



RAPPORT D'ACTIVITÉS — 2016 —



SOMMAIRE



Édito	p 4-5
Missions et structures	p 6-7
Bilan financier	p 8-9
Actions économiques	p 10-11
Communication France & export	p 12-16
Actions 2016 en images	p 17
Technique et qualité	p 18-19
Conjoncture économique 2016	p 20-23
Chiffres clés / Nous contacter	p 24-25
Carte du vignoble	p 26-27



Gérard Vinet
Président

2016 restera pour le Val de Loire une année fortement ancrée dans nos mémoires

Je ne vais pas ici revenir sur l'ensemble des phénomènes climatiques intervenus lors de cette campagne. Vous le savez dans de nombreux secteurs le gel et une pression sans précédent des maladies provoquée par des pluies de printemps diluviennes et la sécheresse ont frappé durement nos vignes. Au final, une fois les déclarations de récolte connues, le constat sur l'ensemble du vignoble est mitigé : la récolte du Val de Loire fut globalement en retrait en 2016 mais dans des proportions mesurées et nous sommes en capacité d'approvisionner nos marchés, ce qui est l'essentiel.

Ainsi, cette année nous aura enseigné à nouveau qu'il faut savoir conserver une grande humilité et une grande prudence dans nos actions, notamment de communication.

Mais rassurer nos marchés n'occulte pas les enjeux structurels, dont notre incapacité à reconstituer des stocks et les événements nous auront à nouveau prouvé qu'il devient plus que jamais urgent d'enclencher une nouvelle dynamique de production, à réapprendre à produire, avec un vignoble performant et sans doute rajeuni.

C'est sur cette voie que se trouve la seule véritable garantie contre les aléas climatiques, qui comme on peut le redouter, seront de plus en plus fréquents ou violents comme énoncé lors du colloque consacré au réchauffement climatique au mois de novembre dernier.

Plus que jamais, nous avons besoin des travaux de la commission Marché et Economie Prospective pour engager une réflexion de fond sur les enjeux de notre filière de manière systémique : capacité de notre vi-

gnoble à produire, à approvisionner ses marchés et à reconstituer un niveau de stock suffisant, pour garantir la pérennité des entreprises. L'objectif étant de prendre les bonnes décisions en matière d'équilibre de l'offre et la demande, et faire en sorte que les opérateurs de la filière puissent continuer leur développement économique.

2016 : année consacrée à l'amélioration de la compétitivité de la filière, au cœur du projet de l'Interprofession

Malgré la diminution du budget de l'Interprofession, les élus ont fait le choix fort de poursuivre les investissements en recherche et développement pour préparer la Loire de demain.

Cela s'est traduit par notre participation au plan national de lutte contre les dépérissements, qui vous avait été présenté en juin dernier lors des Rencontres d'InterLoire. Bien d'autres travaux sont menés par la commission Technique (à titre d'exemple, je citerai le nouvel outil Prévimat qui permet d'anticiper la maturation des baies de cabernet franc), et il nous appartient à nous élus de poursuivre les investissements en recherche et développement pour préparer les vignes de demain, le vin de demain, la Loire de demain.

Dans cet esprit d'appui aux opérateurs de la filière, 2016 aura vu l'aboutissement d'un projet de longue haleine qui est la dématérialisation des Déclarations Récapitulatives Mensuelles (DRM). Ce projet a nécessité plusieurs années de travaux et d'échanges permanents à la fois

avec le CNIV et les Douanes pour aboutir, depuis le 1^{er} novembre, à l'ouverture de ce service en ligne de déclaration connecté aux Douanes. La simplification pour les opérateurs reste un objectif prioritaire et les travaux doivent se poursuivre, à travers le développement de la plateforme « www.vinsvaldeloire.pro ».

L'export : priorité pour la filière

L'année écoulée a vu le Val de Loire progresser à l'export de 8% en valeur et 4% en volume, ce qui en fait une des régions de France les plus dynamiques. La diversité de nos gammes, la qualité et le positionnement bien orientés de nos vins sont des atouts incontestables.

Dans un contexte général de baisse structurelle de notre consommation nationale, là où dans le même temps la consommation mondiale continue de croître, l'avenir de notre filière se joue hors de nos frontières où des relais de croissance sont possibles.

Avec 20% des ventes à l'export (contre 38% pour la filière française) et un poids équivalant à 1% de la production mondiale, le Val de Loire doit être conquérant sur les marchés extérieurs et poursuivre la valorisation du vignoble au niveau international.

C'est pourquoi il est essentiel de ne pas relâcher nos efforts et mettre le cap sur cette valorisation à l'export.

Après avoir mené des actions réussies aux États-Unis et au Canada, mais également en Europe (notamment au Royaume-Uni qui demeure la première destination de nos vins en volume), nous nous engageons à poursuivre notre stratégie offensive sur ces marchés et à conquérir de nouveaux territoires.

2016 : année de mutation de l'Interprofession

Sur le plan institutionnel, 2016 a été l'année de transition pour la restructuration d'InterLoire et plus largement de la structuration de la filière. Vous avez, en juin dernier, prolongé d'un an mon mandat et celui de l'équipe en place afin de parachever cette restructuration. Le changement pour l'institution a été profond : équipe rassemblée sur le site de Tours, arrivée du directeur d'InterLoire Sylvain Naulin, nouvelle organisation transversale dans la logique de cessation d'activité des bureaux régionaux... L'outil interprofessionnel est désormais complètement tourné vers ses missions 100% collectives au service de la filière.

La famille du négoce, à travers l'UMVL, a achevé sa mue et l'organisation de la filière s'est poursuivie pour la famille de la production avec la Confédération des Vignerons du Val de Loire (CVVL) dont la nouvelle structure est désormais en place.

L'année qui s'annonce verra la mise en œuvre pleine de cette nouvelle organisation de filière avec de nouveaux statuts, intégrant une nouvelle gouvernance et aussi la poursuite des travaux d'intégration des vins IGP de Loire au sein de notre Interprofession, avant, je l'espère, d'autres appellations, élargissant encore le socle de nos produits et couvrant l'intégralité de la gamme Loire.

Cap sur l'avenir : le développement durable

Je voudrais terminer mon propos sur les enjeux sociétaux et techniques, qui prennent une place de plus en plus importante dans nos entreprises : la problématique

environnementale et les enjeux de santé publique sont aujourd'hui au cœur des préoccupations.

Nous devons, dans le respect légitime de la protection de la santé des utilisateurs et des riverains, pouvoir continuer à exercer nos professions en disposant des outils nécessaires à la viabilité de notre production vitivinicole. Des progrès considérables ont été réalisés, et nous devons les poursuivre en conciliant ces enjeux et les intérêts économiques de la filière.

A l'initiative d'InterLoire, 2016 restera l'année de naissance d'une réflexion engagée au niveau national par les Interprofessions sur ces enjeux, pour définir la réponse qui reste à apporter par la filière vitivinicole dans son ensemble.

Notre capacité à répondre ne peut être qu'à travers un collectif fort et structuré au niveau régional et national. C'est le sens de notre engagement interprofessionnel à travers les actions conduites au sein du CNIV et de l'association Vin et Société.

En conclusion, je tiens à remercier toute l'équipe du Conseil Exécutif qui aura travaillé à réformer notre jeune Interprofession durant mon mandat, à transformer l'outil avec beaucoup d'audace comme rarement pour une institution, contribuant à mettre en mouvement la gouvernance de la filière.

Confiance, esprit d'équipe, unité..., autant de valeurs que je n'ai cessé de défendre pour mettre en œuvre efficacement tous nos projets communs. Dans un seul but : rendre une filière plus efficace, au service de nos entreprises viticoles.

Avec le souhait d'avoir créé les conditions pour de nouvelles ambitions pour notre vignoble.

MISSIONS & STRUCTURES

Quatre missions principales

- ③ 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 de transactions, l'évolution de la demande et des circuits de distribution.
- ③ Favoriser le développement technique régional et la qualité des vins d'appellation d'origine.
- ③ Organiser et harmoniser les pratiques et les relations professionnelles en usage, sous contrôle des pouvoirs publics.
- ③ Promouvoir en France et à l'étranger, la notoriété et l'image du vignoble du Val de Loire et ses appellations.



