

# RAPPORT D'ACTI VITÉS

2024

INTER RHÔNE



VIGNOBLES  
DE LA VALLÉE  
DU RHÔNE

# ÉDIFI TO

VERS L'ANNÉE 2025  
AVEC LA FERME  
INTENTION D'INVERSER  
LES COURBES ET DE  
PERCEVOIR UN AVENIR  
PLUS SEREIN POUR LES  
MAISONS DE NÉGOCE  
ET LES VIGNERONS DES  
VIGNOBLES AOC DE LA  
VALLÉE DU RHÔNE.



**Philippe PELLATON**  
Président d'Inter Rhône

## 2024 ANNUS HORRIBILIS

S'il y avait des années à oublier, 2024 serait sans doute sur le podium des périodes les plus délicates que nous ayons eu à gérer.

Dans un premier temps et de façon prioritaire, la détresse humaine aura été à son paroxysme, prenant toutes les formes d'expression : de l'incompréhension de la situation à la colère en début d'année, jusqu'à une forme de résignation, accouchant d'une mécanique d'arrachage définitif qui impactera notre région et le potentiel de production national comme rarement auparavant.

La filière, les structures, les femmes et les hommes ont été fortement chahutés. Pour autant, les orientations doivent être posées pour permettre un rebond nécessaire.

Inter Rhône a su réagir en se dotant d'un plan de restructuration à la fois conjoncturel et structurel, permettant à l'ensemble des sections d'appellation de maintenir un haut niveau d'investissement promotionnel pour la valorisation des vins.

La gestion particulièrement saine d'Inter Rhône laisse une force de frappe stratégique, avec des niveaux de réserves préservés et mobilisables pour les appellations.

L'année aura aussi été marquée par une récolte très dégradée, une lutte sans merci contre le mildiou qui a fortement impacté les rendements, avec, toujours de façon localisée, des épisodes climatiques violents. Les niveaux de production très faibles constatés vont renforcer la difficulté commerciale du moment.

Pour autant, les professionnels de la filière, rassemblés au sein du CNIV, ont posé les principes d'un plan stratégique national baptisé CapVins, allant des outils de gestion à la nécessaire reconquête de la consommation en France et des parts de marché à l'export.

L'avènement de l'AOC Laudun en tant que 18<sup>e</sup> cru des Côtes du Rhône, la performance sur les blancs, la bonne résistance sur les rouges du Rhône, les travaux menés au sein des services (RSE, économie, promotion et presse) et de l'Institut Rhodanien (stratégie carbone, cépages résistants) constituent des éléments positifs et les bases solides de la construction d'un avenir.

Et c'est d'ailleurs avec cette énergie que, dans un mouvement collectif, humain et réglementaire, l'objectif de retrouver un début de valeur cohérent avec les coûts de production a sonné le glas de 2024, pour se projeter vers l'année 2025 avec la ferme intention d'inverser les courbes et de percevoir un avenir plus serein pour les maisons de négoce et les vigneronnes des vignobles AOC de la Vallée du Rhône.

# SOM MAIRE

	ÉDITO .....	2
	1 - MISSIONS ET STRUCTURES .....	5
	2 - COMPTES D'EXPLOITATION .....	14
	3 - ÉCONOMIE .....	18
	4 - TECHNIQUE .....	28
	5 - PROMOTION .....	43





# MISSIONS ET STRUCTURES

Depuis sa création, l'Interprofession veille à l'équilibre entre les acteurs de la production et du négoce.

Depuis près de 70 ans, la prise en compte des intérêts de chacun, alliée à un travail collaboratif entre tous les professionnels, permet jour après jour de défendre, promouvoir et représenter nos Appellations auprès des institutions, des metteurs en marché nationaux et internationaux, ainsi que des consommateurs. L'Interprofession s'appuie sur différentes instances, garantes de la transparence, de l'équité entre production et négoce, et surtout de l'efficacité.



# DES MISSIONS AU SERVICE DES APPELLATIONS D'ORIGINE CONTRÔLÉE DE LA VALLÉE DU RHÔNE

Créée à l'initiative des organisations professionnelles de la filière viticole régionale, Inter Rhône repose sur trois principes fondamentaux :

**REPRÉSENTER** les familles professionnelles, une mission qui lui est reconnue par les pouvoirs publics depuis le 28 novembre 1955 (loi n° 55-1535).

**RESPECTER** l'équilibre paritaire entre les familles professionnelles du négoce et de la production.

**VOTER** des décisions majeures à l'unanimité des représentants professionnels.

Inter Rhône, acteur central de la filière, assure trois grandes familles de missions :

**ÉCONOMIQUE** avec des services qui réalisent des études spécifiques pour la filière. Ses équipes centralisent les données statistiques essentielles à la connaissance de l'offre et de la demande ainsi qu'à l'adaptation et la régularisation de l'offre. Ce service coordonne également, sous le contrôle de l'État, les règles de mise en marché, les conditions de paiement, de développement des démarches collectives et de régulation.

**TECHNIQUE** par la mise en œuvre de travaux et la promotion de mesures scientifiques contribuant à l'amélioration des produits via l'Institut Rhodanien. Ses équipes s'investissent également dans le renforcement sanitaire des vins notamment grâce à des mesures de traçabilité. Son système de veille favorise l'innovation technologique et scientifique.

**DE PROMOTION** avec pour finalité le développement des vins A.O.C. de la Vallée du Rhône sur les marchés intérieurs et extérieurs par les différents canaux d'information et de communication.

