons de négoce et les producteurs se répartissent en parts égales les volumes mis en marché.

8 bouteilles sur 10 de vins du Val de Loire sont consommées en France

La France est le marché de consommation incontournable pour les vins du Val de Loire puisqu'il absorbe 81% des volumes mis en marché.



La viticulture ligérienne

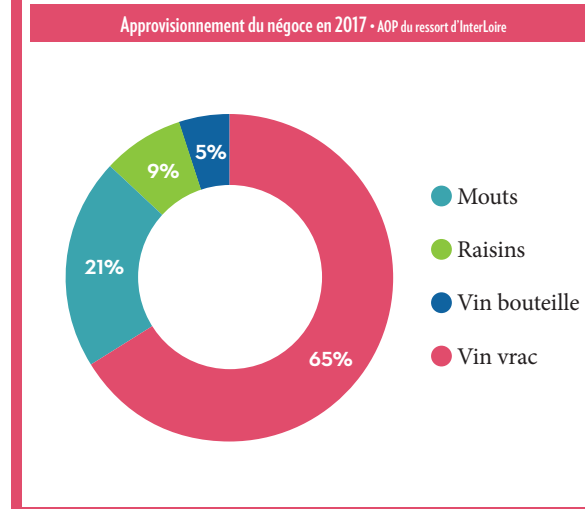
2 000 viticulteurs produisent et commercialisent des vins AOP du Val de Loire en 2017 dont 15 caves coopératives. La vente directe (hors intermédiaire négoce) représente la moitié des sorties de chais. Cette part est importante au regard des autres vignobles français. Même si elle est mal mesurée par nos outils statistiques, la vente au domaine a du poids en Val de Loire. Mille domaines sont ouverts au public. La Val de Loire est considéré comme le 1^{er} vignoble oenotouristique (ex-aequo avec l'Alsace) pour la qualité de son accueil.

LE NÉGOCE LIGÉRIEN

221 maisons ont acheté des vins du Val de Loire en 2017. Les 5 plus grosses maisons représentent la moitié des volumes, les 20 plus grosses 85%. 8 maisons sur 10 sont des structures commerciales développées par les vignerons. Elles représentent moins de 10% des volumes achetés par le négoce.

Les 2/3 de l'approvisionnement du négoce portent sur du vin en vrac. La vinification par les négociants tend à se développer.

En 2017, les raisins et moûts représentaient 30% de leurs achats, assurés à 65% par des contrats pluriannuels. La contractualisation pluriannuelle concerne 10% des transactions en vrac, laissant davantage de place au marché libre.



CONJONCTURE ÉCONOMIQUE 2017

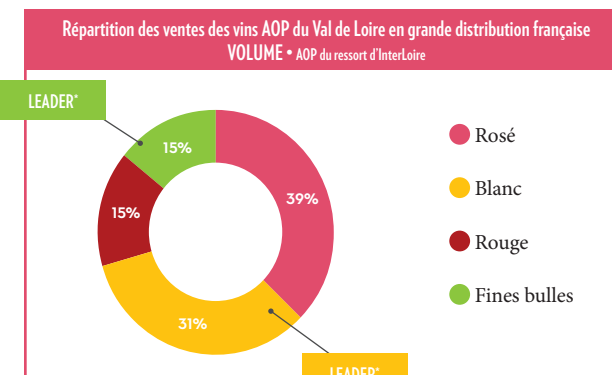
Près de la moitié des volumes vendus en France l'est dans les hypermarchés et supermarchés.

On estime le poids de la restauration à 1/3 des ventes du vignoble en France. Les ventes au domaine et chez les cavistes constituent environ 15% des volumes commercialisés sur le territoire national. Mais les outils statistiques à notre disposition les sous-estiment, probablement en faveur de la restauration.