Les instances

L'Interprofession est basée sur la représentativité des élus à parité entre les deux familles professionnelles et le caractère démocratique des prises de décisions.

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.

- ③ Elle élit le Président, les membres du Conseil Exécutif et des Commissions Thématiques.

- ③ Elle définit la politique d'InterLoire, vote le budget et approuve les comptes de l'exercice clos.

Le Président est élu pour un mandat de trois ans, alternativement issu de la production ou du négoce. Le Président d'InterLoire est Gérard Vinet, vigneron sur l'appellation Muscadet, élu le 25 juin 2013.



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.



LE CONSEIL EXÉCUTIF, une instance stratégique :

Constitué de 18 membres élus avec application de la parité entre les deux familles professionnelles.

- ③ Il exécute et fait exécuter les missions qui lui sont confiées par l'Assemblée Générale.
- ③ Il assure le fonctionnement administratif d'InterLoire.
- ③ Il donne les orientations stratégiques et budgétaires sur proposition des commissions.

Composition du Conseil Exécutif :

- ③ Président : **Gérard Vinet**
- ③ 1^{er} Vice-Président : **Bernard Jacob**
- ③ Vice-Présidents : **Jean-Max Manceau, Rodolphe Lefort**
- ③ Trésorier : **Olivier Brault**
- ③ Secrétaire : **Noël Bougrier**

Membres du collège négoce :

Noël Bougrier, Louis Chainier, Jean-Martin Dutour, Jean-Marc Fontaine, Gilles Foulon, Pascal Guilbaud, Bernard Jacob, Rodolphe Lefort, Denis Rolandeau.

Membres du collège viticulture :

Olivier Brault, Benoît Gautier, Lionel Gosseume, Max Laurilleux, Pierre Lieubeau, Jean-Max Manceau, Laurent Ménestreau, Jean-Michel Morille, Gérard Vinet.

L'Interprofession des Vins du Val de Loire – InterLoire – est née de la volonté des vignerons et négociants du Pays Nantais, de l'Anjou, du Saumurois et de la Touraine de défendre et développer leurs 50 appellations et dénominations d'origine, ratifiées par décrets. Ses quatre missions principales sont représentées par trois instances composées d'élus et mises en oeuvre par l'équipe opérationnelle permanente.

LES COMMISSIONS THÉMATIQUES

Elles mènent à bien les missions qui leur sont confiées par le Conseil Exécutif ou par l'Assemblée Générale et rendent compte régulièrement de leurs actions au Conseil Exécutif.

Une commission Technique et Qualité

présidée par Jean-Michel Morille.



Objectif : Aborder les problématiques techniques et les besoins associés de la filière qu'ils soient transversaux ou spécifiques à une appellation. Définir les actions techniques à mener et décider des moyens à leur consacrer.

Une commission Marché et Économie Prospective

présidée par Laurent Ménestreau.



Objectif : Analyser les marchés amont et aval afin d'accompagner la filière à optimiser son positionnement. Se projeter paritairement sur le moyen et le long terme. La commission mène ses travaux dans un état d'esprit d'anticipation des problématiques de la filière.

Les commissions Communication

présidées par Jean-Martin Dutour (à gauche) et Noël Bougrier (à droite).



Objectif : Définir la stratégie de communication "Val de Loire" en France et à l'export dans le cadre de la stratégie générale définie par le Conseil Exécutif.

Elles définissent :

- ① Un cadre général d'actions,
- ② Le cadre dans lequel les appellations peuvent évoluer par rapport au cadre général et à la stratégie de communication Val de Loire,
- ③ Contrôlent la mise en œuvre par les services responsables de la stratégie Val de Loire,
- ④ Mettent en cohérence les stratégies de communication des appellations dans le cadre de la stratégie Val de Loire.



Assemblée Générale au mois de juin 2016 (ci-dessus et tout en bas).



À droite, Gérard Vinet, président d'InterLoire et à gauche, Bernard Jacob, 1^{er} vice-président d'InterLoire.



BILAN FINANCIER

Les comptes de l'exercice 2016 de l'Interprofession présentent un résultat excédentaire de 1 051 311 euros. Ce résultat s'explique principalement par le recouvrement actif de l'année 2016 des cotisations antérieures.

L'exercice 2016 fait suite au projet d'évolution de l'Interprofession voté à l'unanimité des collègues lors de l'Assemblée Générale du 23 juin 2015.

Au niveau des recettes de cotisations interprofessionnelles, les volumes de sorties de chais à hauteur de 1 853 593 hl ont permis à InterLoire de bénéficier d'un montant de cotisations de 4 474 K€.

Ce niveau de recette est inférieur de 37% par rapport à l'exercice précédent du fait de la mise en place du nouveau taux unique de cotisation interprofessionnelle à hauteur de 2,50 €/hl pour l'ensemble des transactions à partir de 2016.

Face à la diminution anticipée du budget global d'InterLoire en 2016, le Conseil Exécutif avait décidé d'entreprendre une restructuration profonde de l'entreprise au cours du dernier trimestre 2015 avec principalement :

- ② la mise en œuvre d'un plan de licenciement prévoyant le départ de 13 collaborateurs,
- ③ la fermeture des 4 Maisons des Vins situées à Nantes, Angers, Saumur et Tours ainsi que des délégations régionales situées à Angers et Vertou.

Ces décisions ont continué d'impacter les comptes sur l'année 2016 pour un montant global de 76 K€ (contre 580 K€ pour l'exercice 2015).

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 plateforme www.vinsvaldeloire.pro.

- ④ Après la mise en place d'un service en ligne d'enregistrement et de signature des contrats d'achats fin 2014, la dématérialisation de la Déclaration Récapitulative Mensuelle (DRM) en ligne fin 2015, la plate-forme www.vinsvaldeloire.pro est connectée avec le portail de la Douane depuis le 1^{er} novembre 2016.

- ⑤ 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.

- ⑥ En août 2016, le nouveau site internet grand public, « www.vinsvaldeloire.fr » est mis en ligne.

Synthèse

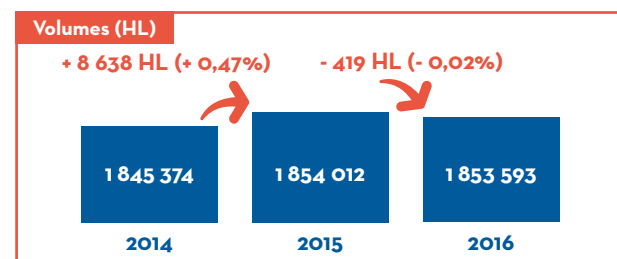
Comptes	2014	2015	2016
Produits d'exploitation	10 172 817 €	9 396 944 €	6 555 646 €
Cotisations interprofessionnelles	7 800 710 €	7 055 926 €	4 474 136 €
Ventes (1)	743 384 €	677 232 €	121 575 €
Subventions	1 180 331 €	890 955 €	774 184 €
Autres produits d'exploitation	448 392 €	772 832 €	1 185 751 €
Charges d'exploitation	10 184 295 €	9 905 318 €	5 589 788 €
Résultat d'exploitation	-11 478 €	-508 374 €	965 858 €
Produits financiers	92 496 €	119 015 €	151 353 €
Charges financières	59 151 €	48 853 €	43 314 €
Résultat financier	33 345 €	70 162 €	108 039 €
Produits exceptionnels	72 820 €	78 125 €	122 323 €
Charges exceptionnelles	28 847 €	315 609 €	132 908 €
Résultat exceptionnel	43 973 €	-237 484 €	-10 585 €
Impôts sur les bénéfices			12 000 €
RESULTAT NET	65 840 €	-675 696 €	1 051 311 €

(1) Les ventes comprennent essentiellement les ventes réalisées par les Maisons des Vins de Loire ainsi que les ventes d'objets publicitaires

Ressources

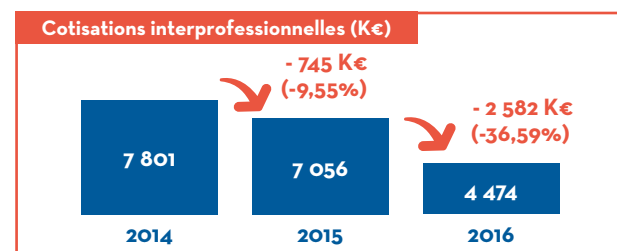
VOLUMES

Volumes 2016 : 1 853 593 hl, légèrement supérieurs aux prévisions budgétaires (1 830 000 hl).