En 2024, Inter Rhône a assuré la défense et la promotion des vins à Appellations d'Origine Contrôlée suivantes :

Beaumes de Venise	Crozes-Hermitage
Cairanne	Duché d'Uzès
Château-Grillet	Gigondas
Châtillon-en-Diois	Grignan-les-Adhémar
Clairette de Bellegarde	Hermitage
Clairette de Die	Laudun
Condrieu	Lirac
Cornas	Luberon
Costières de Nîmes	Muscat de Beaumes de Venise
Coteaux de Die	Rasteau
Côte-Rôtie	Saint-Joseph
Côtes du Rhône	Saint-Péray
Côtes du Rhône	Tavel
Villages	Vacqueyras
Côtes du Vivarais	Ventoux
Crémant de Die	Vinsobres

Et des Indications Géographiques Spiritueuses suivantes :  
Marc des Côtes du Rhône  
Fine des Côtes du Rhône





## **2024, ANNÉE DE TRANSITION QUI PERMET DE MAINTENIR L'AMBITION DE L'INTERPROFESSION.**

### **UNE NÉCESSAIRE ADAPTATION AUX RÉALITÉS ÉCONOMIQUES**

Les tendances de commercialisation du début d'année ont conduit l'interprofession à réaliser un exercice budgétaire sous forte contrainte dès les premiers mois de l'année. Un groupe de travail paritaire a été mis en place afin de faire des propositions de réorientations budgétaires et structurelles. Celles-ci ont été approuvées lors de l'AG du 8 novembre 2025.

Ce travail de fond avec les professionnels, l'ensemble des services, et des sections, a permis de retrouver des équilibres budgétaires solides pour pouvoir aborder sereinement les années à venir.

### **UN PLAN COLLECTIF RENFORCÉ AU SERVICE DE LA NOTORIÉTÉ DES VINS RHODANIENS**

L'année 2024 a marqué la deuxième phase de déploiement du plan « Rhône Collectif », poursuivant avec constance les ambitions engagées en matière de diversification des profils de vins et de consolidation de la dynamique à l'export. Piloté par Inter Rhône, ce plan vise à renforcer la visibilité internationale des AOC de la Vallée du Rhône et à positionner la région comme un acteur de référence sur la scène vinicole.

Les priorités stratégiques demeurent claires : accroître la présence des vins rhodaniens sur les marchés export et faire émerger la Vallée du Rhône comme une région emblématique de production de vins blancs. Dans cette optique, 113 événements ont été organisés en 2024, touchant près de 7 910 professionnels, prolongeant ainsi la



dynamique initiée en 2023 (162 événements / 8 000 professionnels).

Porté par le succès des actions « Rhône in White » engagées l'année précédente, de nouveaux temps forts ont été déployés en 2024 autour de cette couleur. Au total, 8 événements ont permis de présenter 617 cuvées à plus de 820 professionnels, confirmant l'intérêt croissant du marché pour cette facette encore trop méconnue de l'offre rhodanienne.

## 2024 : ANNÉE FONDATRICE POUR LE POSITIONNEMENT ŒNOTOURISTIQUE DE LA VALLÉE DU RHÔNE

L'exercice 2024 s'est inscrit comme une étape déterminante dans la structuration de la stratégie œnotouristique de la destination « Vallée du Rhône ». Un travail approfondi de définition du positionnement a été engagé, en étroite concertation avec les partenaires du territoire. Parallèlement, une démarche d'inventaire et d'analyse de l'existant a été menée, en vue de poser les fondements d'un engagement résolu en faveur d'un tourisme durable.

Bien que cette phase préparatoire demeure encore peu visible, elle constitue un socle indispensable à l'élaboration du plan d'actions opérationnel prévu pour 2025. Elle préfigure ainsi un nouveau cap pour l'attractivité et la lisibilité de l'offre œnotouristique des vignobles rhodaniens, en cohérence avec les enjeux contemporains de transition et de valorisation des terroirs.

## ADAPTER LA FILIÈRE VITICOLE RHODANIENNE AU CHANGEMENT CLIMATIQUE

Face aux effets croissants du changement climatique, la filière viticole de la Vallée du Rhône intensifie ses efforts d'adaptation. En 2024, plusieurs leviers ont été explorés, tant à la vigne qu'à la cave : évolution des pratiques culturales, sélection de matériel végétal résilient et valorisation de cépages patrimoniaux.

La Vallée du Rhône s'est ainsi dotée d'une cellule d'animation dédiée dans le cadre du projet national VITILIENNE, porté par l'Institut Rhodanien et l'IFV. Ce dispositif vise à structurer une réponse régionale à travers la mise en place d'un démonstrateur expérimental dans le sud de la Vallée du Rhône.

Ce démonstrateur combinera différentes approches techniques pour tester leur efficacité face aux enjeux climatiques, avec une forte dimension de transfert et de communication. Il constitue un socle stratégique pour accompagner la transition de la filière dans les années à venir.

Association La fumée blanche

2024 a enfin vu la formation de l'association la fumée blanche ayant pour vocation de rassembler les opérateurs qui commercialisent du Châteauneuf du Pape en bouteille et qui souhaitent pouvoir présenter leurs vins et participer aux actions interprofessionnelles.

Cette association est un membre associé d'Inter Rhône et a à ce titre accès, pour le compte de ses adhérents, aux services interprofessionnels.

A titre d'exemple, les entreprises adhérentes peuvent :

- Présenter librement leurs vins de Châteauneuf du Pape sur les salons interprofessionnels sans coût supplémentaire ou lors des dégustations presse,
- Avoir accès aux études économiques qui intégreront les données issues des opérateurs de Châteauneuf du Pape adhérents,
- Ou encore à l'ensemble des études et recherches réalisées par l'Institut Rhodanien.

## CONTEXTE ÉCONOMIQUE : TENSIONS PERSISTANTES ET SIGNES DE RÉSILIENCE

L'année 2024 s'est donc inscrite dans un environnement économique particulièrement contraint pour la filière viticole, sous l'effet conjugué de l'inflation, des tensions géo-

politiques, des évolutions sociétales et du durcissement réglementaire. Ces facteurs ont accru la pression sur les trésoreries des opérateurs – producteurs, négociants et distributeurs – tout en pesant sur les choix de consommation.

Dans ce contexte difficile, les indicateurs de la campagne 2023/2024 traduisent une nette dégradation : recul des sorties de chais, hausse des stocks dans certaines AOC, baisse des cours pour plusieurs appellations, et affaiblissement des ventes en grande distribution et à l'export. La filière a dû faire preuve d'une grande capacité d'adaptation pour maintenir ses équilibres.

Toutefois, les premiers mois de la campagne 2024/2025 laissent entrevoir quelques signaux encourageants, notamment un assainissement des stocks et une reprise progressive des sorties de chais. Il conviendra d'observer si ces éléments traduisent un simple effet conjoncturel ou les prémices d'un redressement durable à l'horizon 2025.



