

Dossier de presse

Mars 2015

*Le vignoble
de la Vallée du Rhône
met le cap sur 2015*

 Les Vins de la
Vallée du Rhône



INTER RHÔNE
INTERPROFESSION DES VINS A.O.C.
CÔTES DU RHÔNE & VALLÉE DU RHÔNE

Edito

Fort de ses atouts intrinsèques et d'une stratégie de développement, notamment à l'export, qui fait ses preuves, le vignoble de la Vallée du Rhône a su résister dans un contexte global difficile. Ainsi, la qualité et le profil de nos vins, le potentiel de notre vignoble, l'implication et le dynamisme de nos entreprises assurent au vignoble de la Vallée du Rhône un positionnement gagnant et une valorisation en France comme à l'export.

Consécutivement à la faible récolte 2013 et au manque de disponibilité, la campagne 2013/2014 a vu progresser les prix de vente de la plupart des A.O.P. de la Vallée du Rhône. Cette progression doit permettre au vignoble d'investir techniquement et d'envisager plus sereinement sa pérennité. Elle entraîne également un nouvel équilibre à trouver avec des prix de vente acceptés par les consommateurs et en phase avec le positionnement des appellations tout en préservant les marges des metteurs en marché afin de leur permettre d'investir commercialement pour la conquête de nouveaux marchés.

Le Président d'Inter Rhône
Michel CHAPOUTIER



Sommaire

I - LA RICHESSE DE L'OFFRE RHODANIENNE	4
A - Un vignoble, des terroirs.....	4
B - La diversification de la production	6
1 - Les rosés de la Vallée du Rhône – une couleur en plein essor	6
2 - Les blancs rhodaniens : une offre rare et plébiscitée	7
3 - L'offre Bio : des volumes et une qualité reconnue	7
C - Les vins des Côtes du Rhône : une notoriété toujours plus importante en France	9
II - DES PERFORMANCES REMARQUABLES	10
A - Une campagne 2013-2014 marquée par une baisse volumique	11
1 - Un déstockage conjoncturel	11
2 - Les vins rhodaniens résistent sur le marché français malgré un contexte à la baisse pour les AOP	11
3 - Des performances exports parmi les plus élevées de la dernière décennie	13
B - Le retour à l'équilibre grâce à la récolte 2014.....	14
III - UN VIGNOBLE RÉSOLUMENT TOURNÉ VERS L'AVENIR	16
A - Une prise de parole différenciante	17
B - Un maillage du territoire rhodanien efficace	19
1 - Animation de la vie locale	19
2 - La reconnaissance de l'attractivité et du dynamisme du territoire : les destinations labellisées Vignobles et Découvertes.....	20
C - La recherche & le développement : un savoir-faire intégré.....	21
D - Une maîtrise des crises conjoncturelles et la continuité de la production	22
1 - Accompagnement de la montée en gamme et des marchés valorisés.....	22
2 - Anticipation des enjeux de demain.....	22



1

La richesse de l'offre rhodanienne

Au total, plus de
70 000 hectares
répartis en **5 500 maisons**
de négoce et exploitations
sur une zone allant
de Vienne à Avignon du nord
au sud, d'Avignon à Uzès
et Nîmes à l'ouest et jusqu'au
Luberon à l'est.



Un vignoble, des terroirs

Le vignoble de la vallée du Rhône regroupe les vins des appellations d'origine protégées Côtes du Rhône (Régional, Villages ou Crus), Costières de Nîmes, Luberon, Ventoux, Grignan les Adhémar, Côtes du Vivarais, Duché d'Uzès et des vins doux naturels Muscat de Beaumes de Venise et Rasteau.

Au total, plus de **70 000 hectares** répartis en **5 500 maisons de négoce et exploitations** sur une zone allant de Vienne à Avignon du nord au sud, d'Avignon à Uzès et Nîmes à l'ouest et jusqu'au Luberon à l'est.

De Vienne à Avignon, **l'appellation Côtes du Rhône** s'étend de part et d'autre du Rhône sur quasiment **55 000 hectares, 171 communes et 6 départements** : la Loire, le Rhône, l'Ardèche, la Drôme, le Vaucluse et le Gard.

En progression régulière, la vigne s'est développée aux dépens de cultures traditionnelles telles que l'olivier ou les arbres fruitiers.

La réussite actuelle du vignoble des Côtes du Rhône est le résultat d'une production de qualité reconnue, identifiée à un territoire grâce à la notion d'Appellation d'Origine Contrôlée (A.O.C.) mise en place dès 1937.

La maîtrise du rendement, à un niveau parmi les plus bas de France, a permis une amélioration constante de la qualité. Structuré de façon hiérarchisée, les Côtes du Rhône comprennent quatre niveaux :

Les Côtes du Rhône régionaux :

- 171 communes et 6 départements : Vaucluse, Gard, Drôme, Ardèche, Rhône, Loire soit environ 32 000 hectares.

Les Côtes du Rhône Villages et Côtes du Rhône Villages avec nom géographique :

- 95 communes dont 18 peuvent accoler le nom du village à l'A.O.P. Côtes du Rhône Villages, reconnaissance de spécificités propre au terroir de la zone du village - 9 200 hectares.

Les Crus des Côtes du Rhône :

- 18 Crus - Crus du Nord : 8 - Crus du Sud : 8 - Vins Doux Naturels : 2

La partie septentrionale du vignoble de la Vallée du Rhône est dominée par deux cépages majeurs :

La syrah pour les vins rouges – avec les appellations Cornas, Crozes-Hermitage, Côte-Rôtie, Hermitage, Saint-Joseph, St Peray par exemple.

Le viognier pour les vins blancs – comme Château-Grillet et Condrieu en monocépage

Dans le sud, le grenache, cépage roi est présent dans toutes les appellations des Côtes du Rhône méridionales ainsi que sur les Ventoux, Grignan les Adhémar...

Pour les blancs, **la roussanne et de la marsanne** sont les cépages emblématiques avec les appellations **Côtes du Rhône Villages blancs, Côtes du Rhône blancs, Costières de Nîmes, Grignan les Adhémar et les vins blancs du Luberon**. Le grenache blanc est plébiscité dans les vins rosés de Tavel.

D'autres cépages moins répandus sont pourtant majoritaires dans certaines appellations : **la Clairette** pour la Clairette de Bellegarde ou encore le muscat blanc pour les muscats de Beaumes de Venise.

Le vignoble rhodanien pèse aujourd'hui **376 millions de bouteilles commercialisées dans 159 pays** - en 2013-14.

Le vignoble rhodanien pèse aujourd'hui **376 millions de bouteilles commercialisées dans 159 pays** - en 2013-14.





La diversification de la production

Si le rouge reste sans conteste la couleur emblématique et dominante des vins de la Vallée du Rhône, on observe cependant une diversification de la production avec le rosé qui atteint 15% de la récolte 2014 et le blanc 6%.

1 - Les rosés de la Vallée du Rhône, une couleur en plein essor

Face à un marché qui s'internationalise, la **France reste le 1er producteur de vin rosé au monde.**

C'est la couleur qui connaît le plus de développement ces dernières années non seulement en termes de **volumes de production**, de **valorisation**, de **volumes échangés** mais aussi de consommation dans plupart des pays.