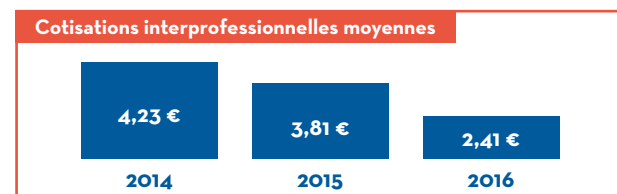


COTISATIONS INTERPROFESSIONNELLES

Les cotisations facturées par l'Interprofession s'élèvent à 4 474 136 € pour l'année 2016.



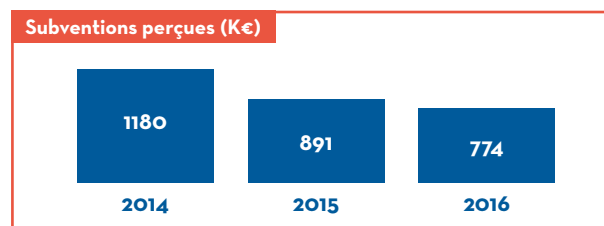
La cotisation interprofessionnelle moyenne versée à l'Interprofession au cours de l'année 2016 s'élève à 2,41 €, ce qui représente une cotisation moyenne au col de 0,0181 €.



SUBVENTIONS

L'Interprofession est soutenue dans ses actions par des subventions obtenues auprès de différents partenaires. Nos principaux soutiens en 2016 proviennent de l'Europe, des régions Centre-Val de Loire et Pays de la Loire.

Les actions de l'Interprofession soutenues par des subventions en 2016 concernent l'export dans les Pays Tiers, les salons internationaux et l'œnotourisme.



Cotisations volontaires obligatoires

 Actions de communication et France Export
 **0,0060 € / bouteille**

 Observatoire économique & vinsvaldeloire.pro
 **0,0019 € / bouteille**

 Technique et Qualité
 **0,0025 € / bouteille**

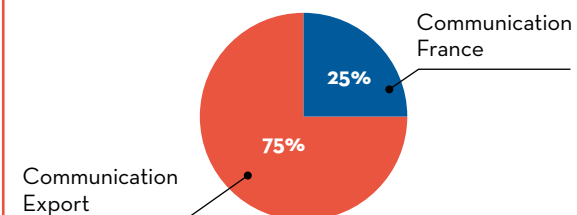
 Soutien Vin et Société
 **0,0004 € / bouteille**

Emplois

EMPLOIS 2016 (K€)

	Financements			
		Subventions	BIVC	InterLoire
Fonctionnement	489			489
Communication	2 366	774	117	1 475
Animation filière	243			243
Observatoire				
économique	480			480
Technique	627			627
Vins & Société	110			110
Total	4 314	774	117	3 423

EMPLOIS 2016 EN COMMUNICATION



Réserves

Les réserves de l'Interprofession s'élèvent à fin 2016 à la somme de 7 719 K€ qui comprend le résultat excédentaire de l'exercice 2016 de 1 051 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 de la presse, des étudiants ou à tout autre organisme intéressé.

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

① InterLoire suit le **marché « amont »** qui correspond aux récoltes, stocks, sorties de chais des vignerons, caves coopératives et négociants. Au travers des contrats d'achat à la propriété interprofessionnels, InterLoire établit les cotations des transactions entre les producteurs et les metteurs en marché.

② InterLoire s'intéresse également à l'« aval » correspondant aux **marchés de distri-**

bution 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 la simplification pour les 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.vinsvaldeloire.pro qui a permis aux viticulteurs, négociants et courtiers **d'enregistrer et de signer en ligne leurs contrats d'achats en propriété.**

En 2016, les deux tiers des contrats enregistrés par InterLoire sont réalisés sur le portail www.vinsvaldeloire.pro, soit un peu plus de 4 000 contrats.

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

Pendant un an, une soixantaine de vignerons a testé et amélioré l'outil leur permettant de créer l'intégralité de leur DRM, disponible en format PDF et transmissible aux douanes locales par courrier postal ou électronique.

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'enlèvement. 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.

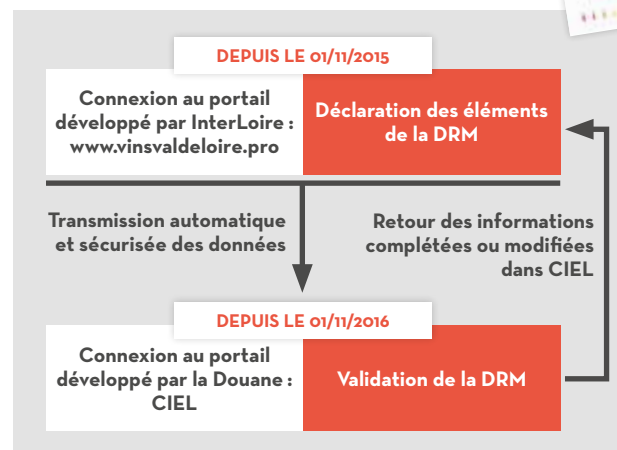
Projet d'envergure nationale, mené conjointement par la Douane et les Interprofessions, le processus complet de dématérialisation des DRM a abouti en novembre 2016 après de nombreuses années de réflexions, négo-

Qu'est-ce qu'une DRM ?

La Déclaration Récapitulative Mensuelle est un document à caractère fiscal pour la Douane et à caractère statistique et budgétaire 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'entreprenneur agréé : pour chaque produit en cave, l'opérateur déclare chaque mois ses mouvements d'entrées et de sorties, ainsi que son stock. La DRM suit également le compte capsules et est le support des droits de circulation des vins.

ciations 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 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 2016, ils étaient 178 à s'être connectés à www.vinsvaldeloire.pro.

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

Lors de sa réunion du 18 février 2016, le Conseil Exécutif d'InterLoire a décidé de mettre en œuvre l'un des axes stratégiques de l'évolution de l'Interprofession : InterLoire est le lieu de rencontres entre le négoce et la viti-culture pour définir la stratégie des vins du Val de Loire afin de construire durablement de la valeur ajoutée.



En 2016, 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

Marché et Economie Prospective (MEP) par appellation ou groupe d'appellations.

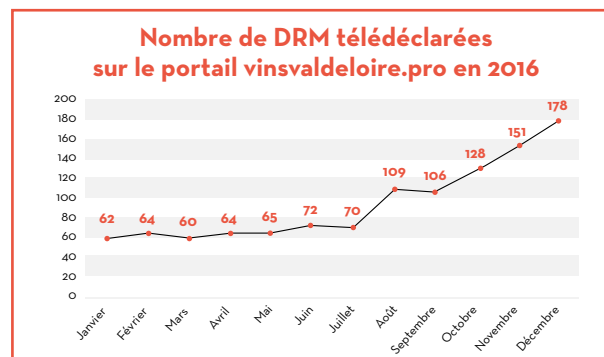
Les objectifs de ces commissions MEP sont :

- ① Faire une analyse plus précise des données amont et aval,
- ② Se projeter paritairement sur le moyen et le long terme,
- ③ 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 à court et moyen terme.

Elles doivent privilégier la co-construction sur des sujets macro-économiques à court, moyen et long terme.



4 groupes ont été créés en 2016 :

- ① « Vins de Nantes » : Muscadet et Gros-Plant.
- ② « Rosés de l'Anjou-Saumur » : Cabernet d'Anjou, Rosé d'Anjou et Rosé de Loire.
- ③ « Fines bulles » : Crémant de Loire, Saumur, Touraine et Vouvray.
- ④ « AOP Touraine ».

Ces groupes se sont chacun réunis 2 fois en 2016 (à l'exception du dernier), avec l'objectif de 3 rencontres par an.

InterLoire et le Comité Interprofessionnel des vins IGP du Val de Loire (CIVDL) ont reconduit le 28 juin 2016 la convention de partenariat pour la campagne 2016-2017

Une première convention a été signée le 29 octobre 2015 avec pour principal objectif la construction d'une stratégie cohérente pour la valorisation des indications géographiques du Val de Loire en renforçant le poids politique et économique des acteurs de la filière des vins du Val de Loire.