# GOUVERNANCE

À noter : l'ensemble des décisions des instances de gouvernance de l'Interprofession sont prises à l'unanimité des familles professionnelles.

## L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE

L'Assemblée Générale se compose de membres délibératifs, répartis à part égale entre les délégués de la Production et les délégués du Négoce, de membres disposant d'une voix consultative ainsi que d'intervenants conviés en raison de leurs compétences, selon les sujets inscrits à l'ordre du jour.

**Compétences de l'Assemblée Générale :** arrête la politique générale et les objectifs à atteindre, se prononce sur les programmes à moyen et long terme proposés par le Conseil d'Administration, contrôle l'action du Conseil d'Administration par rapport aux objectifs fixés, approuve les comptes et vote le budget d'Inter Rhône, prend, sur proposition du Conseil d'Administration, les accords ou avenants Interprofessionnels qui peuvent bénéficier de la procédure d'extension, conformément aux dispositions du code rural sur les organisations Interprofessionnelles agricoles, élit le Président pour un mandat de trois ans.

## LE CONSEIL D'ADMINISTRATION

Le Conseil d'Administration de l'Interprofession se compose de représentants en nombre égal de la Production et du Négoce.

Cette instance exécute ou fait exécuter le programme fixé par l'Assemblée Générale.

Dans ce cadre, le Conseil d'Administration décide des orientations stratégiques et budgétaires d'Inter Rhône, arrête les comptes pour validation par l'Assemblée Générale. Il prépare les ordres du jour comportant les questions et propositions à soumettre à l'Assemblée Générale, notamment les accords Interprofessionnels et les avenants de campagne. Enfin, il valide la désignation des membres professionnels du Comité de Gestion.

## LE COMITÉ DE GESTION

Cet organe composé notamment du Président, de deux Vice-Présidents, du Secrétaire général, du Trésorier, ainsi que du Délégué Général, prépare les travaux du Conseil d'Administration sur les orientations stratégiques et budgétaires d'Inter Rhône, après consultation des Sections et des Commissions. Il gère les affaires courantes en application des décisions du Conseil d'Administration, et veille au bon fonctionnement administratif d'Inter Rhône. Le Président peut inviter toute personne de son choix.



## LES MEMBRES DE L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE AU 31.12.2024

### PRODUCTION (23 MEMBRES)

#### AOC CÔTES DU RHÔNE ET CRUS

ALARY Denis (CA)  
AUBERT Alain  
BARRUOL Louis (CA)  
BELLIER Michel  
CARLIN Nicolas (CA)  
CHABRAN Claude  
CHARRANSOL Christophe  
COMBIER Laurent (CA)  
DE PINS Rodolphe (CA)  
DESSALLES Vincent (CA)  
DURAND Joël (CA)  
FAURE Philippe (CA)  
GILLES Damien (CA)  
LAYS Claude  
PELLATON Philippe (CA)  
ROUX Serge (CA)  
VINCENT Frédéric

#### AOC COSTIÈRES DE NÎMES

MARES Cyril (CA)

#### AOC CÔTES DU VIVARAIS

JAQUIN Cyril

#### AOC DUCHÉ D'UZÈS

SOUCHON Michel

#### AOC GRIGNAN-LES-ADHÉMAR

ROZEL Matthieu (CA)

#### AOC VENTOUX

CHAUDIERE Frédéric (CA)

#### AOC CLAIRETTE DE DIE

LOMBARD Fabien (CA)

### NÉGOCE (25 MEMBRES)

AMADIEU Jean-Marie (CA)  
ARNOUX Jean-François  
BERNARD Michel (CA)  
BOURDEX Thierry  
BOUSCARLE Joël (CA)  
BROTTE Thibault (CA)  
CHAPOUTIER Michel (CA)  
DELTIN Aude  
FABRE Pierre (CA)  
FRIEDMANN Rémi  
GASSIER Michel  
GRANGE Jacques (CA)  
GUIGAL Marcel (CA)  
JOANNES Grégory  
LAVAU Frédéric  
MAILLIARD Bruno  
MIQUEL François (CA)  
MONTGERMONT Samuel (CA)  
MORO Catherine (CA)  
PASTA Christophe (CA)  
QUIOT Florence (CA)  
RAVOIRE Roger (CA)  
VERMEERSCH Ann  
VIDAL Pierre (CA)  
VIAL Serge

## LES MEMBRES DU COMITÉ DE GESTION AU 31.12.2024

Président :  
Philippe PELLATON

Vice-Président Négocier :  
Samuel MONTGERMONT

Vice-Président Production :  
Damien GILLES

Trésorier :  
Fabien LOMBARD

Secrétaire :  
François MIQUEL



## LES COMMISSIONS

L'Interprofession compte 6 Commissions. Chacune définit, dans son domaine, les actions communes qui concernent l'ensemble des Appellations de la Vallée du Rhône. Les Commissions ont pour mission de :

- **Définir et conduire**, dans le cadre du budget voté par l'Assemblée Générale et des orientations stratégiques définies par le Conseil d'Administration, les actions communes de communication et de promotion intéressant l'ensemble des Appellations de la Vallée du Rhône membres d'Inter Rhône
- **Veiller et analyser**, le cas échéant, à la cohérence des propositions d'actions spécifiques des Sections.

Les Commissions Promotion et Économique sont composées des Présidents et des Vice-Présidents ou des Co-Présidents des Sections ; la Commission Technique est composée de membres désignés parmi les deux familles professionnelles. Si besoin, des experts désignés par les deux familles professionnelles peuvent aussi participer aux Commissions. Les Commissions sont présidées par deux co-présidents, membres de la Commission et du Conseil d'Administration, et représentant chacun une famille professionnelle. Les co-présidents sont nommés par le Conseil d'Administration sur proposition de chacune des familles.

### LA COMMISSION SUIVI AVAL DE LA QUALITÉ

Cette Commission poursuit deux missions essentielles :

- de conseil et d'assistance aux opérateurs sur les éléments assurant la qualité des vins,
- de mise en œuvre d'actions visant à s'assurer du respect de la qualité des produits mis à la disposition des consommateurs.