Dans ce contexte propice internationalement mais fortement concurrentiel et malgré une météo peu favorable, **la commercialisation des A.O.P. rosé de la Vallée du Rhône continue sa progression et a passé pour la première fois la barre des 376 000 hl en 2013/2014.**

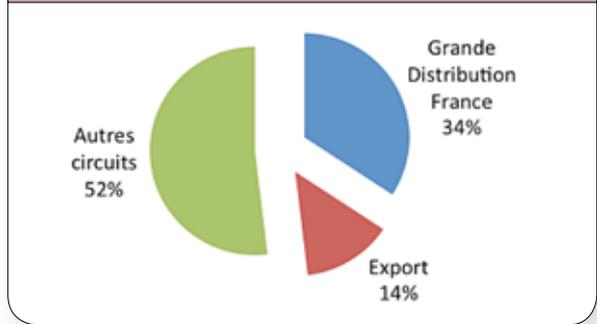
Le rosé représente **14%** des sorties de chais du vignoble **contre 8% en 2004.**

Les cinq appellations de vins du Rhône particulièrement présentes sur le rosé ont la particularité d'offrir des terroirs spécifiques propices à cette couleur et une identité propre à chacune des appellations. **Tavel**, seule appellation **100% rosé**, offre des vins à la robe soutenue issus de méthodes de vinification particulière. Ils sont considérés comme les seuls rosés de garde et sont positionnés sur le haut de gamme.

Les rosés représentent une grande partie de la production du **Luberon**, des **Costières de Nîmes**, et du **Ventoux** avec respectivement 51, 43 et 36% du millésime 2014. Les Côtes du Rhône régionaux ne sont pas en reste et ont **fortement développé leurs volumes de rosé** (de 3% de la production en 2004 à plus de 8% en 2014). Côté commercialisation, les **Côtes du Rhône régionaux** ont franchi pour la première fois la barre des 100 000 hl en 2013/2014 (+5% par rapport à la campagne précédente). Le **Luberon a également fortement progressé** (76 000 hl, +10%). Les **Costières de Nîmes** (80 500 hl, -6%), le **Ventoux** (80 000 hl, -6%) et **Tavel** (37 500 hl, -3%) **ont vu par contre leur croissance s'infléchir du fait du manque de disponibilités.**

Le rosé représente **14%** des sorties de chais du vignoble **contre 8% en 2004.**

Répartition de la commercialisation des A.O.P. de la Vallée du Rhône ROSE en 2013-2014
(en volume, source Inter Rhône, IRI, douanes.fr)



En France, le marché reste marqué par une saisonnalité et une grande variabilité en fonction de la météo. Le marché Français est de loin le 1er débouché pour nos appellations, la France étant le premier consommateur mondial de vin rosé, la couleur s'exporte moins que le rouge et le blanc.

La majeure partie du rosé des A.O.P. de la Vallée du Rhône (52%) est **consommée en région ou dans les circuits traditionnels**, signe du dynamisme et de l'importance de cette couleur pour les touristes ou pour des **occasions particulières** (hors repas, sorties...).

En grande distribution (1/3 des ventes de rosés de la Vallée du Rhône), après une croissance régulière depuis plusieurs années, l'année 2014 est marquée par une **météo estivale défavorable** et le **manque de disponibilités** de certaines A.O.P. : **les A.O.P. de la Vallée du Rhône rosés sont en baisse de 6,3% sur un an en volume** - avec cependant un prix moyen en hausse de 4,8% - **ce qui correspond à la tendance des A.O.P. Françaises (-6,9% en volume).**

14% des vins rosés des A.O.P. rhodaniennes sont exportés, principalement vers la **Belgique**, les **USA**, l'**Allemagne** et la **Suède** (ces pays représentent environ 2/3 des exportations, estimations Inter Rhône).

Grâce à une gamme importante et une large palette de couleurs, les A.O.P. de la Vallée du Rhône profitent aujourd'hui de la croissance du rosé sur le marché Français mais **sont également très bien positionnées pour capter de futures parts de marché à l'export.** Les metteurs en marché de vins rosés bénéficient tout comme les metteurs en marché de vins blancs de réseaux de distribution largement développés par les appellations rhodaniennes rouge et de leur cote positive.

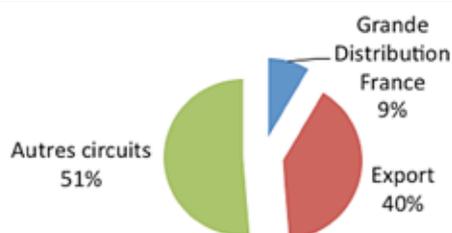
2 - Les blancs rhodaniens : une offre rare et plébiscitée

En fonction des appellations, via des assemblages ou en monocépage sur du viognier, de la roussanne, de la marsanne leurs cépages emblématiques, les vins blancs de la Vallée du Rhône sont marqués par **un équilibre entre la fraîcheur et des arômes gourmands et expressifs**. Ce sont des vins de plaisir pour lesquels la demande augmente depuis plusieurs années.

Trois appellations sont majoritaires en volume : les **Côtes du Rhône** (57 000 hl commercialisés en 2013/2014, +6.7%), **le Luberon** (33 000 hl commercialisés, +6% soit 15% de leur production) et **les Costières de Nîmes** (15 500 hl, stables). Le vignoble bénéficie également de l'aura de perles rares comme les blancs des A.O.P. de **Condrieu** (3000 hl, 100% de la production), **Saint Peray** (1 200 hl) ou encore **Hermitage** (650 hl)

Au total, les **164 000 hl de blancs** sont répartis entre **différentes appellations** et commercialisés sur des circuits très diversifiés.

Répartition de la commercialisation des A.O.P. de la Vallée du Rhône BLANC en 2013-2014
(en volume, source Inter Rhône, IRI, douanes.fr)



Si la production rhodanienne en blanc est écoulée à 40% à l'export (62 000 hl, stable), le marché **des crus est local via des réseaux traditionnels valorisés et la CHR régionale** - lyonnaise et dans le Sud Est - ainsi qu'en région parisienne.

Au global, **face à une baisse des AOP blancs en GMS de 1,7%**, (en volume, CAM Période 11 2014, sources : Panel IRI) les blancs de la vallée du Rhône se démarquent en **progressant de 11%**.

Au total, les **164 000 hl de blancs** sont répartis entre **différentes appellations** et commercialisés sur des circuits très diversifiés.

3 - L'offre Bio : des volumes et une qualité reconnue

Plusieurs A.O.P. de la Vallée du Rhône ont fortement développé leur production en 'Bio' ses dernières années comme par exemple : Tavel (28% sur le millésime 2014), Ventoux (8%), Luberon (8%), ou encore Grignan les Adhémar (7%).

Avec **12% des volumes en bio**, les A.O.P. Côtes du Rhône régionaux et villages figurent parmi **les plus importantes** sur ce mode de production en France.

Leader des ventes A.O.P. rouge en bio en GMS en France, les Côtes du Rhône rouge représentent 18,3% (+1,5%) de part de marché (source IRI).

Des hommes engagés bénéficiant de conditions favorables

Le vignoble des Côtes du Rhône fait partie des **précurseurs dans le domaine** grâce à des entreprises sensibilisées et engagées depuis de nombreuses années dans des démarches raisonnées, des initiatives locales allant vers une plus grande considération de l'environnement... le passage à la conversion s'est donc fait plus naturellement et plus rapidement que dans d'autres régions.

Autre avantage, **les vignes bénéficient de conditions agronomiques et climatiques tout à fait favorables** : le climat chaud et sec des Côtes du Rhône ainsi que le mistral conviennent parfaitement à un mode d'exploitation biologique.

Leader des ventes A.O.P. rouge en bio en GMS en France, les Côtes du Rhône rouge représentent 18,3% (+1,5%) de part de marché (source IRI).

