



## « “Prestige de Loire” doit devenir le signe de reconnaissance des grandes bulles du Val de Loire »

Première région de vins de fines bulles après la Champagne, le Val de Loire (InterLoire) lance la marque collective « Prestige de Loire », composée de l'élite des cuvées effervescentes ligériennes. L'objectif pour l'interprofession est clair : segmenter son offre et valoriser ses fines bulles premium du Val de Loire sur un marché très prometteur. Explications avec Pierre-Jean Sauvion, président de la commission communication d'InterLoire.



### **Pourquoi InterLoire lance-t-elle une marque collective premium de fines bulles ?**

Depuis le XVII<sup>e</sup> siècle, le vignoble du Val de Loire est réputé pour ses bulles raffinées qui à l'époque honoraient déjà les grandes tables royales de France et de Navarre. Aujourd'hui, nous sommes la première région d'effervescents après le Champagne, avec une vraie légitimité sur ce segment de vins et un véritable savoir-faire qui allie à la fois tradition, délicatesse et modernité.

### **Quels sont vos objectifs ?**

Il s'agit de hiérarchiser notre offre à travers la création d'un segment premium qui sera représenté par Prestige de Loire. Avec cette marque, nous souhaitons valoriser les bulles hauts de gamme de nos appellations et fédérer l'ensemble des opérateurs de fines bulles. A terme, Prestige de Loire doit devenir le signe de reconnaissance des grandes bulles du Val de Loire pour le consommateur.

### **Comment les opérateurs ont-ils réagi à ce projet ?**

La démarche initiale émane des acteurs de la filière, producteurs de bulles de haute qualité, qui montrent cette volonté d'exister collectivement. Ils ont donc très bien réagi au lancement du projet. Nous sommes très satisfaits. Une dizaine de maisons ont répondu à l'appel et c'est déjà pour nous, un succès interne. Aujourd'hui, dix-sept cuvées d'excellence issues de neuf maisons et producteurs emblématiques du Val de Loire ont été sélectionnés par un jury d'opérateurs pour représenter la marque (voir page 3). A moyen terme, Prestige de Loire devrait peser entre 80 000 et 100 000 cols par an avec un prix public minimum recommandé sur une tranche de prix supérieur à 10 €.

*« “Prestige de Loire”,  
des vins qui offrent  
ce qu'ils promettent »*

### **Quels sont les marchés prioritaires ?**

En 2018 et 2019, nous visons en priorité le CHR et les cavistes, un réseau de prescripteurs à forte valeur ajoutée, notamment en terme d'image. A moyen terme, nous comptons monter en puissance et nous attaquer à la grande distribution (GD).



## Une marque premium

### *Hédonisme*

Une marque gourmande, épicurienne, festive et scintillante qui veut favoriser la rencontre avec les vignerons et valoriser leur savoir-faire historique.

### *Emblématique*

Une marque poétique, artistique et inspirée. Face aux trésors de l'histoire, la douceur des paysages et l'omniprésence de l'eau, le rêve devient réalité et invite à la découverte.

### *Tradition*

Une marque qui puise au plus profond de ses racines, sa tradition et son savoir-faire. Gage de qualité et de reconnaissance, Prestige de Loire s'inscrit dans une réelle dynamique de modernité tout en s'appuyant sur ses origines royales.



### *Raffinement*

Une marque dont le raffinement signe chacun de ses flacons. Prestige de Loire se distingue par l'excellence de ses fines bulles et son élégance naturelle.

Le choix de la couronne fait référence à la Loire, surnommée « fleuve royal » pour ses nombreux châteaux construits le long de son cours dont les plus majestueux se trouvent en Val de Loire. Chambord, Amboise, Chenonceau Saumur... ont été les témoins des grandes soirées royales organisées par la Cour de France au cours desquelles trônaient les fines bulles de Loire. Le choix de la couronne est un clin d'œil à ces origines.



### UN MACARON EN SIGNE DE RECONNAISSANCE

Selon le cahier des charges mis en place (voir page 3), toutes les cuvées sélectionnées devront porter le macaron de la couronne. Ce signe de reconnaissance doit permettre au consommateur d'identifier immédiatement les fines bulles premium du Val de Loire.

*« L'utilisation de l'image royale s'est imposée. La latitude est un trait commun à l'ensemble de nos vignobles qui confère une note septentrionale à nos bulles. Elle est due aux bienfaits d'une luminosité et d'une générosité uniques. Cette spécificité n'a pas trompé les rois de France, qui se sont installés dans notre belle région. Ici, les châteaux royaux et les vignes sont liés et font partie du paysage. »*

Claire Duchêne, directeur communication d'InterLoire



# Une sélection de bulles d'excellence



Aujourd'hui, la marque « Prestige de Loire » est représentée par 17 cuvées issues de 9 maisons du Val de Loire. Pour y prétendre, il faut élaborer des vins mousseux d'appellation Anjou, Saumur, Vouvray ou Crémant de Loire, respecter un cahier des charges (voir ci-dessous) et être sélectionné par un jury d'opérateurs via une dégustation à l'aveugle.