Elle est paritaire. Ses membres sont soumis à la confidentialité et au secret professionnel.

### LA COMMISSION AD HOC

Nommée par le Conseil d'Administration sur proposition du Président d'Inter Rhône, cette Commission est chargée de missions de réflexion par le Président d'Inter Rhône, après avis des deux familles professionnelles. Cette Commission peut aussi s'autosaisir de tout sujet concernant le fonctionnement d'Inter Rhône. Ses membres n'appartiennent pas au Comité de Gestion.

### LA COMMISSION D'ÉTHIQUE

La Commission d'Éthique est composée de 6 membres, nommés à chaque saisine, sur proposition du Président et du Délégué Général d'Inter Rhône, après avis des Présidents des deux familles professionnelles. Elle peut être saisie par les organisations membres de l'Interprofession, ou par le Président, en cas de non-respect de l'Accord Interprofessionnel. Les parties au contrat interprofessionnel peuvent également la saisir si l'une des dispositions du contrat n'est pas respectée.

### LES SECTIONS D'APPELLATION

Les Appellations qui adhèrent à l'Interprofession bénéficient de Sections spécialisées. Leur constitution est approuvée par le Conseil d'Administration sur proposition des Syndicats les plus représentatifs.

Les Sections sont composées à parité des membres de la Production et du Négoce concernés par l'Appellation. Leurs avis sont formulés à l'unanimité des deux familles professionnelles. Les Sections ont notamment pour objectifs de :

- Travailler sur les enjeux techniques, économiques, qualitatifs et promotionnels, ou toute autre thématique entrant dans l'objet social d'Inter Rhône, propres à l'Appellation ou au groupe d'Appellations concernées.
- Définir et mettre en œuvre, dans le cadre du budget voté par l'Assemblée Générale, les actions spécifiques souhaitées qu'elles présentent au Conseil d'Administration pour validation budgétaire finale.

- Participer à la définition et au financement des actions communes proposées par les Commissions, conformément au budget adopté par l'Assemblée Générale et aux orientations stratégiques validées par le Conseil d'Administration.

### LA DÉMARCHE RSE D'INTER RHÔNE

Conjuguer nos valeurs, faire rayonner nos terroirs



L'interprofession est un creuset de savoir-faire, d'idées, et d'engagements qui rassemble et combine les expertises des permanents et des professionnels du vignoble. Un socle de valeurs fortes réunit les hommes et les femmes qui œuvrent, chaque jour, chacun dans sa fonction, pour la valorisation des AOC rhodaniennes. C'est cette force du collectif qui nous anime, et qui donne toute sa résonance aux relations que le vignoble noue plus largement avec l'ensemble du territoire. Le double sens du mot 'VALEUR' émerge ici comme une évidence : la valeur économique (les AOC, les vins, le travail de chacun) mais également les valeurs morales, les idéaux dans lesquels nous nous reconnaissons et qui guident notre action.

L'ensemble des événements et services que déploie Inter Rhône est motivé par une ambition commune : nourrir et faire grandir cette incroyable richesse que nous avons 'entre nos mains', en prenant soin des Hommes et de l'environnement. Faire voyager nos vins, et avec eux les terroirs, aux 4 coins du monde, et accueillir, dans notre vallée, les amateurs du monde entier.

L'interprofession est labellisée 'Engagé RSE - niveau confirmé' depuis juin 2022. En janvier 2024, dans le cadre de l'évaluation du suivi à 18 mois, ce niveau a été maintenu, nous encourageant à mettre notre démarche RSE au cœur de notre pilotage stratégique.