Une appellation Côtes du Rhône et Côtes du Rhône villages engagée

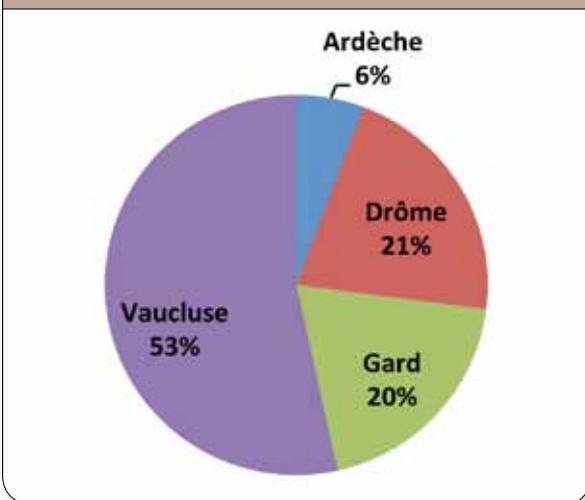
En 2014, en Côtes du Rhône Villages et Régionaux, la surface certifiée était de 5 346 ha (+2%) pour une production de 232 660 hl (soit+ 43%) (source : Syndicat des Côtes du Rhône) ce qui représente environ 12% des volumes des A.O.P. CDR Régionaux et Villages certifiées.

Côté conversion, la surface totale était de 182 ha toujours en 2014, soit un potentiel de récolte supplémentaire de 7 042 hl.

- **Nombre de producteurs de CDR Régionaux en bio certifié** - CDR Villages en Bio - stabilisé par rapport à 2013 : 217 (chiffres 2014 source Syndicat des Côtes du Rhône).
- **Répartition des opérateurs de CDR Régionaux - CDR Villages en Bio - chiffres 2013 :**
 - Environ **180 caves particulières** soit 83%
 - Environ **35 caves coopératives** soit 17%
 - Environ **50% des maisons de négoce** adhérents de l'UMVR (Union des Maisons de Vins du Rhône) déclarent aujourd'hui proposer une offre bio.

Sur le plan géographique, c'est le **Vaucluse qui fait office de chef de file en Côtes du Rhône et Côtes du Rhône villages** avec 2956 ha (surfaces certifiées et en conversions) contre 1 179 ha pour la Drome et 1 079 ha pour le Gard.

Répartition des surfaces Bio certifiées Côtes du Rhône Régionaux et Villages en 2014 (source : Syndicat des CDR)

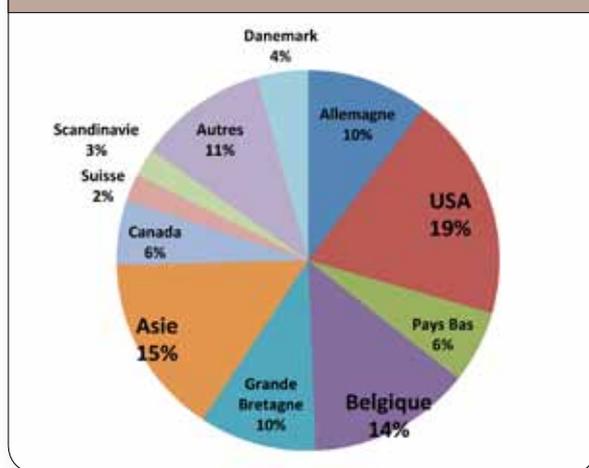


Une production qui permet d'honorer des marchés ambitieux

De **grands opérateurs rhodaniens** (caves coopératives et négociants) **produisent aujourd'hui des volumes importants** permettant de répondre à des appels d'offres volumiques émis notamment par les monopoles d'Europe du Nord.

Répartition des exportations des vins bios de la Vallée du Rhône en 2012

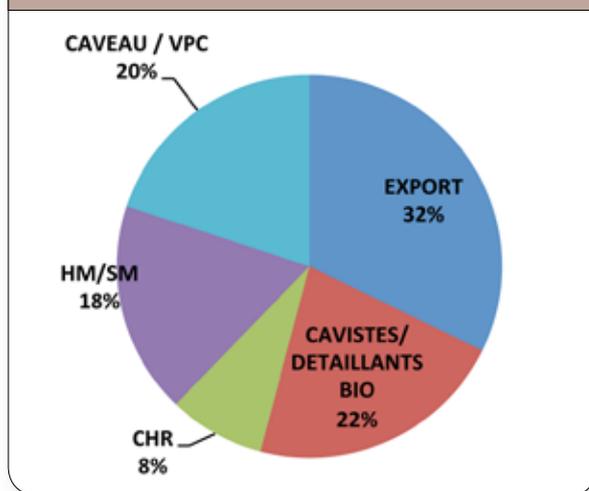
(source : Enquête Millésime Bio 2013)



Les vins bio sont plébiscités par les consommateurs et la filière de distribution se structure afin de répondre à une demande qui s'accroît tant au niveau de la vente directe que de la grande et moyenne distribution. **Concernant la GMS France, les ventes toutes AOP Bio sont en hausse de 10% en volume (90 660 hl) sur 2014, et + 11.8% en valeur.**

Répartition des circuits de distribution des vins Bio de la Vallée du Rhône en 2012

(source : enquête Millésime Bio 2013)





Les vins des Côtes du Rhône : une notoriété toujours plus importante en France

En décembre 2014, une étude TNS - Sofres - Baromètre Inter Rhône 2014 a été réalisée sur un échantillon représentatif de 868 français de 25 ans et plus. Il permet d'apporter différents éclairages sur la façon dont les appellations des Côtes du Rhône sont perçues et sur les modes de consommation de vin :

- La fréquence de consommation des vins est stable au national avec une fréquence de consommation similaire à celle de 2013 et des consommateurs majoritairement âgés de plus de 35 ans. Les vins de Côtes du Rhône tirent leur épingle du jeu avec une progression de la consommation régulière de +3% depuis 2013 sur l'ensemble de territoire et des disparités selon les régions : une hausse des non consommateurs à Paris, dans le Nord Est et Sud-Ouest mais une hausse de la consommation dans l'Ouest +5%.
- Le Sud Est reste la région où la consommation régulière de vins des Côtes du Rhône est la plus élevée et progresse le plus (+8%) et compte cette année 5% de consommateurs occasionnels en plus par rapport à l'année précédente et retrouve le niveau de 2010.
- Une hausse de la présence à l'esprit et de la notoriété des vins de CDR mais aussi des vins de la Vallée du Rhône.



Notoriété globale	Total Côtes du Rhône	Côtes du Rhône	Côtes du Rhône Villages	Vallée du Rhône
2014	93%	91%	61%	97%
Rappel 2013	88%	86%	57%	94%

	NOV-06	NOV-08	NOV-10	NOV-13	NOV-14
Base : consommateurs de vin rouge	576	557	472	535	524
connaissent au moins un vin dont :	100	100	99	99	100
Bordeaux	97	99 ↗	93 ↗	95	95
ST Côtes du Rhône	96	96	92	88	93
Côtes du Rhône	94	95	88	86	91
Côtes du Rhône Villages	71	74	65	57 ↘	61

Les vins de Côtes du Rhône tirent leur épingle du jeu avec une progression de la consommation régulière de +3%.

Parallèlement, l'écart de notoriété globale se réduit entre les Bordeaux et les CDR :

- L'image des vins est stable : les vins de CDR sont fortement associés au terroir et à la convivialité mais moins à une consommation quotidienne.