Le second objectif est de faciliter la vie des opérateurs et des organismes de la filière avec le développement d'un portail web pour la gestion et le suivi individuel des obligations déclaratives (entre autres la déclaration récapitulative mensuelle).

Concrètement, InterLoire saisit pour le compte du CIVDL les données relatives aux IGP issues des déclarations récapitulatives mensuelles (DRM) depuis le 1^{er} août 2015, et les contrats d'achat en propriété depuis le 1^{er} août 2016. Déjà impliqué dans les réflexions prospectives d'InterLoire, le CIVDL s'appuie sur l'expertise d'InterLoire pour la construction d'un observatoire économique pour mieux connaître les marchés amont et aval des IGP du Val de Loire.

L'étape suivante est l'intégration de l'IGP Val de Loire à InterLoire, annoncée lors de l'Assemblée Générale de décembre 2016.

COMMUNICATION FRANCE & EXPORT

« Il est opportun, au vu des données de marché, de continuer nos investissements en Amérique du Nord : potentiel et valorisation, sans laisser tomber les marchés européens. »

Noël Bougrier

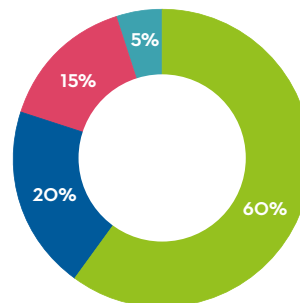
Rappel de la stratégie de communication

- ③ **Stratégie offensive sur le marché nord-américain** avec des perspectives de développement et croissance.
- ③ **Stratégie défensive sur les marchés européens** 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.
- ③ **Stratégie d'accompagnement pour les marchés en voie de développement** où un travail de présentation / formation de l'offre est nécessaire.

Le plan de communication 2016 propose aux prescripteurs et au grand public (Millenials) de découvrir, déguster et recommander la gamme des vins du Val de Loire. Il s'appuie sur un mix d'outils complémentaires.

RESSOURCES 2016

● InterLoire
● BIVC
● Régions
● OCM



BUDGET 2016

Europe : 52%

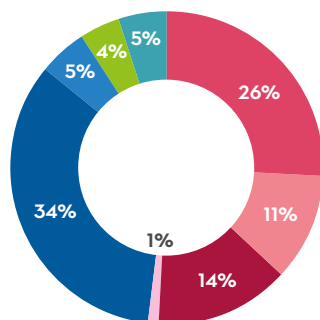
● France
● Royaume-Uni
● Benelux
● Allemagne

Amérique du Nord : 39%

● USA
● Canada

Autre : 9%

● Autres pays
● Salons



L'ensemble des actions ainsi développées s'est appuyé sur les temps forts de la vie ligérienne, notamment le passage du Tour de France en Anjou et Saumurois, ou encore des manifestations majeures qui se sont déroulées sur nos marchés.

Après les blancs autour du chenin et les rouges autour du cabernet franc, le fil rouge pour 2016, dans l'ensemble de nos pays cibles, a été les Fines Bulles de Loire, catégorie qui suscite un vif intérêt.



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 repas et des voyages de presse qui ont généré 2 800 retombées en France et 1 326 retombées à l'export suite aux actions de promotion à l'étranger. Le Tour de France a sillonné les routes d'Anjou-Saumur en juillet. À cette occasion, des dossiers œnotouristiques ont été remis à la presse française et étrangère.



En France, tout au long de l'année, 49 communiqués ont été diffusés sur les événements phares du vignoble, les actualités des domaines, sans oublier les vendanges et le millésime 2016.



Aux USA, 7 placements produits au sein de la télévision américaine ont été réalisés afin d'accroître la notoriété des appellations auprès d'un large public.

L'Œnotourisme



En 2016, le Val de Loire a poursuivi son action autour de deux thèmes majeurs : développer l'attractivité de la destination par la qualification de l'offre et accroître sa visibilité auprès des clientèles. Le réseau des caves touristiques en 2016 : 350 caves labellisées dont 60 caves « excellence ». L'observatoire de l'œnotourisme a permis de mettre en lumière les chiffres clés en 2015 pour les caves touristiques :



En termes de promotion, les vins du Val de Loire ont :

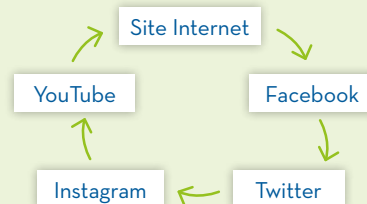
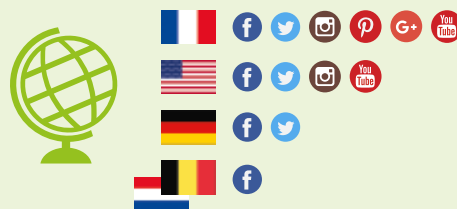
- ① Accompagné à l'étranger les programmes Atout France avec les régions Centre-Val de Loire et Pays de la Loire, notamment vers les USA (accueil d'une bloggeuse), le Royaume-Uni (campagne d'affichage) et la Belgique (quizz interactif relayé en presse), avec présence de la destination sur le portail œnotouristique « visitfrenchwine.com ».
- ② Réédité la carte des caves touristiques : 180 000 ex sur 4 000 points de diffusion.
- ③ Réalisé 7 communiqués de presse spécifiques pour 268 retombées.
- ④ Communiqué en partenariat avec les Gîtes de France et les Châteaux de la Loire.



Une communication numérique engageante

Renforcer l'engagement. Les progrès technologiques ont permis aux utilisateurs non seulement de passer plus vite d'une plateforme à une autre mais également d'utiliser ces plateformes simultanément.

Une vision intégrée et transversale pour l'ensemble de nos marchés a été mise en place afin de fournir une expérience optimale à chaque internaute.



UN NOUVEAU SITE POUR VALORISER TOUTE LA DIVERSITÉ DU VIGNOBLE DU VAL DE LOIRE

Parce que les vins du Val de Loire sont dans l'air du temps, les outils numériques doivent l'être tout autant !

L'objectif de la refonte de ce site est double. Cette plateforme valorisera la création de contenus diffé-

renciants, en France et à l'export, avec l'objectif d'attirer de nouveaux amateurs de vins du Val de Loire. Depuis 2013, le site a permis de recruter 3 000 nouveaux consommateurs par mois. En 2016, le site a été visité 17 000 fois par mois et le contenu du site a été vu 44 000 fois par mois.

La mise en ligne du nouveau site web en août 2016, valorisée par un jeu concours en ligne, a permis une augmentation du nombre de visites (+ 50%) et de pages vues (+ 90%) par rapport à la période précédente.

UN RAYONNEMENT INTERNATIONAL SUR LE WEB POUR LES VINS DU VAL DE LOIRE

Les vins du Val de Loire bénéficient d'une présence sur les réseaux sociaux en France et à l'international (135 500 abonnés). En 2016, InterLoire a renforcé la transversalité des contenus et leur rayonnement en France, aux États-Unis, en Allemagne et au Benelux. Par ailleurs, l'ensemble des contenus du site a été entièrement traduit en anglais.



COMMUNICATION FRANCE & EXPORT

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 Loire » ou déjà installés et reconnus sur le territoire. Les professionnels (importateurs, distributeurs, conseillers en vente mais également journalistes et blogueurs) et les consommateurs / amateurs de vin ont pu profiter de ces mises en avant.

QUELQUES EXEMPLES



Les Bulles à la Mer

(Middelkerke - Belgique) - 12 au 15 août : Cette célèbre station balnéaire organise 4 jours de dégustation de « Bulles du monde » et avait pour invité d'honneur en 2016 : « Les fines bulles du Val de Loire ». Environ 7 000 verres de fines

bulles de Loire ont été vendus par les distributeurs qui présentaient 9 références différentes, aux 3 750 visiteurs présents.

Tasty 2016 (Pays Bas) - 11 et 12 novembre

: Espace dédié aux vins du Val de Loire, au cœur d'un des plus grands salons culinaires aux Pays-Bas, combiné avec une masterclass Loire Valley Wines, ayant accueilli 10 000 visiteurs sur 2 jours. Au total, 8 vins ont été présentés (6 pour la dégustation et 2 pour la Masterclass).