## UN CAHIER DES CHARGES STRICT

- **Cépages utilisés seuls ou assemblés entre eux :**  
Chenin – Cabernet Franc – Chardonnay – Pinot noir
- **Couleur :** blanc uniquement
- **Degré de maturité :** le même que le cahier des charges de l'AOP
- **Elevage sur latte :** 24 mois minimum
- **Date de tirage :** pas avant le 1<sup>er</sup> mars suivant la récolte
- **Délai entre dégorgement et commercialisation :** 3 mois minimum
- **Dosage :** Inférieur à 12g/l avec une tolérance de 3g/l
- **Etiquetage :** Brut nature – Extra brut – Brut
- **Millésime :** obligatoire. Le choix de présenter une cuvée de l'année ou non reste individuel
- **Ecologique / AB / Green :** engagement de certification HVE (haute valeur environnementale) sous 5 ans
- **Sélection des vins à présenter au jury :** le titulaire de la marque

## 17 CUVÉES D'EXCELLENCE ISSUES DE 3 APPELLATIONS

| MARQUES               | APPELLATION, CUVÉE, MILLÉSIME         |
|-----------------------|---------------------------------------|
| CAVES DE GRENELLE     | Crémant de Loire L 2010               |
| DE CHANCENY           | Crémant de Loire Impétus, 2011        |
| DE CHANCENY           | Crémant de Loire Brut nature, 2012    |
| ACKERMAN              | Crémant de Loire Louis Ferdinand 2013 |
| BOUVET LADUBAY        | Crémant de Loire Blanc de Blanc 2013  |
| LOIRE PROPRIÉTÉ       | Crémant de Loire Feuille d'Or 2013    |
| LANGLOIS CHÂTEAU      | Crémant de Loire Brut Réserve 2013    |
| ACKERMAN              | Crémant de Loire 2014                 |
| DOMAINE DE LA PALEINE | Crémant de Loire 2014                 |
| CHÂTEAU DE MONCONTOUR | Crémant de Loire, Confiance 2014      |
| BOUVET LADUBAY        | Saumur brut, Instinct brut, 2012      |
| BOUVET LADUBAY        | Saumur brut, Saphir, 2014             |
| BOUVET LADUBAY        | Saumur brut, Zéro, 2014               |
| CHÂTEAU DE TARGÉ      | Saumur brut, Château de Targé, 2014   |
| ACKERMAN              | Saumur brut, 2015                     |
| DE CHANCENY           | Vouvray brut Excellence 2014          |
| CHÂTEAU DE MONCONTOUR | Vouvray brut Grande Réserve, 2014     |

## UN JURY ISSU DE LA FILIÈRE

Le jury de professionnels s'est réuni en décembre 2017 pour déguster à l'aveugle les cuvées présentées respectant le cahier des charges. A l'issue, il a retenu 17 cuvées présentant les caractères d'accession à la marque premium Prestige de Loire.

*« La cible CHR/cavistes représente le circuit de distribution privilégié pour cette gamme de produit. C'est un canal qui nous laisse le temps d'expliquer notre démarche et de jouer la pédagogie auprès du consommateur. »*

Bernard Jacob, directeur général d'Orchidées Maisons de Vin



## Les fines bulles en Val de Loire



### PRODUCTION : L'OFFRE DES VINS DE FINES BULLES



Le Val de Loire est aujourd'hui la première région productrice de fines bulles après la Champagne. Le Crémant de Loire (121 201 hl) est l'appellation la plus importante en terme de volume devant Saumur (79 532 hl) et Vouvray (59 189 hl).

Moyenne 5 dernières années. Obs. éco. InterLoire

### NOTORIÉTÉ : SAUMUR ET VOUVRAY EN TÊTE



Saumur et Vouvray sont les appellations les plus connues de la Loire, avec respectivement 59 % et 56 % de notoriété assistée auprès des consommateurs de vins mousseux. Elles figurent parmi les produits ayant le plus d'acheteurs en France.

### CAVISTE : UN PRIX PSYCHOLOGIQUE ENTRE 8 ET 13 €



Côté cavistes, les prix psychologiques se situent entre 8 € et 13 € en moyenne. Dans la Loire, deux groupes d'appellations se distinguent sur cette tranche de prix : les Crémants, et notamment ceux de Loire et Vouvray avec un positionnement entre 8 € et 10,99 € ainsi que les Touraine et Saumur compris entre 9 € et 10,99 €.

*« "Prestige de Loire" devrait à court terme peser autour de 100 000 cols/an avec un prix public recommandé de 10 € la bouteille. »*

Pierre-Jean Sauvion, Président de la Commission Communication d'InterLoire.