La vallée du Rhône est l'une des principales régions productrices d'AOC en France. Cependant, en 2013, le défaut de volume n'a pas permis l'omniprésence de la totalité des appellations rhodaniennes sur les marchés.

(Note /10)	NOV-10 C	DEC-13 D	NOV-14 E
Base	437	471	486
Sont des vins de terroir	6,7	7,0 c	7,0 c
Sont des vins conviviaux	6,7	6,9	7,0 c
Sont des vins pour un repas décontracté entre amis/famille	6,8	6,9	6,9
Sont des vins de valeur sûre, de confiance	6,5	6,8 c	6,8 c
Sont des vins d'un bon rapport qualité/prix	6,6	6,8 c	6,8 c
Sont des vins que l'on déguste avec plaisir	-	6,7	6,8
Sont des vins qui s'accordent avec une cuisine actuelle/moderne	6,5	6,6	6,5
Sont des vins actuels, modernes	6,1	6,3	6,3
Sont des vins pour boire tous les jours	6 e	5,7	5,7

2

Des performances remarquables

Si les dégustateurs s'accordent sur les qualités gustatives du millésime 2013, les caprices de la météo ont sérieusement **réduit les quantités et les volumes ont fait défaut à la plupart des appellations rhodaniennes.**

Et au-delà de la Vallée du Rhône, c'est tout le contexte mondial qui est marqué par le **manque de disponibilités de vins AOP.**



Une campagne 2013-2014 marquée par une baisse volumique

1 - Un déstockage conjoncturel

Face au manque de volume (-12%), afin de limiter la perte de marchés export et l'augmentation des prix, les producteurs du Rhône ont **puisé dans leurs stocks (qui ont baissé de 19%)**. Résultat, au terme du bilan de campagne, la **baisse des sorties de chais est de seulement 2,6%**.

Les sorties de chais **en rouge sont les plus impactées (-4%)**. A contrario, le rosé progresse de 1,8% à 403 000 hl et le blanc performe avec +9% et 164 000 hl commercialisés. Certaines appellations qui bénéficiaient d'un meilleur équilibre entre récolte/stock en début de campagne ont vu leur commercialisation progresser :

En hl	2011/2012	2012/2013	2013/2014	2014/2015
Stocks physiques production (début de camp)	2 310 063	2 473 234	2 312 000	1 866 785
Récolte (Année N)	3 090 960	2 870 248	2 519 754	-
Sorties de chais prod	2 922 333	3 001 834	2 923 156	-

Sources : Inter Rhône, DRM, DAI/DS, DREV, SV12

	Commercialisation 2013/2014 - en hl	Progression
Vinsobres	14 737	18%
Lirac	21 326	18%
Saint Joseph	49 295	13%
Grignan les Adhémar	45 040	11%
Cornas	4 534	9%
Côtes du Vivarais	12 500	9%
Crozes-Hermitage	73 958	8%
Hermitage	4 522	8%
Luberon	156 365	6%
CdR Villages avec nom géographique	147 051	3%

2 - Les vins rhodaniens résistent sur le marché français malgré un contexte à la baisse pour les AOP

Le **marché français représente toujours les 2/3 des ventes** des A.O.P. de la Vallée du Rhône.

En grande distribution, comme la plupart des A.O.P. Françaises (-4,4% en volume en CAM P11 2014, source IRI), la Vallée du Rhône est impactée par le **manque de disponibilités** et enregistre une **baisse de 3,6%** en volume en cumul annuel en 2014, avec une **augmentation du prix de vente de 6,3%**.

Evolution des récoltes, sorties de chais, et stocks des A.O.P. de la Vallée du Rhône (en hl, source : DRM)

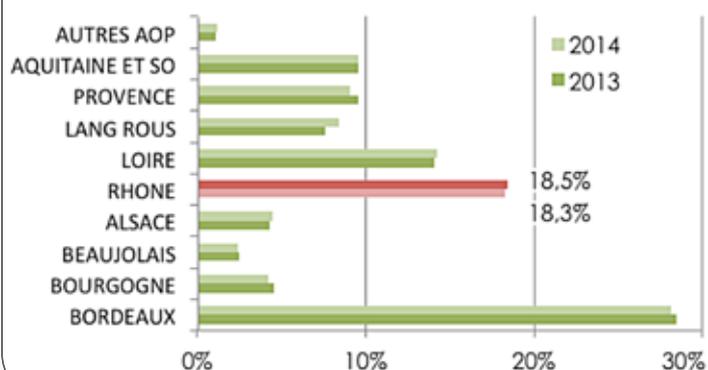


Le **marché français** représente toujours les **2/3 des ventes** des A.O.P. de la Vallée du Rhône.

La Vallée du Rhône conforte sa 2^{ème} place dans l'univers A.O.P. grande distribution avec 18,5% de part de marchés sur la campagne 2013/2014.

Evolution des PDM volume des différences A.O.P. en GMS françaises

(source : panel GMS IRI France, magasins Hyper+Super, CAM 9 novembre 14)



Confirmant la tendance, les Côtes du Rhône régionaux sont surtout impactés sur les rouges (-5,5% en volume) et pour la première fois sur les rosés du fait de la météo défavorable (-1,9% en volume). En revanche, ils progressent en blanc avec une hausse de 15%.

Dans les facteurs responsables des pertes de marchés des vins rhodaniens en GD figure la baisse d'actions promotionnelles, que l'on retrouve d'autres vignobles français, motivées par le manque de volumes et la compression des marges des metteurs en marché.

Toujours en grande distribution, les crus des Côtes du Rhône sont toujours bien orientés en particulier avec Crozes-Hermitage (+15,3%), Saint Joseph (+12,5%), Rasteau (+12,4%), Vacqueyras (+11,3) ou Vinsobres (+20%).

Grignan les Adhémar et Costières de Nîmes progressent également (+10,7% et +15,9%) grâce aux ventes en rouge tandis que le Luberon, qui n'a pas manqué de volumes, est en croissance sur les trois couleurs (rouge +9,8%, rosé +11,5%, blanc +12,3%).

Le vignoble rhodanien reste également très présent sur le réseau traditionnel avec notamment un taux de présence en CHR particulièrement important.

La Vallée du Rhône : une valeur sûre en restauration

La Vallée du Rhône est la 3^{ème} région viticole la plus représentée en restauration, présente dans 66,6% des restaurants (2nd en rouge (derrière Bordeaux), 4^{ème} en vignoble A.O.P. rosé, 5^{ème} en blanc). En moyenne, les établissements proposent 6,7 références de vins du Rhône.



La Vallée du Rhône conforte sa 2^{ème} place dans l'univers A.O.P. grande distribution avec 18,5% de part de marchés sur la campagne 2013/2014.

Les vins du Rhône sont présents dans 86% des restaurants de la région Centre Est (Rhône-Alpes, Bourgogne, Franche-Comté) avec 9 références par restaurant en moyenne et dans **69% des restaurants Parisiens** (7,6 références en moyenne). On note que les vins de la vallée du Rhône sont aussi présents dans **84% des restaurants gastronomiques** (source CHD expert 2014).

Inter Rhône a commandé en 2014 une enquête auprès des cabinets XJ et Dionysos, menée auprès de professionnels du CHR, cavistes, distributeurs et grossistes : **le Rhône est la 1^{ère} région viticole citée spontanément**, il occupe donc une place privilégiée dans l'esprit des professionnels.