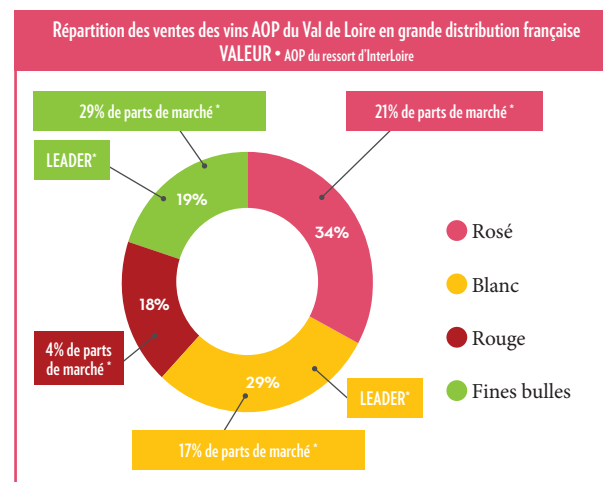
Le Val de Loire est le 3^e vignoble d'appellation le plus vendu en grande distribution française.

Sur le podium des vignobles d'appellation les plus vendus dans les hypermarchés et supermarchés, le Val de Loire détient 14% de parts de marché en volume au sein des AOP tranquilles. Malgré un tassement de ses ventes depuis 2013 (-12%), le vignoble maintient ses parts car il évolue au même rythme que le marché des AOP. En valeur (348 millions d'euros), les vins tranquilles du Val de Loire détiennent 12% de parts de marché.

En grande distribution française, les AOP du ressort d'InterLoire (tranquilles et fines bulles) représentent 90% des ventes en volume des AOP du Val de Loire et 85% de la valeur.



* au sein des AOP de la couleur concernée



Le manque de disponibilité est ressenti en grande distribution : les ventes perdent du terrain depuis 2013. En revanche, la valorisation ne cesse de croître et les prix consommateurs augmentent de 4% en 2017 pour les vins tranquilles et de 2% pour les fines bulles.

À noter le développement des ventes dans les circuits de distribution nouveaux ou en redéploiement : drive, e-commerce et commerces de proximité.

Le Val de Loire, en position de challenger en restauration

Selon le relevé d'offres en restauration à table en France réalisé en 2016, les vins du Val de Loire sont présents dans près de ¼ des établissements. Leur part d'offre est de 12%, derrière Bourgogne et Bordeaux et devant la Vallée du Rhône.

En termes de références figurant sur les cartes, le Val de Loire en présente en moyenne 6, comme la Vallée du Rhône. Bordeaux et la Bourgogne en ont deux de plus.

L'offre des vins du Val de Loire est composée à 51% de blancs, à 42% de rouges et à 8% de rosés.

Le prix médian de ses bouteilles 75 cl est de 29€ (la moitié de

son offre est vendue à moins de 29€ et l'autre moitié à plus) et celui de ses verres à 5,40€. Les vins du Val de Loire sont situés dans le cœur de gamme.

Le vignoble est avant tout présent dans l'ouest de la France où le Bordeaux est très apprécié.

Le prochain relevé d'offres en restauration aura lieu en 2019.

DES VINS DU VAL DE LOIRE MARQUÉS PAR LA FIDÉLITÉ DE SES CONSOMMATEURS

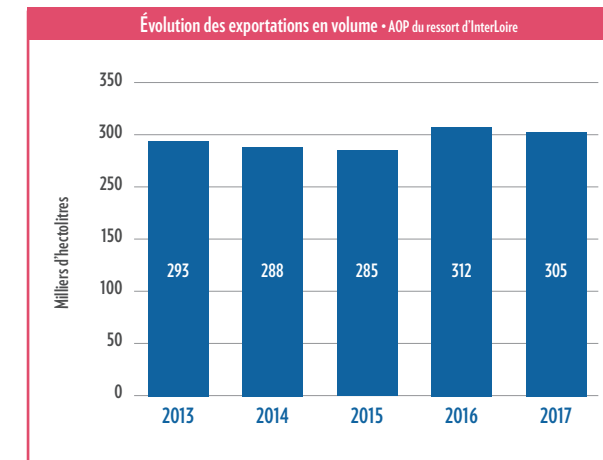
L'étude KANTAR réalisée auprès d'un panel représentatif de la population française en 2016 montre que 55% de nos acheteurs ont racheté au moins une fois les vins tranquilles du Val de Loire. Cet indicateur de fidélité a baissé par rapport à 2015 mais il demeure supérieur à celui des autres vignobles (à l'exception de Bordeaux).