London Wine Week

(Royaume-Uni) - 23 au 29 mai :

Les vins du Val de Loire ont été « Headline Partner » de cette 3^e édition. Les vins de la région ont bénéficié d'une couverture médiatique considérable via les outils de communication mis en place par les organisateurs. La London Wine Week a fait le sujet de plus de 80 articles, pour atteindre une audience potentielle de **46,5 millions de personnes**.

La LWW, ce sont aussi :

- ⌚ £ 100 K générés auprès des participants entre les menus exclusifs, événements dédiés et pop-ups,
- ⌚ 125 établissements participants,
- ⌚ 10 000 participants au festival.

La Loire en Couleurs (Canada)

ou encore **Edible (USA)**

Les vins du Val de Loire ont été partenaires d'événements phares en Amérique du Nord :

- ⌚ Wine Riot à Chicago, les 14 et 15 octobre,
- ⌚ Edible à New York, le 20 octobre,
- ⌚ SommCon et le Wine & Food Festival à San Diego, du 17 au 19 novembre,
- ⌚ Soirée « Fonds Exquis » nommée pour l'occasion « La Loire en Couleurs » à Montréal, le 24 novembre.

Au total, ce sont 150 consommateurs et professionnels qui ont été formés aux vins du Val de Loire et plus de 7 000 personnes qui ont participé à ces événements où les vins du Val de Loire étaient proposés à la dégustation.



Edible (NYC)

La Loire en Couleurs (Montréal, Québec)

Spring to Loire :

La journée des vins du Val de Loire aux États-Unis

Spring to Loire, devenue journée incontournable et rendez-vous annuel des professionnels pour les vins ligériens, s'est déclinée en 2016 à 360° sur trois marchés cibles (5 avril à **New York**, 19 avril à **Chicago** et le 3 mai à **Los Angeles**).

Au total, 317 vins ont pu être présentés par les importateurs présents sur les trois villes à plus de 400 personnes issues du trade et de la presse. En 2016, deux nouveautés :

- ① Des séminaires de 30 minutes sur des thématiques ciblées ont été proposés aux visiteurs. Ceux-ci ont rencontré un franc succès en dépassant les objectifs de participation. Ce sont 239 personnes qui y ont assisté.
- ② Des déjeuners de presse dans chacune des villes avec un ambassadeur ligérien pour les animer.



Séminaire (NYC)



Espace de dégustation (Chicago)



Déjeuner de presse (LA)

Salons

Les vins du Val de Loire étaient à **Prowein** du 13 au 15 mars. **L'Espace Libre Dégustation** présentait 348 échantillons et a attiré 1 440 professionnels qui ont pu librement (re)découvrir et déguster l'ensemble des appellations.

L'ensemble des vins disponibles sont également mis en avant sur le site www.loirevalleytasting.com.

Au mois d'octobre les distributeurs belges ont présenté aux consommateurs belges 104 échantillons de vins du Val de Loire lors du salon **Megavino** du 21 au 24 octobre à Bruxelles sur **L'Espace Libre Dégustation** et sur le site www.loirevalleytasting.com.

Les vins du Val de Loire ont aussi participé au Salon « **Destination Vignoble** » les 12 et 13 octobre 2016 à Reims.

17 exposants du Val de Loire présents, 60 RDV avec les tours opérateurs réalisés par InterLoire et les régions Centre-Val de Loire et Pays de la Loire.



COMMUNICATION FRANCE & EXPORT

Vignes, Vins, Randos en Val de Loire, 13^e édition, les 3 et 4 septembre 2016

Aux quatre coins du vignoble, c'est à travers 14 randonnées que les visiteurs, plus curieux et enthousiastes que jamais, ont pu déguster les pépites du Val de Loire, tout en découvrant les plus beaux paysages de la région. Un record d'affluence pour cette édition marquée par une météo ensoleillée...et la joie de vivre des participants !

DES INSTANTS PLACÉS SOUS LE SIGNE DU BIEN-ÊTRE !

Vignes, Vins, Randos a marqué les esprits avec des balades « Yoga du rire » : cette activité, réjouissante et bénéfique, s'est invitée dans les vignes pour un vrai moment de relaxation. Des milliers de Yogi se sont ainsi ressourcés en pleine nature pour découvrir le vignoble d'une toute autre façon. Un concept unique où le rire communicatif a su faire vibrer les vignes et instaurer un bien-être général que certains ne sont pas prêts d'oublier.

UNE 13^e SAISON QUI S'INTERNATIONALISE

En proposant pour la première année des parcours ouverts le samedi matin, Vignes, Vins, Randos répond à l'engouement des participants venus des quatre coins de France... et du monde. Canadiens, Russes,

Américains, Anglais, Suédois, Danois... avaient fait le voyage pour assister cette année à VVR... Ensemble, les randonneurs ont profité de ce rendez-vous unique pour savourer les délices du Val de Loire.



Parole de vigneron :
« Vignes, Vins, Randos, c'est une très bonne occasion de pouvoir partager notre expérience et notre passion, à tous ! Quel plaisir de voir autant de monde découvrir nos vins et notre région ! En tant que vigneron, je suis fier de participer à cet événement qui met en lumière notre magnifique vignoble. »

Un succès :
11 000 marcheurs réunis à la découverte du Val de Loire, 450 retombées dans les médias ; 20 millions de contacts avec le plan publicitaire

Des formations pour faciliter, simplifier la connaissance des vins du Val de Loire

Un programme de formation continue a été dispensé à l'international afin de développer la connaissance et la curiosité sur les vins de Loire, mais également dans le souci d'en simplifier sa compréhension.



① Nouveau kit pédagogique pour l'Afrique. 4 nouveaux ambassadeurs pour l'Angola (Hilderico Couthinho et Luis Maia Nascimento) et pour le Nigéria (Kelvin Chundi Okechukwu et Kufre Etim Akpan).



- ② La formation des élèves sommelières reste un axe privilégié auprès des écoles hôtelières pour permettre aux futurs sommelières d'enrichir leurs connaissances sur le vignoble et les AOC ligériennes.
- Aux Pays-Bas : 9 écoles de niveau 1 et niveau 2.
 - En Belgique : 12 écoles en français et néerlandais. Cours spécifiques avec présentation et dégustation de 8 références.
 - En France : 42 écoles pour un représentant d'Inter-Loire ou du BIVC.
- ③ En 2016, les responsables des rayons de Colryut et Delhaize ont participé à une présentation des vins du Val de Loire.

ACTIONS 2016 EN IMAGES



Export : les salons professionnels.



La défense du vin - le soutien à Vin et Société.



Plan de lutte contre le dépérissement.



L'observatoire économique : la saisie en ligne.



Dégustation presse.



Enotourisme : les caves touristiques.



Espace filière : appels à échantillons etc..



Innovation technique : l'outil PréviMat (Sival d'or innovation 2016).



Commissions thématiques (exemple : les MEP).

TECHNIQUE & QUALITÉ

L'une des missions d'InterLoire est de favoriser la production de vins de qualité en Val de Loire en accompagnant le développement technique régional. L'engagement d'InterLoire se traduit par un soutien financier important aux actions de recherche, expérimentation et 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.