Progression du vin au verre pour les vins de la Vallée du Rhône

Depuis 2011, on assiste à une **progression** de la consommation du **vin au verre**. Selon le panel CHD Expert 2014, 97,5% des établissements proposent le vin au verre avec 3 références en moyenne. La Vallée du Rhône s'inscrit totalement dans cette **tendance de consommation**. Selon une récente étude Ipsos, **la Vallée du Rhône se classe à nouveau en tête des appellations préférées par les établissements** : 84% des bars à vins proposent des vins du Rhône faisant de **Côtes du Rhône la 1^{er} A.O.P. en bar à vins**. Afin de confirmer sa position de leader, les démarches marketing à destination des bars à vins sont consolidées - près de 120 établissements offrent des moments spécifiques de découverte des vins des Côtes du Rhône à leurs clients.

En 2013, le **vin au verre** est chez le restaurateur **le seul à progresser**, à l'inverse des formules, du plat du jour et du café gourmand (source CHD expert 2014).

3 - Des performances exports parmi les plus élevées de la dernière décennie

Les dernières données disponibles à fin novembre 2014 permettent d'estimer des exportations à environ **976 000 hl** pour les A.O.P. de la Vallée du Rhône, soit une baisse de **5%** en volume et **stable en valeur à 457 millions d'euros**.

Malgré cette baisse, le niveau des exportations **reste l'un des plus élevés de ces dernières années** et représente **1/3 de la commercialisation des A.O.P. de la Vallée du Rhône**. Des appellations et marchés tirent leur épingle du jeu :

Les Costières de Nîmes affichent ainsi une **progression de 12% en volume**, notamment sur les marchés Chinois (+59% en volume) et US (+19%).

Les Côtes du Rhône (régionaux, villages et crus) minimisent la baisse avec **-4,4% en volume et sont stables en valeur**, dus en particulier aux marchés européens plus difficiles. **L'appellation affiche par contre une belle progression aux USA** (+2,4% en volume) et en Chine (+39% en volume) alors que **l'ensemble des A.O.P. françaises** tranquilles reste moins bien orienté en 2014 (respectivement -4% et -13%).

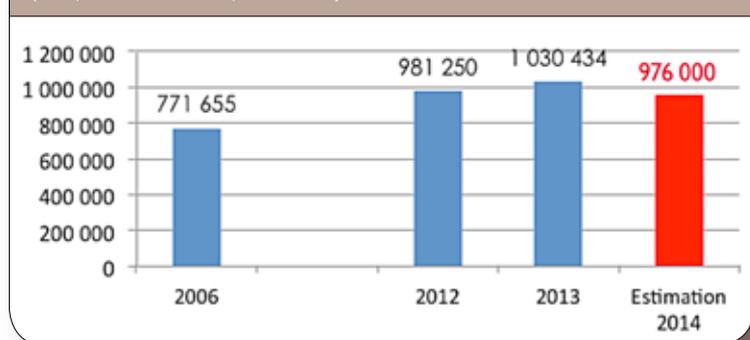
Conformément à la tendance pour les vins rhodaniens, les Côtes du Rhône sont par ailleurs **en croissance sur des marchés plus valorisés** comme l'Allemagne (+9,5% en volume) et la Suède (+1% en volume). Ils résistent par ailleurs plutôt bien sur le Royaume Uni, deuxième marché en volume, avec -5% en volume contre -14 % pour l'ensemble des A.O.P. françaises.

Enfin La Belgique, 1^{er} marché pour les A.O.P. rhodaniennes, est en recul de 12 % en volume et 11% en valeur.

Dans l'ensemble Vallée du Rhône, on assiste donc à un **maintien sur le segment milieu de gamme** dans un contexte général en baisse après une très forte progression sur les vins rhodaniens l'an dernier. **Compte tenu du manque de disponibilités et de la hausse des prix, les marchés axés sur les volumes** (Danemark, Pays-Bas, Suisse) **ont été impactés au profit de marchés valorisés** (sur le milieu et le haut de gamme).

Cependant, si certains marchés n'ont pas pu être alimentés du fait du manque conjoncturel de disponibilités, le retour à des volumes plus importants promet une reconquête à l'export sur la prochaine campagne.

Evolution des exportations des A.O.P. de la Vallée du Rhône
(en hl, source Douanes Fr; Inter Rhône)



Le niveau des exportations **reste l'un des plus élevés de ces dernières années** et représente **1/3 de la commercialisation des A.O.P. de la Vallée du Rhône**.



Le retour à l'équilibre grâce à la récolte 2014

Les bons rendements pressentis en début de récolte se sont confirmés et mis à part des zones extrêmement localisées qui ont souffert de la grêle, la récolte est rentrée dans son intégralité dans chacune des appellations.

La production volumique renoue ainsi avec les belles années et le marché s'envisage plus sereinement. Ainsi, les appellations rhodaniennes reviennent à un niveau de récolte 'normal', comparable au millésime 2011 au niveau quantitatif, soit environ 3 150 000 hl tandis que les Côtes du Rhône et Côtes du Rhône villages atteindront 1,9 millions d'hectolitres.

On peut également noter la belle progression des crus méridionaux comme Gigondas, Vacqueyras, Rasteau ou Vinsobres qui leur permettra d'accompagner leur commercialisation en croissance depuis plusieurs années.

Les volumes 2014 laissent donc espérer pour 2015 des opportunités pour un développement notamment sur les marchés les plus prometteurs (USA, Chine).

	Mill 2011	Mill 2012	Mill 2013	Mill 2014	Evolution 2013/2014
Côtes du Rhône Régional	1 614 731	1 440 253	1 205 746	1 558 083	29%
Côtes du Rhône Villages	291 337	314 472	301 119	359 948	20%
Ventoux	277 664	258 751	226 300	286 951	27%
Costières de Nîmes	199 243	190 090	192 926	221 804	15%
Luberon	152 066	153 365	139 848	169 477	21%
Crozes-Hermitage	69 961	66 150	59 581	65 616	10%
Grignan les Adhémar	62 226	51 959	36 537	57 507	57%
Vacqueyras	49 005	44 656	38 212	52 659	38%
Gigondas	40 525	37 015	29 704	43 755	47%
St-Joseph	45 303	42 120	40 046	43 935	10%
Tavel	39 016	36 397	33 731	39 382	17%
Rasteau	32 332	30 299	26 824	34 119	27%
Beaumes de Venise	21 046	20 784	17 290	24 279	40%
Lirac	23 912	22 988	20 347	22 149	9%
Vinsobres	13 207	15 271	12 393	19 597	58%
Côtes du Vivarais	9 996	13 492	12 061	12 287	2%
Duché d'Uzes	-	-	10 102	-	-
VDN Muscat de BdV	10 862	10 501	10 131	9 031	-11%
Côte-Rôtie	10 510	9 972	8 884	9 014	1%
Condrieu	6 205	6 265	4 899	6 067	24%
Cornas	4 455	4 218	3 965	4 628	17%
Hermitage	5 099	4 434	3 640	3 824	5%
St-Péray	2 963	2 686	1 857	2 731	47%
VDN Rasteau	1 421	1 143	420	845	101%
Clairette de Bellegarde	270	270	327	-	-

Sources : DR, DREV, syndicats de producteurs

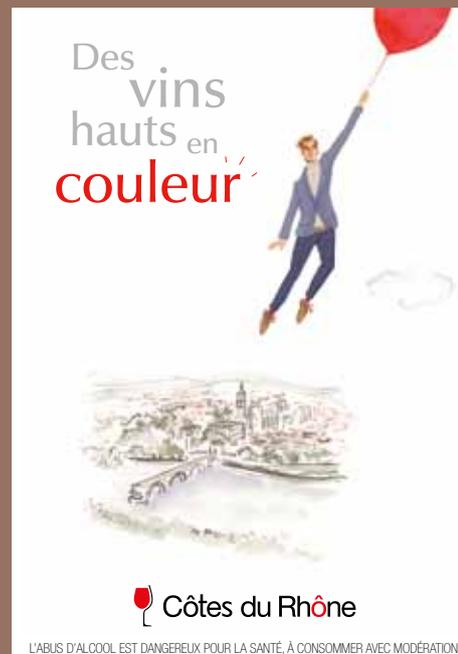


Les bons rendements pressentis en début de récolte se sont confirmés.