Les vins du Val de Loire idéaux pour l'apéritif

Parmi les principales tendances de consommation de vins en France, l'apéritif fait l'objet de toutes les attentions. L'étude quinquennale de consommation réalisée par FranceAgriMer analyse l'apéritif comme une nouvelle manière de boire du vin, notamment au travers des apéritifs dinatoires en vogue. Les blancs arrivent en tête des vins les plus consommés suivi par les rosés. Les vins rouges restent associés à la prise de repas à table.

Selon une étude d'image et de notoriété réalisée en 2015 par BeBetter et commanditée par InterLoire, 7 Français sur 10 se disent favorables au service des vins du Val de Loire à l'apéritif. Un bon point pour le vignoble et ses productions de vins blancs, rosés et de fines bulles parfaitement adaptées à ce moment de consommation décomplexée.

À l'export : les États-Unis ou l'engouement pour les vins du Val de Loire

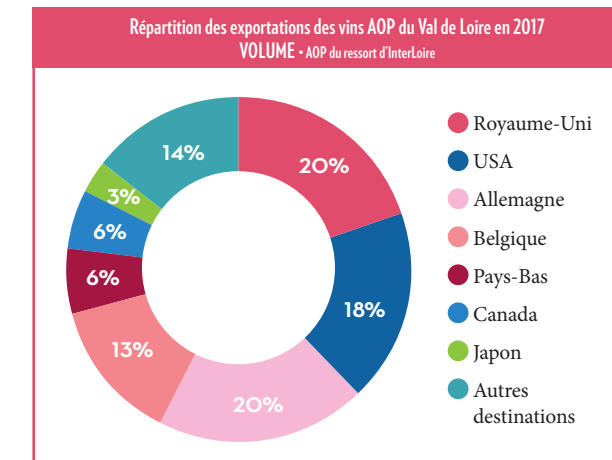


La demande pour les vins ligériens hors de nos frontières a marqué le pas en 2017, faute de disponibilités sur certains produits. Le volume exporté demeure toutefois supérieur à la moyenne quinquennale. Le chiffre d'affaires des exportations est quant à lui record en 2017 avec un peu plus de 136 millions d'euros. Il progresse de 5% avec des volumes en légère baisse de 2%.

La montée en gamme des vins du Val de Loire à l'export

La montée en gamme des vins du Val de Loire à l'export s'observe à travers le prix départ cave en hausse sur l'année de 7%, la diminution des expéditions en vrac et la part plus importante occupée par les marchés les plus valorisants.

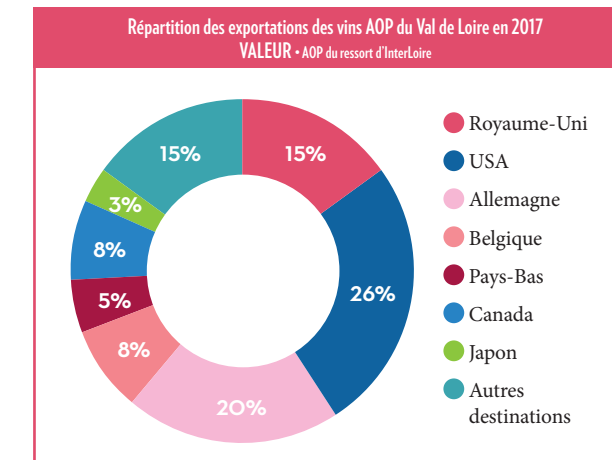
Sources : InterLoire, douanes françaises, IRI, Kantar, Abso Conseil / Mobeye, CNIV



Les AOP du ressort d'InterLoire représentent 60% des exportations en volume des AOP du Val de Loire et la moitié de la valeur.

Les États-Unis, 1^{er} marché en valeur des vins du Val de Loire, tirent les exportations ligériennes vers le haut, en volume et en valeur (+7% sur l'année). Tous les produits se développent. Le prix départ cave des vins destinés au marché américain est 42% supérieur à la moyenne des vins ligériens exportés.

Sur son 1^{er} marché en volume, **le Royaume-Uni**, les vins du Val de Loire diminuent leurs exportations de 14% en volume, qui restent toutefois supérieures à 2015 et avant. Le muscadet qui représente 1/3 des volumes exportés, ainsi qu'une grande partie des vins du Val de Loire affichent des baisses à deux



chiffres. Le manque de disponibilité combiné à la hausse des cours, à un taux de change livre / euro défavorable et aux incertitudes des conséquences du Brexit sur les marchés expliquent ce bilan.