# LES SERVICES

31/12/2024

## DIRECTRICE COMMUNICATION

Sophie LESCURE

### RESPONSABLE GÉNOCOMMUNICATION

Julie COUTTON

#### CHARGÉE DE PROJETS DIGITAL

Pauline BREDUILLIARD

#### CHARGÉE DE COMMUNICATION INTERNE

Gaëlle BOUCHAUD

#### CHARGÉE DE MISSIONS OUTIL ET LOGISTIQUE

Cécile KREITZ

#### CHARGÉE DE PROJETS FORMATION

Emmanuelle VOINIER

### RESPONSABLE PÔLE ÉVÉNEMENTIEL

Emilie FOUBERT

#### CHARGÉS DE PROJETS ÉVÉNEMENTIEL

Jérôme UBASSY

Morgane MOREL

#### CHARGÉE DE PROJETS SALON

Charlotte REVILLON

#### CHARGÉE DE DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL ET ÉVÉNEMENTIEL

Melba NICOLAS

#### RESPONSABLE RELATIONS PRESSE FRANCE

Marjorie PREUX

#### CHARGÉE DES RELATIONS PRESSE FRANCE

Julie COULON

#### CHARGÉ DES RELATIONS PRESSE EXPORT (Suisse/Allemagne/Belgique/Scandinavie)

Valentin BORDALA

#### CHARGÉE DES RELATIONS PRESSE EXPORT (UK/Asie)

Marine SCLEAR

#### CHARGÉE DES RELATIONS PRESSE EXPORT (USA/Canada)

Béatrice MIALON

#### ASSISTANTE PRESSE (FRANCE/EXPORT)

Julie LE MOUËL

## DIRECTRICE MARKETING ET DÉVELOPPEMENT DURABLE

Virginie CHARLIER

### RESPONSABLE GÉNOTOURISME

Jessica DEBIEVE

#### CHARGÉE DE PROJETS GÉNOTOURISME

Clémence DURAND

#### ASSISTANTE GÉNOTOURISME

Lucie LEFEBVRE

#### RESPONSABLE DE MARCHÉS (FRANCE/SCANDINAVIE)

Elodie DANIEL

#### ASSISTANTE MARKETING EXPORT

Marion MOIGNEAU

#### RESPONSABLE DE MARCHÉS (EUROPE/ UK)

Aude TSITOGLOU

#### CHARGÉE DE PROJETS MARKETING

Emma BENSALEM

#### RESPONSABLE DE MARCHÉS EXPORT

Anaïs RICHARD

#### CHARGÉE DE PROJETS MARKETING

Alicia MARIETTE

#### ASSISTANT ADMINISTRATIF

Mathieu FRACHON

## RESPONSABLE SERVICE ÉCONOMIQUE

Sébastien LACROIX

### DATA ANALYST

Echat SOILIH

### ANALYSTE EXPERT DES MARCHÉS

Dominique TOILLON

### CHARGÉ D'ÉTUDES ÉCONOMIQUES ET D'INFORMATION

Benjamin ECHARD

### RESPONSABLE DU SUIVI DES OBLIGATIONS DÉCLARATIVES

Sandrine LORINO

### CHARGÉES DES OBLIGATIONS DÉCLARATIVES

Sabine GOMEZ

Christelle MERLIN

## DÉLÉGUÉ GÉNÉRAL

Guillaume CHALUMEAU

## SERVICE COMMUNICATION

### SERVICE COORDINATION DES SECTIONS

#### RESPONSABLE DE COORDINATION DES SECTIONS DE CRUS MÉRIDIONAUX ET AOC DE LA VALLÉE DU RHÔNE

Ambre CABIROU

#### CHARGÉE D'ACCUEIL & ANIMATRICE GÉNOTOURISME

Hanna FAURIEL

#### COORDINATRICE DES SECTIONS SEPTENTRIONALES

Margaux GIRARD FAURE

## SERVICE MARKETING

### SERVICE RESSOURCES HUMAINES / COMPTABILITÉ

#### DIRECTRICE DES RESSOURCES HUMAINES

Sylvie ALESSANDRI

#### ASSISTANTE RH

Joséphine JORDE

#### DIRECTEUR ADMINISTRATIF ET FINANCIER

Dorian GENTILLON

#### RESPONSABLE COMPTABILITÉ AUXILIAIRE

Sylvie VELASCO

#### RESPONSABLE DES PARTENARIATS FINANCIER ET CONTRÔLE DE GESTION

Amandine TROIN

#### ASSISTANTE COMPTABLE ET FINANCIÈRE

Othyllie MONTORO

#### RESPONSABLE COMPTABLE

Laëtitia ANGUENOT

#### AIDE-COMPTABLE

Charlotte DE VECCHIS

#### AIDE-COMPTABLE EN ALTERNANCE

Adèle BOURREAU-GILLET

## SERVICE ÉCONOMIQUE

### SERVICE GÉNÉRAUX / MAINTENANCE ET LOGISTIQUE

#### ASSISTANTE DE DIRECTION DU PRÉSIDENT ET DU DÉLÉGUÉ GÉNÉRAL

- RÉFÉRENTE MAISON DES VINS D'AVIGNON

#### - CHARGÉE DE LA COMMUNICATION INSTITUTIONNELLE ET DES PARTENARIATS

Myriam GASSE

#### ASSISTANTE ADMINISTRATIVE -

CHARGÉE D'ACCUEIL

Elisabeth ANASTASY

#### CHARGÉ DE MAINTENANCE BÂTIMENT ET LOGISTIQUE

Frédéric MARTINEZ

#### CHARGÉ ENTREPÔT

Franck LATOUR

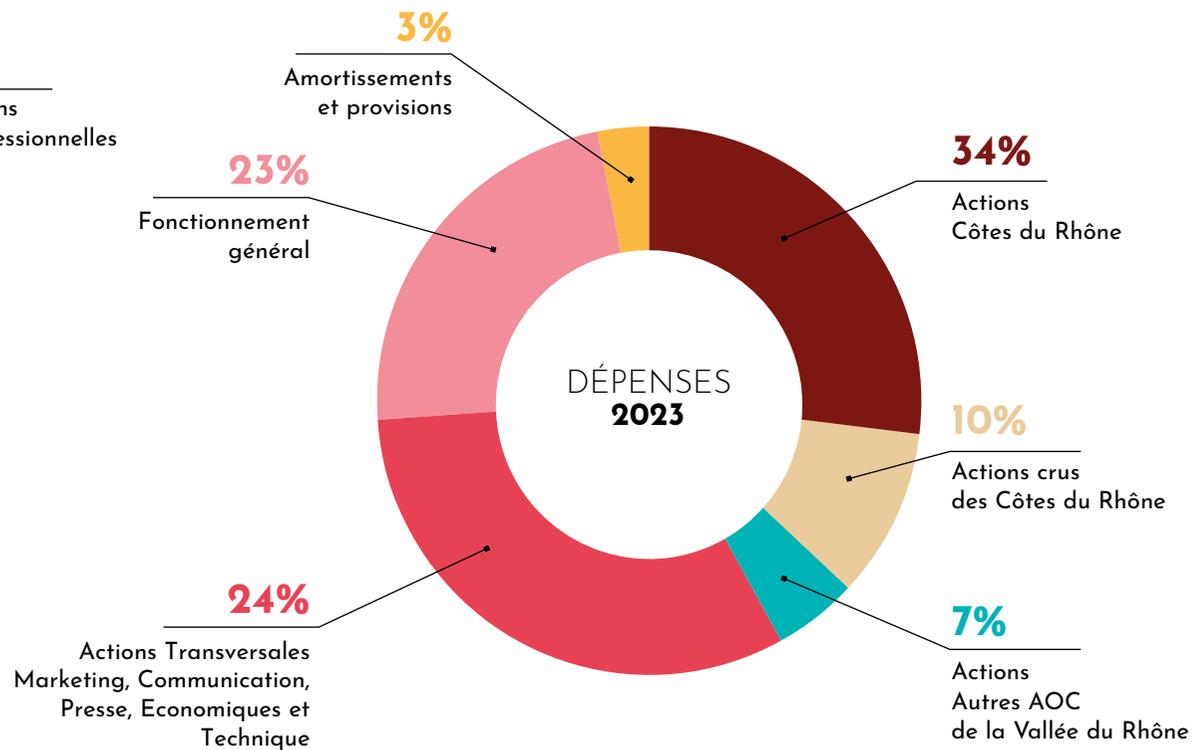
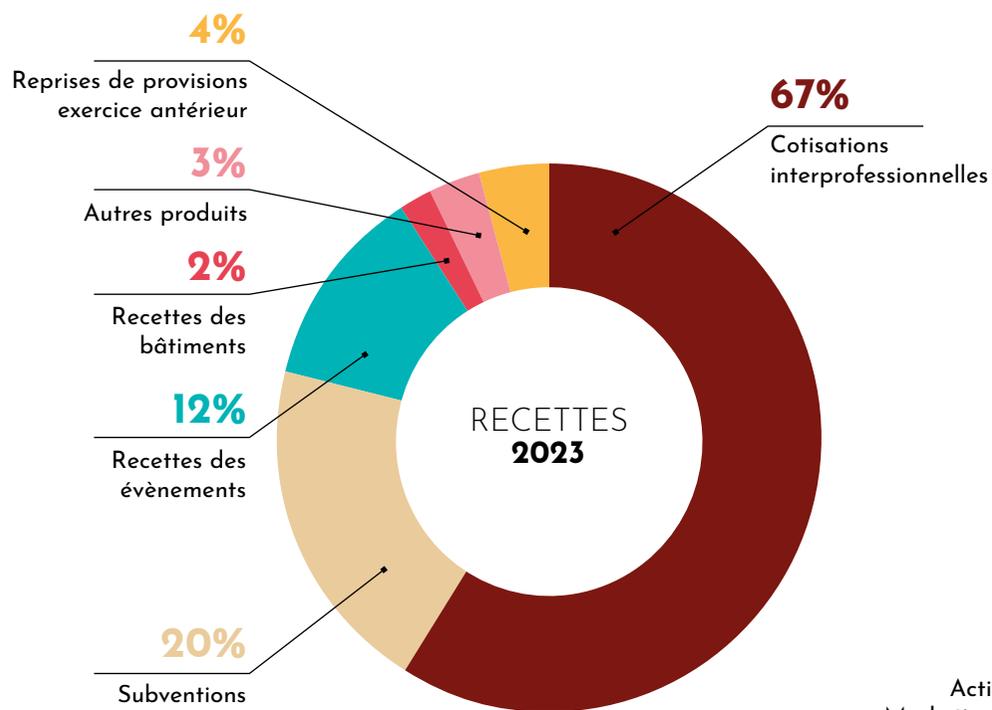