3

Un vignoble résolument tourné vers l'avenir

Avec un réel **travail autour de l'image du vignoble et des A.O.P. de la Vallée du Rhône**, le **renforcement** de la présence des vins rhodaniens **en région**, un **appui technique** pour assurer la qualité de ses vins et la professionnalisation des entreprises du vignoble, **l'interprofession travaille avec les appellations à un avenir serein et prometteur.**



Campagne France

A Une prise de parole différenciante

La stratégie des Vins de la Vallée du Rhône s'appuie sur des rendez-vous et une communication collective décalée pour renforcer leur **notoriété, leur visibilité et leur image pour** surprendre et **se démarquer** dans un univers très concurrentiel.

Présente dans 15 pays, l'interprofession œuvre ainsi à **la consolidation d'une image forte et innovante**, en lien avec le positionnement des vins de la Vallée du Rhône.

Des campagnes de publicités anticonformistes

Si les campagnes de communication sont propres à chacun des pays, il existe cependant des dénominateurs communs quels que soient les territoires :

- **La couleur rouge, un univers de communication légitime que les vins de la Vallée du Rhône ont su préempter.**
- La couleur rouge, un ton anticonformiste et audacieux : la signature des vins de la Vallée du Rhône.

La couleur rouge,
un ton anticonformiste
et audacieux :
la signature des vins
de la Vallée du Rhône.



Think Red Think Côtes du Rhône Wines

Campagne Allemagne

Les actions à destination des professionnels font partie des actions communes aux différents pays : Dégustations, événements dédiés à la notoriété des nouvelles campagnes mais aussi séminaires dans les différents pays avec à chaque fois des **formats inédits**.



www.rhone-weine.com

www.rhone-weine.com

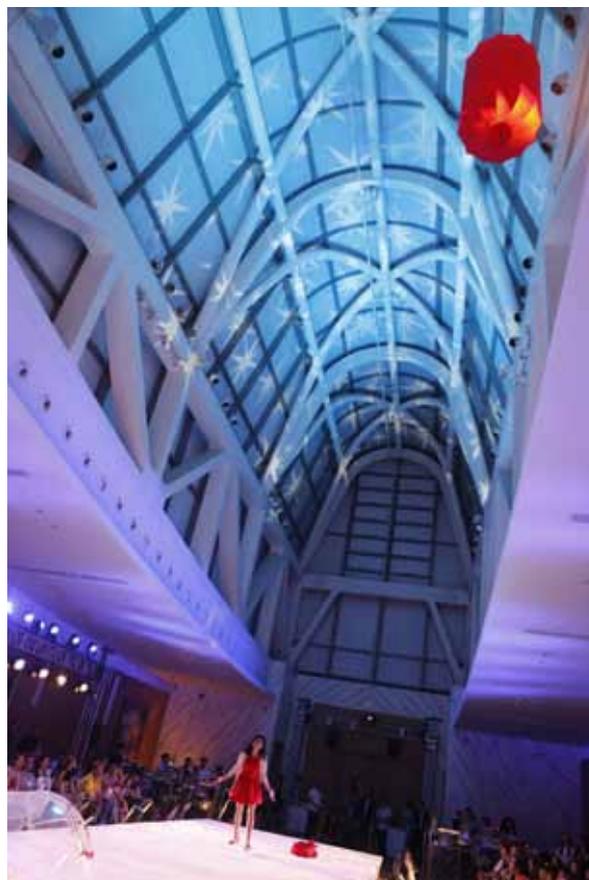
Campagne Allemagne

Des événements originaux et impactants

- **Des séminaires et formations ludiques : l'exemple de la Chine.** Soucieux de s'adapter aux différents publics, les séminaires et formations proposés par les vins de la Vallée du Rhône présentent l'originalité de s'appuyer sur la thématique des **portraits chinois**, qui permettent de dynamiser la dégustation, en établissant des parallèles entre les vins du Rhône et la culture chinoise. **Les participants sont invités à associer les vins de la Vallée du Rhône à des thèmes variés** (musique, fleurs...). Les participants s'approprient ainsi facilement les valeurs portées par les Côtes du Rhône.
- **Des dégustations annuelles impactantes : Fidèle à ses actions remarquables, les vins de la Vallée du Rhône** imaginent des concepts impactants, innovants et non-conventionnels.

Animés par la volonté de jouer sur une **communication innovante** pour créer la **surprise, retenir l'attention** et **se différencier** des autres régions viticoles françaises, les dégustations sont très variées d'un continent à l'autre.

Ainsi en 2014, **en Chine**, Inter-Rhône a plongé les prescripteurs dans l'univers du théâtre pour jouer sur **l'émotion et le bonheur**, une manière de se **détacher du vocabulaire technique** en donnant une image plus artistique et culturelle aux vins de la Vallée du Rhône.



Parallèlement à New York la soirée dégustation a donné lieu à des dîners ou rencontres tout à fait atypiques : après Moods of Rhône en 2013, où les vins du Rhône ont investi un loft pour proposer à leurs invités une mise en situation de dégustation dans différentes occasions (dans la cuisine, devant la TV, lors d'un dîner plus formel, sur la terrasse pour un barbecue...) et en association avec des cuisines du monde, en 2014, c'est les dîners sensoriels Rhône Odyssey qui ont réuni plus de 150 professionnels du monde du vin, leaders d'opinion, journalistes et blogueurs.



Au total, cinq dîners réunissant 30 personnes autour d'accords mets et vins préparés par un jeune chef de renom dans un **environnement unique** : la température, les lumières, les odeurs et textures changeant à chaque nouvel accord. Les invités ont été transportés à travers les **différentes saisons et éléments climatiques que subissent les vignes en Vallée du Rhône au cours d'une année** (hiver, mistral, chaleurs estivales, vendanges...).

Si l'interprofession se doit d'être visible à l'export, elle n'en reste pas moins bien présente en Vallée du Rhône.



B

Un maillage du territoire rhodanien efficace

Inter Rhône et ses appellations sont profondément ancrées sur leur territoire notamment grâce aux relations privilégiées qu'elles entretiennent avec leurs partenaires locaux et aux événements qu'elles organisent.

L'interprofession est aussi un véritable moteur du développement de l'oenotourisme en Vallée du Rhône qui est l'un de ses enjeux stratégiques. A ce titre, Inter Rhône fédère l'ensemble des acteurs de la filière et les professionnels du tourisme pour développer la notoriété et l'identité de l'appellation Côtes du Rhône en tant que destination oenotouristique.

1 - Animation de la vie locale

Inter Rhône est à l'initiative d'événements originaux qui ont pour but d'assurer de la visibilité à aux vins du Rhône à l'échelle locale et régionale et d'impliquer le vignoble autour d'événements fédérateurs. Ils offrent aussi l'opportunité d'assurer de la visibilité et du soutien à des partenaires locaux. L'interprofession participe depuis de nombreuses années aux événements majeurs de la ville et initie des moments festifs réaffirmant ainsi sa place d'acteur incontournable de la culture avignonnaise.