L'Allemagne est le 2^e marché en volume et en valeur pour les vins du Val de Loire après une progression régulière de sa demande : +2% en volume et +4% en valeur sur un an, via les fines bulles.

Autres marchés sources de valorisation : **le Canada, la Suède et l'Australie**. 5^e marché en valeur, le Canada accroît en 2017 sa demande en vins du Val de Loire : +15% en volume et +17% en valeur.

En **Suède**, la croissance en volume est de 27% sur l'année et en **Australie**, elle est de 38%.

CHIFFRES CLÉS

LE VIGNOBLE



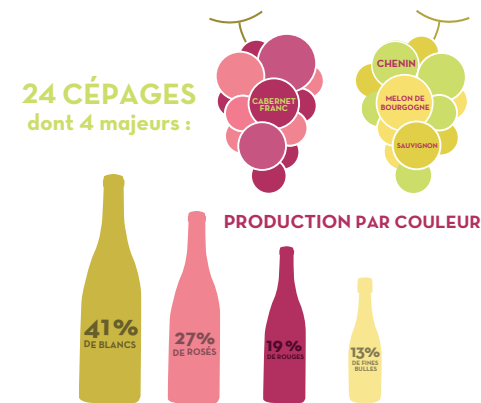
RÉPARTIS SUR :



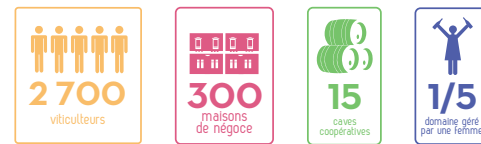
3^{ème} Région viticole française en volume d'AOC (hors Champagne)

1 des 10 vignobles européens inscrits au patrimoine mondial de l'UNESCO à Sully-sur-Loire (Loiret) à Chalonnes-sur-Loire (Maine-et-Loire)
2 000 ANS D'HISTOIRE

LES VINS



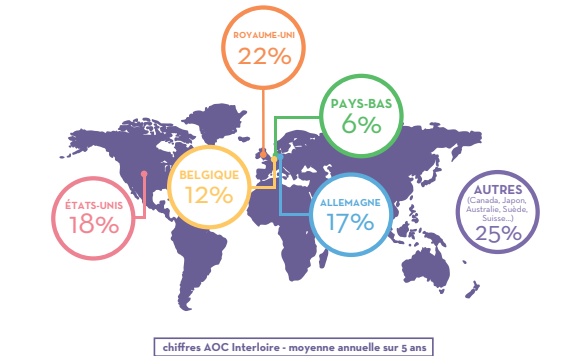
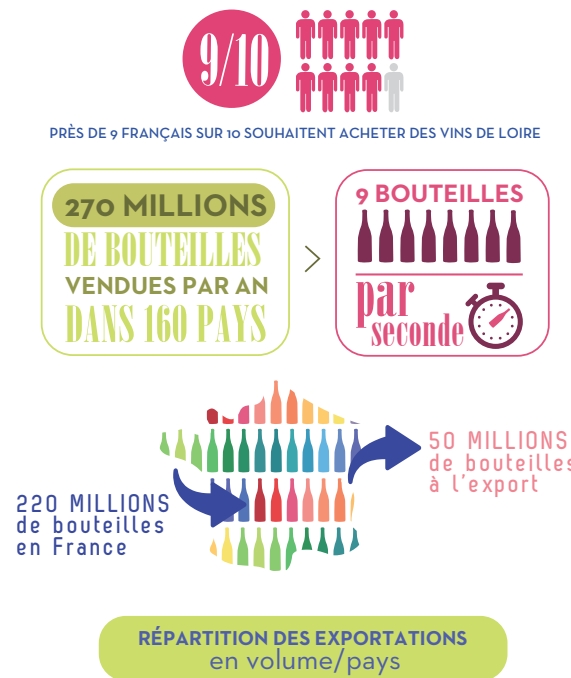
LES ENTREPRISES



L'ENOTOURISME



LA COMMERCIALISATION



NOUS CONTACTER

Pour la filière



www.filiere.vinsvalde Loire.fr

Espace d'information dédié à la filière :