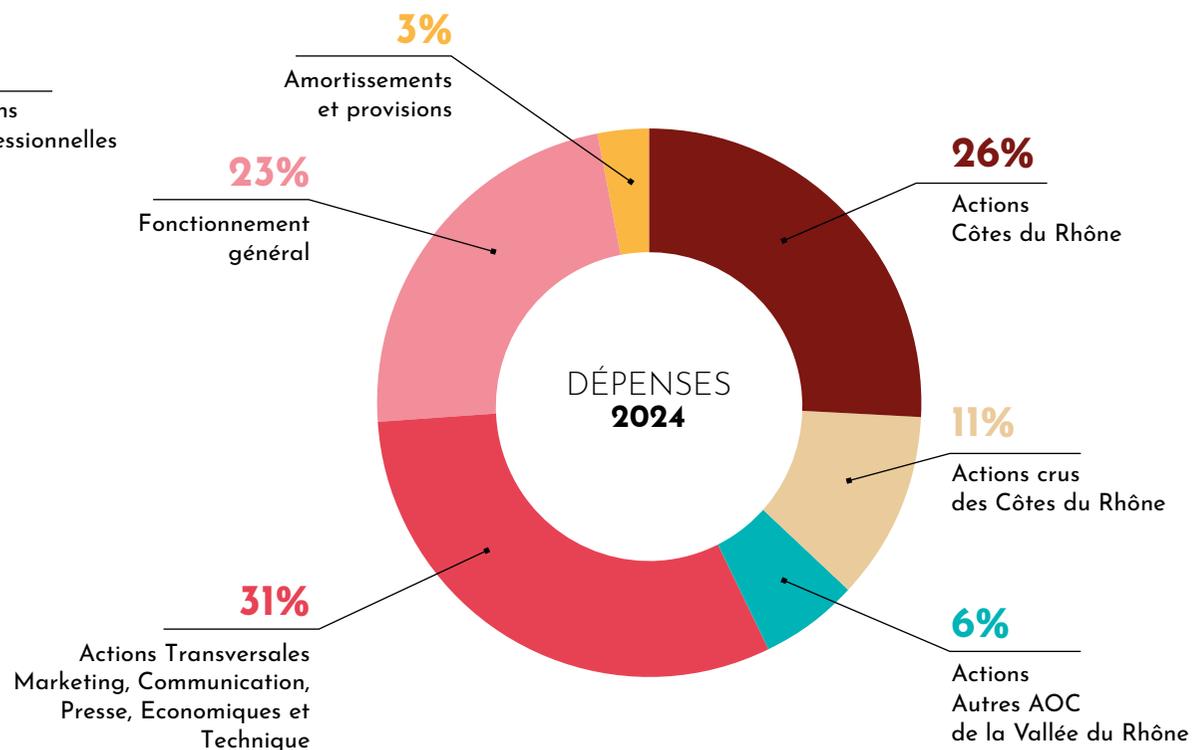
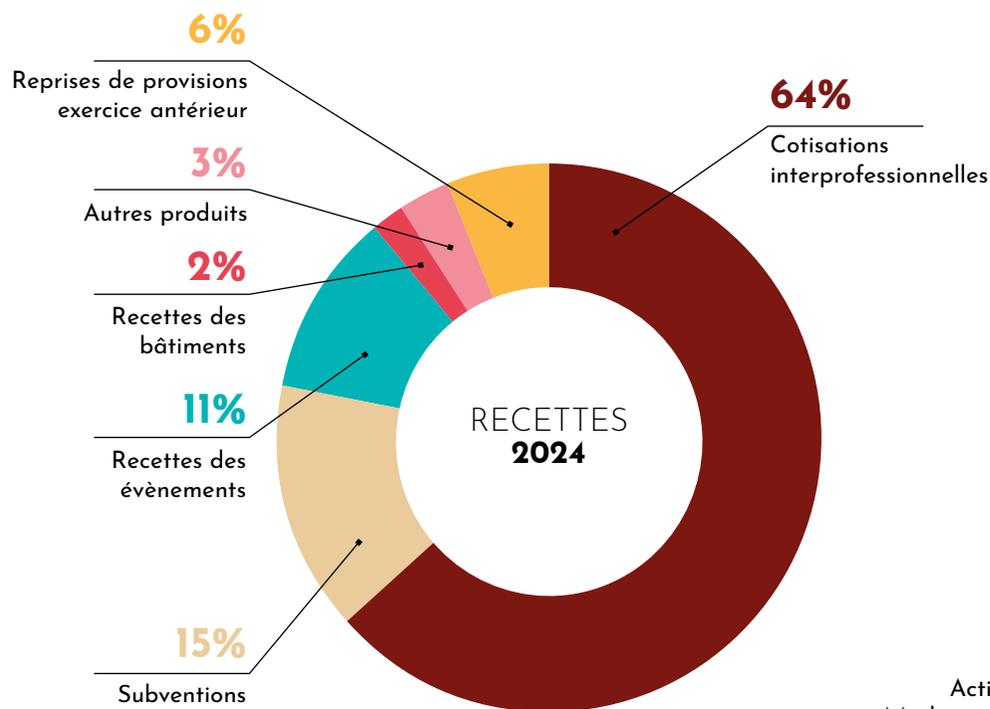
# COMPTES D'EXPLOITATION