Le succès de la vente aux enchères au profit de la Banque alimentaire

Samedi 17 mai 2014 s'est tenue au siège d'Inter Rhône, à Avignon, une vente aux enchères de vins des Côtes du Rhône et de la Vallée du Rhône qui a permis de récolter près de 14 000 € en faveur de la Banque Alimentaire de Vaucluse.



**Banques Alimentaire
de Vaucluse**

A l'initiative de l'interprofession et de la Banque Alimentaire de Vaucluse, elle a mis en lumière le 30^{ème} anniversaire des Banques Alimentaires, tout en récoltant des fonds indispensables à l'association.

Fidèle à ses valeurs d'entraide, c'est toute la filière viticole rhodanienne qui s'est mobilisée contre la précarité alimentaire en proposant plus de 450 bouteilles, parmi les plus beaux millésimes et cuvées emblématiques, réparties en une centaine de lots.

Inter Rhône et ses appellations sont profondément ancrées sur leur territoire.



Le bar à vins des Côtes du Rhône au Festival d'Avignon

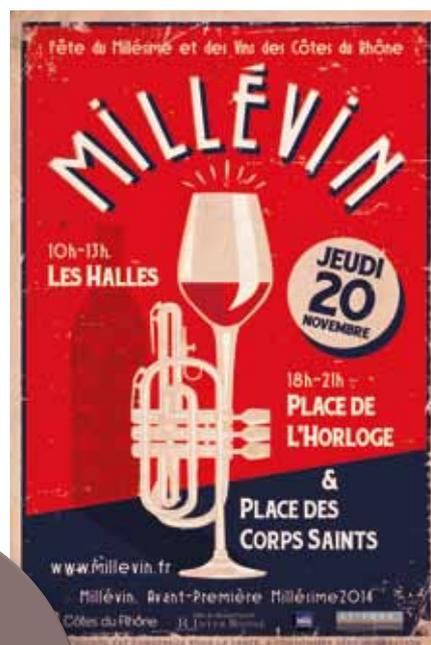
Face au succès du Bar à Vins éphémère dans la cour de la Maison des vins durant le Festival d'Avignon - plus de 6900 entrées pour cette 7^{ème} édition, la fréquentation est en constante augmentation depuis sa création - Inter Rhône reconduit une nouvelle fois cette opération pour l'été 2015.

Au total : 292 références ont été présentées **provenant de 130 metteurs en marché.**

91 metteurs en marché sont venus présenter et parler de leurs vins lors des soirées.

Millévin : la fête du nouveau Millésime

Le troisième jeudi de novembre, les confréries de vignerons et les producteurs s'approprient les rues d'Avignon pour **fêter le nouveau Millésime**. Un moment festif et décomplexé, que les participants peuvent poursuivre par un dîner spécial "Côtes du Rhône" dans les restaurants partenaires avignonnais. Un événement organisé en partenariat avec la Ville d'Avignon qui a mobilisé plus de 5 000 visiteurs.



2 - La reconnaissance de l'attractivité et du dynamisme du territoire : les destinations labellisées Vignobles et Découvertes



En accueillant plus de 14 millions de touristes chaque année, la Vallée du Rhône est une **destination touristique majeure** tandis que les appellations rhodaniennes réussissent leur montée en gamme sur les marchés français et à l'export. Porté par cette qualité croissante, l'avenir des vins des Côtes

du Rhône passe également par une **valorisation de l'œnotourisme** qui a concentré plus de 20 millions d'euros d'investissements ces deux dernières années.

Pour répondre à l'ambition du territoire, **tous les acteurs de la filière s'unissent avec pour objectif commun de faire découvrir le vignoble autrement que par la seule dégustation.**

Au-delà des caveaux, c'est tout un secteur qui se professionnalise pour proposer une offre de qualité sur les 13 routes touristiques de la Vallée du Rhône.

Ces itinéraires allient découvertes culturelles et viticoles, visites de caves et pratiques d'activités variées tout en optimisant les temps de parcours.

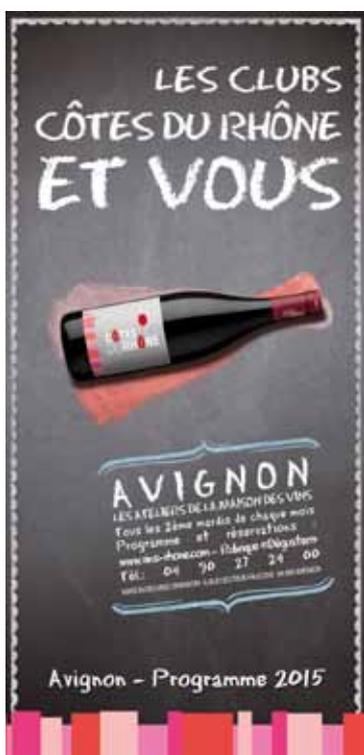
Huit destinations se sont vues attribuer le label Vignobles et Découvertes en Vallée du Rhône.

L'intérêt du label attribué par les ministres chargés du tourisme et de l'agriculture est la **reconnaissance du travail en réseau avec différents partenaires locaux** : la coordination des actions de promotion œnotouristiques, l'harmonisation des politiques afin d'offrir des séjours clés en main et des outils de communication commun et adaptés aux attentes des visiteurs et des agences.

Avec un agenda de **380 événements touristiques dont 120 uniquement sur la période estivale, la Vallée du Rhône est le vignoble de France qui concentre le plus de festivités.**

Aujourd'hui, les professionnels s'attachent toujours davantage à proposer aux touristes des visites originales, ludiques, pédagogiques ou encore sportives... avec pour objectif commun de faire découvrir leur vignoble autrement que par la seule dégustation. C'est pourquoi **Inter Rhône a mis en place de nouveaux critères d'évaluation de la qualité de l'accueil dans les caveaux** avec notamment la prise en compte de **services et d'animations qui vont au-delà de la dégustation** : promenades commentées dans le vignoble, logement chez le vigneron, ateliers thématiques...

Ces actions sont mises en place afin de **coller au maximum aux attentes des œnotouristes** et de **favoriser leur venue sur le territoire** pour découvrir les vins du Rhône.



Les rendez-vous réguliers avec les amateurs de vins rhodaniens

L'interprofession intervient aussi, via des initiations à la dégustation ludiques autour de ses vins, pour former un public local à une consommation responsable et plus qualitative.

Inter Rhône organise tous les 2^{èmes} mardis de chaque mois, des **ateliers «After work»**, rendez-vous idéal pour découvrir les nuances des vins des Côtes du Rhône au cours d'ateliers de dégustations thématiques, chaque deuxième mardi du mois de 18h à 20h.

Cette année encore, les After Work proposent des ateliers Découvertes (assemblage, accords mets-vins) ainsi des séances plus spécifiques autour **« d'un Village »** mais aussi des dégustations autour du « jeu », insolites et aux thèmes particulièrement originaux et ludiques : **Plein la truffe avec les Côtes du Rhône** (Epices et Aromates en accompagnement des Côtes du Rhône Villages), **Les Côtes du Rhône se donnent en spectacle** (mener l'enquête tel un policier et résoudre le secret des vins des Côtes du Rhône grâce son nez et à son palais), **Jouons avec les verres** (ou comment mesurer l'influence du choix du verres sur l'expression du vin), **Les Côtes du Rhône en Musique** (A la découverte d'accords inédits autour du Slam et des Côtes du Rhône).