- » Promotion France
- » Promotion Export
- » Cénotourisme
- » Éco & études
- » Technique
- » Actualités
- » Appel à échantillons

InterLoire Actualités

- » Tous les mois, restez informés sur les différentes actions de votre Interprofession
- » Rendez-vous sur l'espace filière, cliquez sur « Recevoir la newsletter »

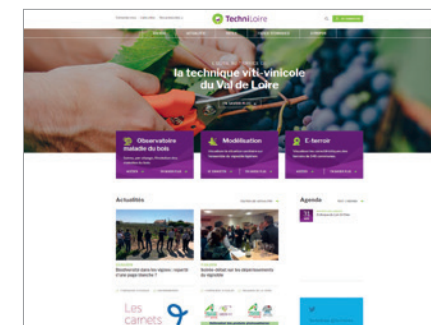
www.loire-valley-tasting.com



www.vinsvalde Loire.pro

Espace dédié aux professionnels du vignoble du Val de Loire :

- » Enregistrement des contrats d'achat en ligne
- » Enregistrement des DRM en ligne



www.techniloire.com

- » Contrôles maturité
- » Observatoire maladie du bois
- » Modélisation
- » E-terroir
- » Prévimat
- » Fiches techniques
- » Possibilité de s'abonner à la newsletter technique

Pour le grand public

www.vinsvalde Loire.fr



www.loirevalleywine.com



www.vvr.valde Loire.fr



Réseaux sociaux

Retrouvez les vins du Val de Loire sur :