# EXERCICE 2023



## EXERCICE 2024



Pour l'année 2024, les recettes totales s'élèvent à 20 078 055 €, tandis que les dépenses atteignent 20 330 374 €, générant ainsi un déficit de 252 319 €

Des arbitrages ont été réalisés pour favoriser les dépenses spécifiques des sections en recalibrant et privilégiant certaines actions.

L'accompagnement de partenaires institutionnels tels que les Départements, les Régions et l'Europe nous ont permis de maintenir notre présence sur nos principaux marchés (dont notamment la France, l'Allemagne, la Belgique, les USA, le Royaume Uni et le Canada).

Les volumes du réalisé 2024 sont de 2 290 283 hl (2 308 651 hl en 2023) :

- 1 397 110 hl pour CDR&CDR Villages en 2024 contre 1 389 848 hl en 2023, soit une hausse de 7 hl (+0,52%)
- 363 483 hl pour les crus en 2024 contre 361 558 hl en 2023, soit une hausse de 2 hl (+0,53%)
- 529 690 hl pour les autres VDR en 2024 contre 557 245 hl en 2023, soit une baisse de 28 hl (-4,94%)

En 2024, les actions spécifiques représentent 43% des dépenses totales.

Les actions Transversales (Promotion, Économique et Technique notamment) représentent 31%.

Les charges de fonctionnement général, les amortissements et les provisions sont de 26%.





# ÉCONOMIE

## APPORTER VISIBILITÉ ET CONNAISSANCE À LA FILIÈRE

Le Service Économique d'Inter Rhône a pour missions de rassembler les informations économiques du vignoble et de les partager, avec ses analyses, pour contribuer à la réflexion de chacun de ses clients.



## LES TROIS CLIENTS DU SERVICE ÉCONOMIQUE

Les équipes du Service Économique d'Inter Rhône rassemblent de nombreuses informations indispensables aux opérateurs de la filière : sorties des chais, transactions/cours, stocks, données marchés et consommateurs. Ces données doivent être complètes et fiables. Elles sont en effet essentielles pour les trois clients du service :

- Les entreprises, pour leurs actions spécifiques ;
- Les élus, Sections et syndicats composant l'Interprofession, au service des stratégies propres à chaque Appellation et du pilotage global du vignoble ;
- Les équipes d'Inter Rhône, dans leurs missions techniques, de promotion et de communication.

## COLLECTER LA DONNÉE

La diversité des informations gérées par Inter Rhône exige une variété d'outils de collecte adaptés.

Certains de ces outils s'appuient sur des partenariats indispensables.

C'est par exemple le cas avec la mutualisation de moyens avec d'autres interprofessions, au sein du CNIV (panels distributeurs et consommateurs, enquêtes auprès de la restauration, des cavistes etc.).

Le Service Économique s'appuie également sur un réseau d'informateurs (Wine market council, Wine Intelligence, Wine-searcher, Wine Opinions, XJ Décisions, Business France, Agrex...) pour assurer une veille permanente de la santé des marchés.

Plusieurs conventions avec la Douane permettent par ailleurs à Inter Rhône d'accéder aux données recueillies par cette administration, notamment en matière d'exportations.

En liaison avec l'Institut Rhodanien, un système d'information géographique existe, qui permet entre autres de faire l'inventaire du potentiel de production de chacune des appellations du giron de l'interprofession.

D'autre part, Inter Rhône génère ses propres données.

C'est notamment le cas avec l'ensemble des informations collectées et enregistrées par le service auprès des entreprises d'Inter Rhône : premières transactions de vin, contrats de raisins pour certaines appellations, état mensuel des stocks, des entrées et des sorties à la production, déclarations de stock des négociants etc.

Inter Rhône investit aussi dans diverses études concernant par exemple la notoriété et l'image des AOC de la Vallée du Rhône, les attentes des professionnels et des consommateurs sur les différents marchés ou encore les flux de commercialisation des appellations.

L'interprofession peut également mener des études spécifiques à chaque appellation, dans le cadre des sections interprofessionnelles ou des analyses prospectives.

## PARTAGER L'INFORMATION

Le Service Économique de l'interprofession met en place une diversité d'outils pour permettre à chacun de ses clients d'accéder aux informations et aux analyses utiles à leur activité :

- Le volet Eco de l'extranet d'Inter Rhône (espace adhérent) et le « Mailing Eco » envoyé chaque vendredi rassemblent les données récurrentes telles que les transactions vrac, les sorties de chais et les stocks de chaque appellation mais aussi des résultats ou des synthèses d'études, des données pratiques sur les marchés et les informations de partenaires.

- Le service décline aussi deux documents annuels : les *Chiffres Clés* (en versions papier et dématérialisée) et le *Guide Export* (complètement dématérialisé depuis 2023).

- Les équipes participent régulièrement à des réunions dans le vignoble : Sections d'Appellation, Assemblées Générales ou Conseils d'Administration des Syndicats, rencontres producteurs/négociants... En 2024, près de 60 rendez-vous ont permis de partager des éléments économiques avec les entreprises et les appellations, à l'échelle de la région entière.