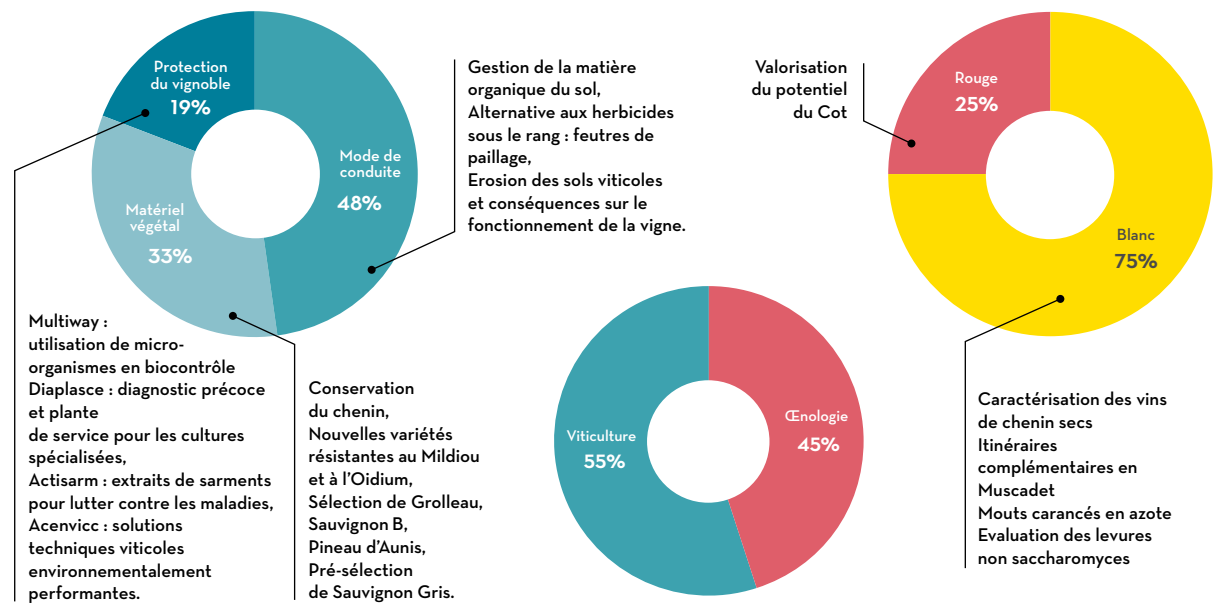
La construction d'un programme annuel de recherche-expérimentation-développement régional partagé est le fruit de discussions et d'échanges au sein du Conseil Technique de Bassin, co-animé par InterLoire et composé de l'ensemble des acteurs de la filière.

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 80 % du budget technique "action", soit environ 400 000 € 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 la lutte contre

NIVEAU NATIONAL
Plan de 60 K€ pour la lutte
contre le déperrissement de la vigne

RÉPARTITION DU BUDGET RECHERCHE-EXPÉRIMENTATION EN VAL-DE-LOIRE : 200 K€



les déperrissements de la vigne (maladies du bois, etc.) en octroyant une subvention de 60 K€ et en participant activement dans le cadre du plan national de lutte.

Appuyer le transfert de l'information technique vers les opérateurs

Le transfert de l'information technique représente en 2016 : 12 % du budget technique interprofessionnel, soit 56 000 €.

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.

Cette année, nous avons privilégié deux formes de communication :

LES RENCONTRES TECHNIQUES

- ① **La recherche vous parle**, pour restituer aux élus professionnels et aux techniciens les résultats des actions de recherche et expérimentation co-financées par InterLoire.
- ② **La journée techniciens**, pour former les techniciens de la filière ligérienne.
- ③ **Les RDV Techniloire** pour donner de l'information à tous.

LA COMMUNICATION DIGITALE

- ④ Le web avec le site www.techniloire.com et son application mobile.
- ⑤ Les réseaux sociaux avec la page Facebook et le compte twitter de Techniloire.

Créer des outils d'aide à la décision pour les opérateurs

Un nouvel outil d'aide à la décision unique en son genre, Prévimat, a été mis à la disposition des professionnels aux vendanges 2016. Cette application web permet d'anticiper l'évolution de la maturité des baies de cabernet franc à 7 et 14 jours. Un outil collaboratif qui aide les vignerons à décider, notamment, la planification de la récolte de ses cabernets francs ou l'itinéraire de vinification. **Prévimat a été récompensé d'un sival d'or au concours Sival Innovation 2017.**



Résultats et informations à votre disposition sur www.techniloire.com

- ① Les **résultats des actions de Recherche et Expérimentation** terminées et présentées à la Recherche vous parle en décembre 2016.
- ① Les résultats 2016 de **l'observatoire maladies du bois**.
- ① Les actes, la synthèse et les présentations des RDV Techniloire 2016 « **Comment adapter notre viticulture à l'évolution du climat ?** ».
- ① **Le nouvel outil Prévimat.**

www.techniloire.com

VOUS POUVEZ ÉGALEMENT CONSULTER :

- ① Les bulletins de modélisation des risques parasites par vignoble.
- ① Les contrôles de maturité par vignoble.
- ① La cartographie interactive des terroirs : e-terroir.
- ① Les brèves techniques.
- ① Les fiches techniques.

ACCÈS PRO

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



Les rendez-vous techniloire sur l'évolution du climat et notre viticulture.



Démonstration de Prévimat au Sival.

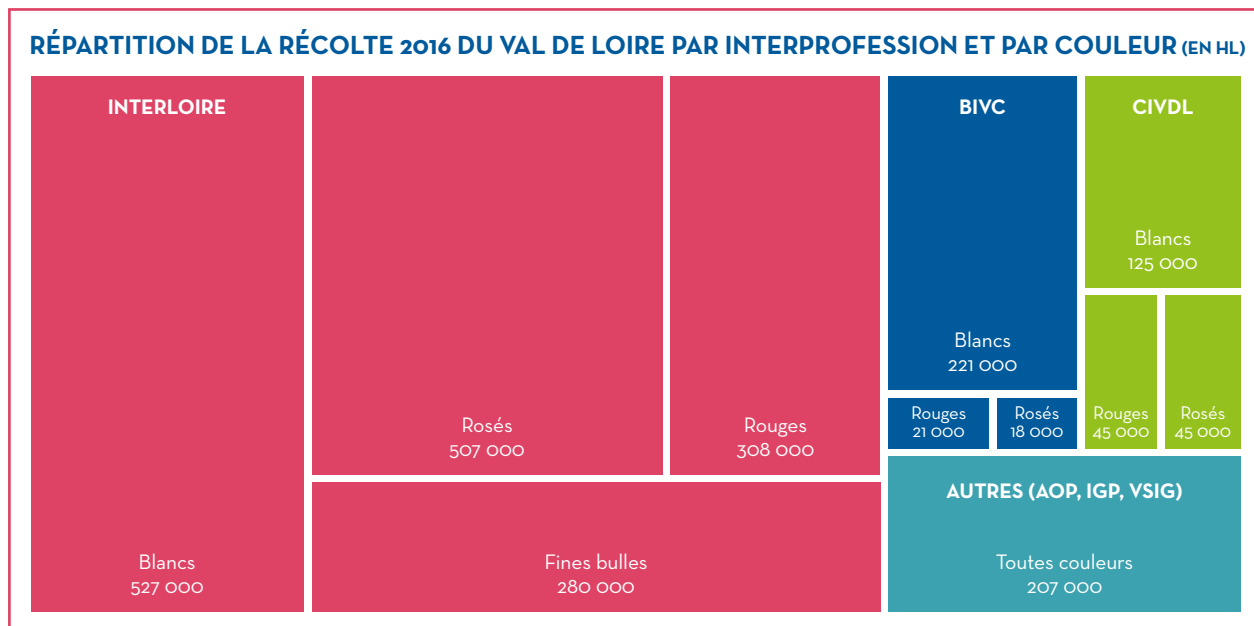


Des rencontres techniques toute l'année.

CONJONCTURE ÉCONOMIQUE 2016

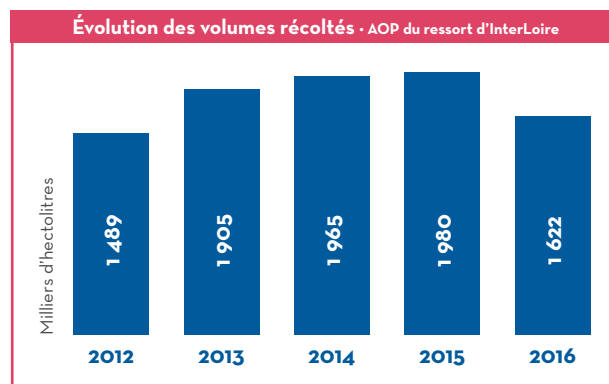
La disponibilité des vins du Val de Loire est faible en 2016

Les AOP du ressort d'InterLoire représentent 70% des volumes produits en 2016 en Val de Loire, toutes catégories confondues.



Comme au sein du BIVC et du CIVDL, les blancs sont majoritaires à InterLoire. Ils représentent 32% des volumes, juste devant les rosés qui pèsent 31% de la production, les rouges 19% et les fines bulles 17%.