En 2015, **les crus des Côtes du Rhône s'invitent à Avignon et proposent également leurs « After Work »**. C'est le cas des appellations Rasteau et Beaugues de Venise.

Une occasion unique, au **succès non démenti depuis 6 ans**, pour tous les passionnés du vin et du goût de participer à des dégustations commentées pour faire leurs connaissances, échanger avec les sommeliers des Côtes du Rhône et se régaler avec des accords mets et vins inédits.

Avec un agenda de 380 événements touristiques dont 120 uniquement sur la période estivale, la Vallée du Rhône est le vignoble de France qui concentre le plus de festivités.



La recherche & le développement : un savoir-faire intégré

Offrir aux acteurs
de la filière
rhodanienne les
meilleurs outils
pour produire des
vins de qualité.

Si le service technique d'Inter Rhône participe à des **programmes collectifs** impliquant des acteurs au niveau national, **les recherches n'en restent pas moins développées sous l'angle de la Vallée du Rhône et ses spécificités - climatiques**, de cépage et de terroir...

Ces actions réalisées conjointement avec des partenaires reconnus - INRA, universités, IFV... - permettent d'obtenir des résultats de façon plus rapide et de démultiplier la participation à différentes actions en profitant des éléments obtenus par d'autres partenaires.

Par l'amélioration des pratiques œnologiques et de la technicité, l'objectif assigné au service technique par les professionnels est **d'offrir aux acteurs de la filière rhodanienne les meilleurs outils pour produire des vins de qualité**.

L'oxygène et le conditionnement, des compétences identifiées

Le service technique excelle particulièrement dans des **domaines de compétences bien identifiés : les recherches sur l'oxygène et le conditionnement**. Des compétences reconnues au niveau national mises en avant lors de conférences mais aussi lors de rendez-vous incontournables pour les professionnels de la viticulture :

Les Rencontres rhodaniennes, la 17^{ème} édition se tient cette année, ont rassemblé en 2013, près de 450 professionnels autour de conférences et de démonstrations de matériels viticoles et œnologiques.

En 2015, pour la première fois, **les Journées Internationales du conditionnement et de la durée de vie des vins sont organisées au sein de l'Institut rhodanien** afin d'informer au mieux les professionnels sur les contenants les mieux adaptés aux attentes des entreprises.

La reconnaissance dans l'application : l'exemple de la lutte contre les phénols volatils

Inter Rhône et Bucher Vaslin ont développé **une méthode d'élimination des phénols volatils** dans les vins qui offre aux vignerons d'intervenir sur un vin à défaut - notamment à cause des brettanomyces - alors que jusqu'à présent, il était impossible de l'envisager.

Dans six mois, **cette technique tout à fait novatrice** sera inscrite dans les textes européens et sera donc **à disposition des professionnels** autorisée avant les vendanges.

Le transfert des connaissances au vignoble

Afin d'assurer **le transfert de connaissances** issus des recherches et qu'une expertise technique et réglementaire complète, le service technique propose **des formations et des audits collectifs et personnalisés** aux différents acteurs du vignoble.

S'appuyant sur une réelle reconnaissance des améliorations qualitatives, une politique commerciale, marketing et communication, les producteurs et négociants rhodaniens envisagent l'avenir sereinement, appuyés par l'interprofession qui les aide à **anticiper l'avenir**.





Une maîtrise des crises conjoncturelles et la continuité de la production

Forts des atouts de leurs cuvées, d'une **qualité qui ne cesse de croître** les metteurs en marchés bénéficient d'une **valorisation croissante de leurs vins**.

Affirmant une stratégie en phase avec le positionnement des A.O.P. des Côtes du Rhône et de la Vallée du Rhône, négociants, caves coopératives et producteurs œuvrent à une **forte présence de leurs vins sur le milieu et haut de gamme**.

C'est tous les services de l'interprofession qui sont mobilisés et pour **offrir au vignoble les outils pour affronter les changements futurs avec sérénité**.

1 - Accompagnement de la montée en gamme et des marchés valorisés

Dans un contexte mondial de forte concurrence sur les bas prix entre l'Italie, l'Espagne, le Chili et l'Australie et face au développement des vins sans Indication Géographique en France, **les A.O.P. de la Vallée du Rhône ont fait le choix de la qualité et de la valorisation**.

La monte en gamme repose sur trois volets : l'**amélioration qualitative**, la **politique commerciale** et le **marketing communication**.

Affirmant une stratégie en phase avec le positionnement des A.O.P., négociants et producteurs œuvrent à une forte présence de leurs vins sur le milieu et haut de gamme.

Ces efforts se sont traduits d'une part, par une **meilleure rémunération du vin vendu** dans le vignoble permettant ainsi de contrebalancer la baisse des volumes et d'autre part, par une **progression des ventes sur les circuits et marchés valorisés** au détriment des marchés premiers prix.

Depuis plusieurs années les vins du Rhône assurent leur **repositionnement sur le milieu et le haut de gamme** qui progressent tout en maintenant leur entrée de gamme.

Si les appellations de la Vallée du Rhône ont su **relever le défi commercial et marketing du repositionnement des vins**, elles ont dû faire face ces dernières années aux faibles récoltes.

Cependant, les années à venir s'annoncent positives en termes d'augmentation de la production : avec un renouvellement des capacités de production grâce à la restructuration amorcée il y a quelques années c'est entre **4 000 à 5 000 hectares qui offriront une production supplémentaire** dans les mois à venir.

2 - Anticipation des enjeux de demain

Parmi les différents chantiers de la nouvelle gouvernance figure l'**approfondissement de la connaissance des données micro et macroéconomiques** en vue d'une orientation maîtrisée de la filière ainsi qu'une attention particulière portée aux futurs opérateurs du vignoble tant sur le plan des formations que sur l'aide à l'installation.

Un pilotage économique toujours plus prospectif

Le service économique d'Inter-Rhône analyse les données issues du vignoble comme les études nationales ou internationales et offre ainsi un accompagnement ainsi que des outils de pilotage.

Dans l'avenir l'objectif est de **développer toujours plus d'indicateurs prospectifs**, sur de longues échéances, à 20-30 ans, afin de mesurer au mieux le potentiel de production, l'évolution démographique, mais aussi les besoins des acheteurs, des marchés, les évolutions des tendances. Le but étant de **gérer la production en fonction de ces données et d'éviter ainsi les crises structurelles**.

Assurer le renouvellement des vocations et encourager les nouvelles générations

Afin de favoriser le renouvellement des générations dans la filière et d'éviter la désertion des vocations, **Inter Rhône prévoit de mettre en place des mesures incitatives pour favoriser l'installation des jeunes vigneronnes et des nouveaux**.

Parallèlement, **les voyages par-delà nos frontières durant les phases de formation seront encouragés** pour assurer une ouverture à l'internationale des acteurs de la filière rhodanienne. L'idée est d'accompagner la jeune génération dans l'apprentissage de langues étrangères et la compréhension de cultures différentes tout en découvrant d'autres vignobles et d'autres approches.

les A.O.P. de la Vallée du Rhône ont fait le choix de la qualité et de la valorisation.





Inter Rhône

D o s s i e r p r e s s e 2 0 1 5

Pour plus d'informations :

Le service presse d'Inter Rhône
press@inter-rhone.com / Tél. 04 90 27 24 40

www.vins-rhone.com