AOP/IGP Ressortissantes d'InterLoire

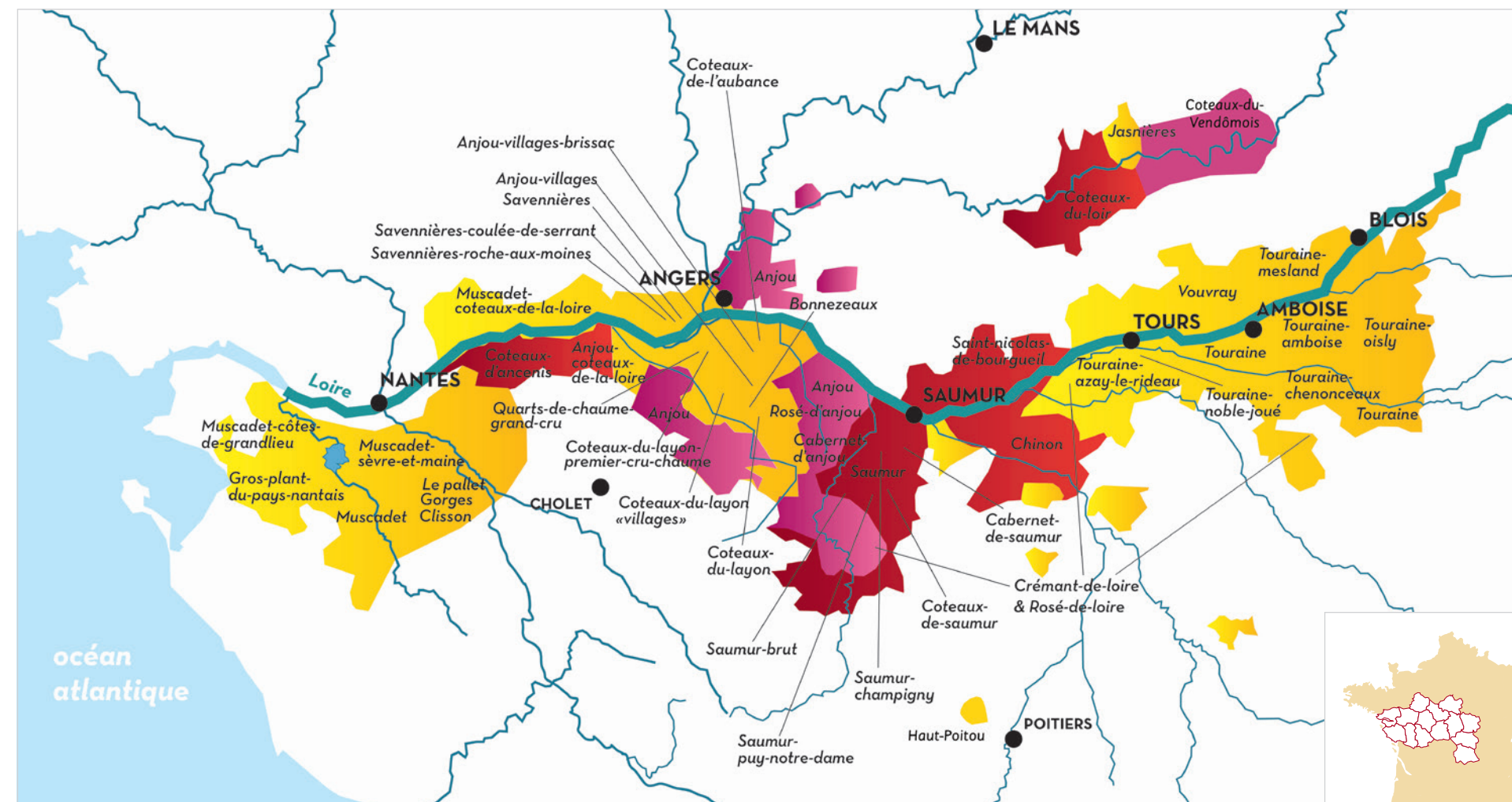
AOP

- Anjou ●●●●
- Anjou-coteaux-de-la-loire ●●●●●
- Anjou-villages ●●●●●
- Anjou-villages-brissac ●●●●●
- Bonnezeaux ●●●●●
- Cabernet-d'anjou ●●●●●
- Cabernet-de-saumur ●●●●●
- Chinon ●●●●●
- Coteaux-d'ancenis ●●●●●
- Coteaux-de-l'aubance ●●●●●
- Coteaux-de-saumur ●●●●●
- Coteaux-du-layon ●●●●●
- Beaulieu-sur-layon ●●●●●
- Faye-d'anjou ●●●●●
- Rablay-sur-layon ●●●●●
- Rochefort-sur-loire ●●●●●
- Saint-aubin-de-luigné ●●●●●
- Saint-lambert-du-lattay ●●●●●

- Coteaux-du-layon-1ercru-chaume ●●●●●
- Coteaux-du-loir ●●●●●
- Coteaux-du-Vendômois ●●●●●
- Coulée-de-serrant ●●●●●
- Crémant-de-loire ●●●●●
- Gros-plant-du-pays-nantais ●●●●●
- Haut-Poitou ●●●●●
- Jasnières ●●●●●
- Muscadet ●●●●●
- Muscadet-coteaux-de-la-loire ●●●●●
- Muscadet-côtes-de-grandlieu ●●●●●
- Muscadet-sèvre-et-maine ●●●●●
- Muscadet-sèvre-et-maine-clisson ●●●●●
- Muscadet-sèvre-et-maine-gorges ●●●●●
- Muscadet-sèvre-et-maine-le-pallet ●●●●●
- Quarts-de-chaume-grand-cru ●●●●●
- Rosé-d'anjou ●●●●●
- Rosé-de-loire ●●●●●
- Saint-nicolas-de-bourgueil ●●●●●

- Saumur ●●●●●
- Saumur-brut ●●●●●
- Saumur-champigny ●●●●●
- Saumur-puy-notre-dame ●●●●●
- Savennières ●●●●●
- Savennières-roche-aux-moines ●●●●●
- Touraine ●●●●●
- Touraine-amboise ●●●●●
- Touraine-azay-le-rideau ●●●●●
- Touraine-chenonceaux ●●●●●
- Touraine-mesland ●●●●●
- Touraine-oisly ●●●●●
- Touraine-noble-joué ●●●●●
- Vouvray ●●●●●

- IGP**
- IGP Val-de-Loire ●●●●●



les blancs secs ● les rouges ● les rosés ● les blancs moelleux ● les fines bulles ●

IGP Val de Loire
 Produits sur 14 départements
 du bassin viticole



VINS DU
VAL DE LOIRE

InterLoire remercie ses partenaires financiers :



InterLoire - 62 rue Blaise Pascal - CS 61921 - 37019 Tours Cedex 1 - Tél. 02 47 60 55 00