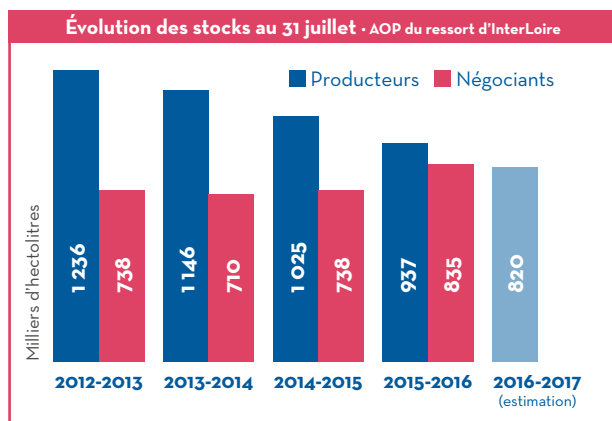
La production 2016, impactée par le gel, atteint 1,6 million d'hectolitres, soit 300 000 hl de moins que la moyenne des 3 millésimes précédents.



Après 2008 et 2012, le vignoble ligérien a connu un 3^e gel important en moins de 10 ans en 2016. Le bilan final des volumes récoltés, 1 622 000 hl, inférieur de 17% à la moyenne des 3 précédents millésimes, est cependant moins alarmiste que les différents états des lieux qui se sont succédés au cours du printemps et de l'été. Le gel qui a mordu le vignoble en plusieurs fois fin avril, a précédé les attaques de mildiou favorisées par la météo très humide des mois de mai et juin. Toutefois, l'été chaud et la belle arrière-saison ont favorisé le développement des grappes survivantes entraînant une baisse limitée des volumes en Anjou-Saumur (-5% comparé à 2015). En Touraine, le bilan est plus lourd (-18%) avec des pertes importantes dans le chinonais et dans la Sarthe. Quant au vignoble nantais, il a été le plus impacté et son déficit de volume se porte à -40%. Pour des exploitations, la récolte n'a pas eu lieu, laissant certaines dans une situation économique fragile par manque de stocks.

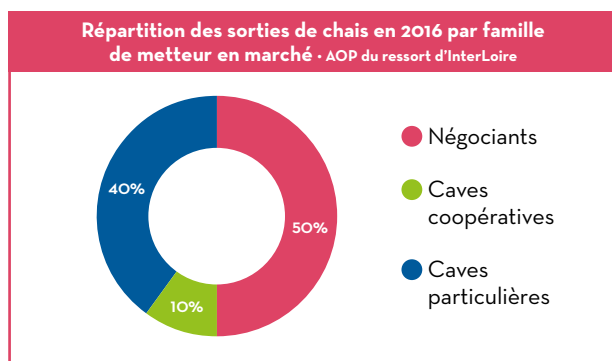
Les stocks n'ont jamais été aussi bas et leur reconstitution est difficile par manque de récolte.

Le niveau des sorties de chais est constant depuis quelques années, proche des 1,9 million d'hectolitres en 2016. Le manque de disponibilités et l'irrégularité de l'approvisionnement sont des contraintes pour le développement des marchés. 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 la petite récolte 2016 va augmenter le rythme de la dégradation. Au 31 juillet 2016, à la fin de la campagne 2015-2016, le niveau total de stocks (producteurs et négociants) était inférieur à un an de commercialisation : 11 mois pour les vins tranquilles et 18 mois pour les fines bulles (1 an de vins sur lattes et 6 mois de vins disponibles pour les marchés).



La conséquence du manque de disponibilités est la montée des cours. En moyenne, en 5 ans, le cours du vrac s'est valorisé de 36% (+49€ / hl) et celui des moûts de 37% (+43€ / hl).

Près de 1,9 million d'hectolitres sortis des chais en 2016 : la moitié à destination du négoce et l'autre moitié vendue en direct par la viticulture.



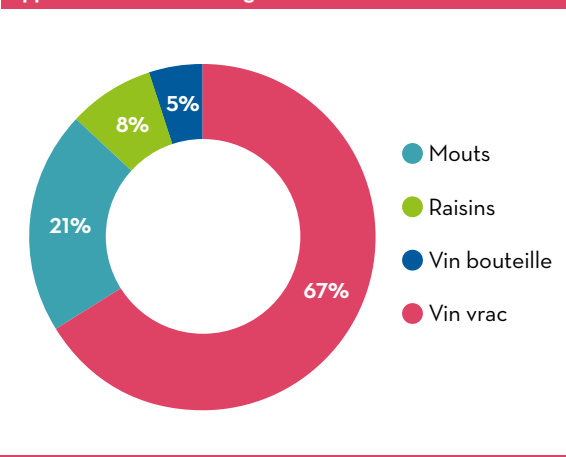
Les maisons de négoce et les producteurs se répartissent en parts égales les volumes mis en marché.

LE NÉGOCE LIGÉRIEN

207 maisons ont acheté des vins du Val de Loire en 2016. Les 5 plus grosses maisons pèsent près de la moitié des volumes, les 20 plus grosses 82%. 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 2016, les raisins et moûts représentaient 28% de leurs achats, assurés à plus de 60% par des contrats pluriannuels. La contractualisation pluriannuelle concerne moins de 10% des transactions en vrac, laissant davantage de place au marché libre.

Approvisionnement du négoce en 2016 - AOP du ressort d'InterLoire



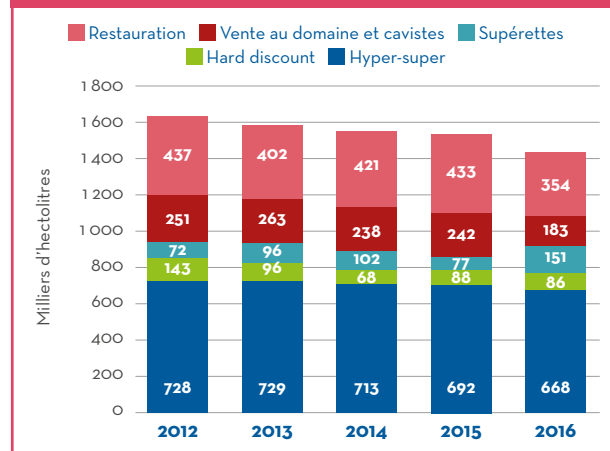
La viticulture ligérienne

2 000 viticulteurs produisent et commercialisent des vins AOP du Val de Loire en 2016 dont 16 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. Le Val de Loire est considéré comme le 1^{er} vignoble oenotouristique (ex-aequo avec l'Alsace) pour la qualité de son accueil.

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 84% des volumes mis en marché.

Évolution des ventes en France en volume - AOP du ressort d'InterLoire



CONJONCTURE ÉCONOMIQUE 2016

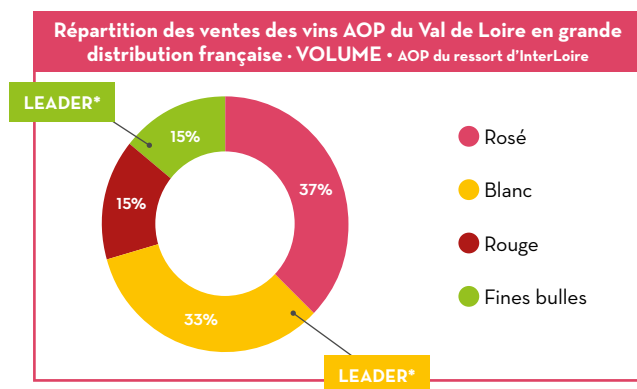
Près de la moitié des volumes vendus en France l'est dans les hypermarchés et supermarchés.

On estime le poids de la restauration à 1/4 des ventes du vignoble en France. Les ventes au domaine et chez les cavistes constitueraient 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.

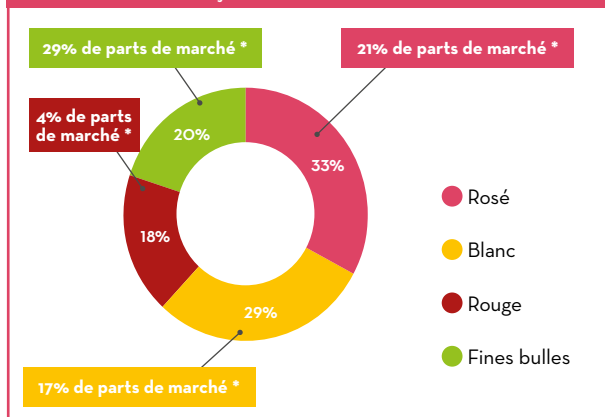
Sur le podium des vignobles d'appellation les plus vendus dans les hypermarchés et supermarchés, le Val de Loire détient 14,3% de parts de marché volume au sein des AOP tranquilles. Malgré un tassement de ses ventes depuis 2013 (-8%), le vignoble maintient ses parts car il évolue au même rythme que le marché des AOP. En valeur (356 millions d'euros), les vins tranquilles du Val de Loire détiennent 12,4% 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

Répartition des ventes des vins AOP du Val de Loire en grande distribution française - VALEUR - AOP du ressort d'InterLoire



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 1 à 3% en 2016.

A 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 3/4 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 moi-

tié 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. C'est dans l'ouest de la France que les vins du Val de Loire sont le plus distribués.

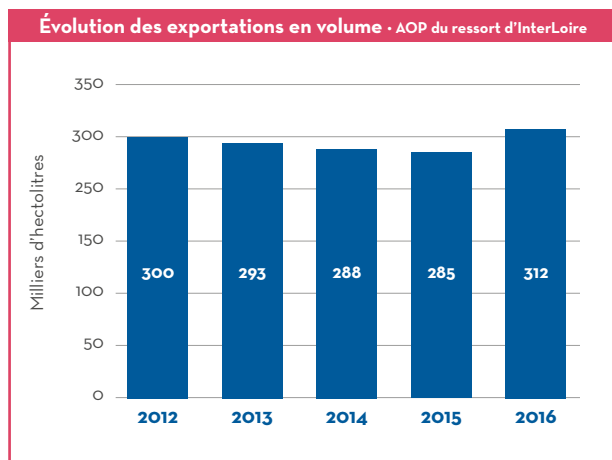
DES VINS DU VAL DE LOIRE MARQUÉS PAR LA FIDÉLITÉ DE SES CONSOMMATEURS

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.

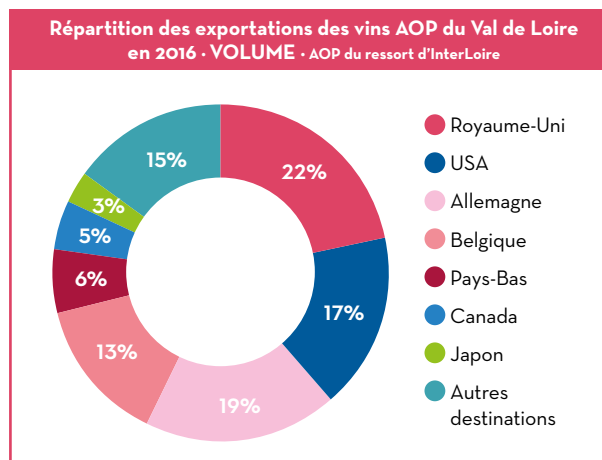
À l'export : les États-Unis ou l'engouement pour les vins du Val de Loire



La demande pour les vins ligériens hors de nos frontières a progressé significativement en 2016 en volume : +10%. La croissance de la valeur est supérieure à celle des quantités (+14%), démontrant la valorisation des vins du Val de Loire à l'export.

Les AOP du ressort d'InterLoire représentent 70% des exportations en volume des AOP du Val de Loire et la moitié de la valeur.

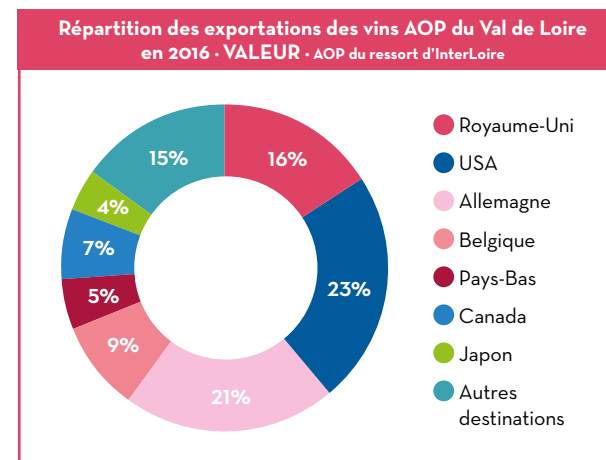
Les vins du Val de Loire se valorisent à l'export : +14% en 2016



Sur son 1^{er} marché en volume, le **Royaume-Uni**, les vins du Val de Loire accélèrent leurs exportations (+22% en volume et +20% en valeur vs 2015). Les blancs boostent la demande. Même si les quantités sont bien en deçà de ce qu'elles étaient avant la crise de 2008, elles progressent année après année.

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 (+17%). Tous les produits se développent. Le prix départ cave des vins destinés au marché américain est 36% supérieur à la moyenne des vins exportés.

L'Allemagne devient en 2016 le 2^e marché en volume et en valeur pour les vins du Val de Loire après une progression significative de sa demande : +14% en volume et +22% en valeur, via les fines bulles.



Autres marchés sources de valorisation : le **Canada** et le **Japon**. 5^e marché en valeur, le Canada accroît en 2016 sa demande en vins du Val de Loire : +10% en volume et +15% en valeur. Le Japon, 7^e marché, suit la même tendance en 2016 : +4% en volume et +10% en valeur. Les vins du Val de Loire se valorisent également au **Bé-nélux** mais les volumes se contractent en 2016.

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**
de Sully-sur-Loire (Loiret)
à Chalonnes-sur-Loire
(Maine-et-Loire)

**2 000 ANS
D'HISTOIRE**

LES VINS

12 CÉPAGES
dont 4 majeurs :



PRODUCTION PAR COULEUR



LES ENTREPRISES



L'ENOTOURISME



**1^{er} vignoble œnotouristique de France
pour la qualité de son accueil***
(*en accord avec l'Alsace)

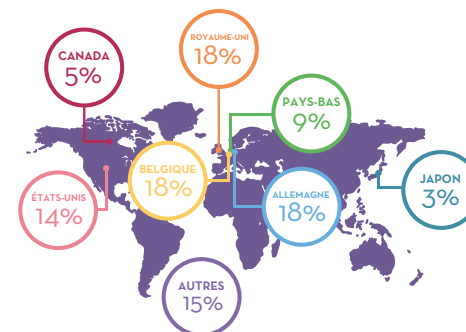
LA COMMERCIALISATION



PRÈS DE 9 FRANÇAIS SUR 10 SOUHAITENT ACHETER DES VINS DE LOIRE



RÉPARTITION DES EXPORTATIONS en volume/pays



chiffres AOC Interloire - moyenne annuelle sur 5 ans

NOUS CONTACTER

Pour la filière



filiere.vinsvaldeloire.fr

Espace d'information dédié à la filière :

- ⌚ Promotion France
- ⌚ Éco & études
- ⌚ Promotion Export
- ⌚ Technique
- ⌚ Actualités
- ⌚ Appels à échantillons
- ⌚ Œnotourisme

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



<https://vinsvaldeloire.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
- ⌚ Suivi Aval de la qualité
- ⌚ Veilles concurrentielles
- ⌚ Réglementation, etc
- ⌚ Possibilité de s'abonner à la **newsletter** technique

Pour le grand public

www.vinsvaldeloire.fr



www.loirevalleywine.com



www.vvr.valdeloire.fr



Réseaux sociaux

Retrouvez les Vins du Val de Loire sur :



AO Ressortissantes d'InterLoire

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 ●
 Coteaux-du-layon-tercru-chaume ●
 Coteau-du-layon «villages» ●
 Coteaux-du-loir ●●●●●
 Crémant-de-loire ●
 Gros-plant-du-pays-nantais ●

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-coulée-de-serrant ●●
 Savennières-roche-aux-moines ●●
 Touraine ●●●●●
 Touraine-amboise ●●●●●
 Touraine-azay-le-rideau ●●
 Touraine-chenonceaux ●●
 Touraine-mesland ●●●●
 Touraine-noble-joué ●
 Touraine-oisly ●
 Vouvray ●●●●





InterLoire remercie ses partenaires financiers :



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