- Les Rencontres Inter Rhône, et plus particulièrement les Mardis de l'Export, sont l'occasion d'animer des temps d'informations sur les principaux circuits et marchés des Appellations des Vignobles de la Vallée du Rhône. Le Service Économique a animé ou participé à plusieurs de ces rencontres en 2024 : quatre journées des Mardis de l'Export, une Rencontre dédiée aux VIE/VTE etc.

- Le Service Économique prend régulièrement la parole dans le magazine mensuel *Le Vigneron des Côtes du Rhône et du Sud Est*. En 2024, une dizaine de dossiers, articles, encarts ou brèves économiques a ainsi été produite par le service : Bilans de campagne 2023-2024 pour Côtes du Rhône et pour la Vallée du Rhône, Panel Grossistes/CHR, Belgique, Allemagne, Restauration France, Coûts de production Côtes du Rhône etc.

- Le service est amené à répondre à toutes les demandes d'informations directes des entreprises, des sections d'appellations, des Syndicats et des partenaires. Le contexte de l'année 2024 a conduit à une plus forte sollicitation de la part des Sections, ainsi qu'à des demandes d'accompagnement à des réflexions plus stratégiques (Cairanne, Gigondas, Tavel etc), et des réflexions nouvelles concernant des outils de régulation/réserve (Côtes du Rhône & Côtes du Rhône Villages, Ventoux, Luberon ou encore Vacqueyras).



- L'équipe Gestion du Vignoble du Service Économique est quotidiennement au contact des entreprises pour répondre aux questions liées à l'enregistrement des contrats, la Déclaration Récapitulative Mensuelle (DRM), la mise en place des outils de régulation et, d'une manière générale, toutes les obligations réglementaires. L'équipe reste toujours fortement mobilisée pour accompagner les entreprises dans leurs diverses obligations déclaratives.
- L'ensemble des missions assurées par Inter Rhône s'appuie sur un service SI (Système Informatique) rattaché au département économique. Depuis 2022, ce service a été réuni au sein du groupement d'employeurs Grenache (associant Inter Rhône et le Syndicat Général des Côtes du Rhône) afin de partager les compétences d'un Responsable des Systèmes d'information et d'un Administrateur Systèmes & Réseaux. Outre la constante préoccupation de la sécurisation des systèmes et des données, cette année 2024 a été notamment marquée par le déploiement, en liaison avec le Syndicat Général des Côtes du Rhône et ADELPHE, d'un outil permettant de simplifier la transmission de données pour les opérateurs, la finalisation de la dématérialisation des factures des cotisations accessibles depuis la plateforme Déclarvins, ou encore le lancement du développement d'un outil logistique visant à simplifier la gestion des échantillons collectés pour les différents événements, dégustations presse etc.

## 2024 : LES TEMPS FORTS

**En 2024, les trois pôles du Service Économique - Gestion du Vignoble, Analyse Économique et Système Informatique - ont mené plusieurs chantiers majeurs, parmi lesquels :**

- Nouveaux avenants à l'accord interprofessionnel triennal 2023/2025.

Depuis sa mise en place en janvier 2023), l'accord triennal été enrichi de plusieurs avenants. Cinq ont été votés et mis en œuvre en 2024 :

- Evolution des cotisations interprofessionnelles de plusieurs appellations : Vinsobres, Côtes du Vivarais et Saint-Joseph,
  - Intégration de la nouvelle appellation Laudun avec modification préalable des statuts d'Inter Rhône,
  - Remise à plat de l'outil de régulation de l'appellation Côtes du Rhône rouge et intégration des Côtes du Rhône Villages,
  - Mise en place d'un outil de régulation de l'appellation Ventoux pour les rouges et les rosés,
- De nombreuses études ont été réalisées : panels AUDI-REP sur l'image et la notoriété des appellations rhodaniennes, études avec CSA sur les vins rafraichis, analyse des ventes en GMS pour alimenter la réflexion sur la communication, mise à jour des matrices Wine Intelligence, études sur les vins blancs de la Vallée du Rhône, réalisation d'une étude de flux de commercialisation pour les eaux-de-vie des Côtes du Rhône, ou encore analyses bibliographiques sur les attentes en matière de vins rouges,

- Accompagnement des opérateurs pour la gestion des réserves interprofessionnelles et mobilisation des équipes pour améliorer la collecte des données de commercialisation

- Le projet d'un nouvel outil logistique a été lancé. Il visera à assurer le suivi de chaque vin collecté, depuis son inscription à un événement jusqu'à son expédition.

**En collaboration et en co-financement avec les autres Interprofessions, dans le cadre du CNIV :**

- La gestion des panels distributeurs France, Pays-Bas, Royaume-Uni, Allemagne et des panels consommateurs France et Belgique, un travail sur la mise en place d'un panel cavistes hexagonaux etc.,
- Un partenariat avec la société IWSR mutualisé afin que les producteurs et les négociants de la Vallée du Rhône puissent accéder à l'ensemble des études constituant sa base de données.

## POINT ÉCONOMIQUE VALLÉE DU RHÔNE | BILAN 2023-2024 ET DÉBUT DE LA CAMPAGNE 2024-2025

Le marché du vin a dû composer de manière plus forte encore en 2024, avec des pressions économiques, sociétales, climatiques et réglementaires importantes. Les arbitrages que les consommateurs sont amenés à faire sur de nombreux marchés, en raison de l'inflation, et parallèlement la pression sur les trésoreries des viticulteurs, des négociants, mais aussi des distributeurs, les tensions qui polluent les relations commerciales entre pays... : les facteurs économiques sont nombreux qui ont continué à perturber nos marchés. Dans ce contexte qui est resté particulièrement sévère, les vins de la Vallée du Rhône ont eu du mal à résister. Ainsi, de nombreux indicateurs se sont dégradés tout au long de la campagne 2023/2024 : les sorties de chais ont reculé, certains stocks ont cru significativement, les cours de plusieurs AOC ont encore baissé, les ventes en grande distribution et à l'international sont fragiles. Pour autant, on relève aussi des situations nettement assainies et des reprises de sorties de chais depuis ce début de campagne 2024/2025. Rebond technique ou signe avant-coureur d'une reprise à venir, l'année 2025 le dira.

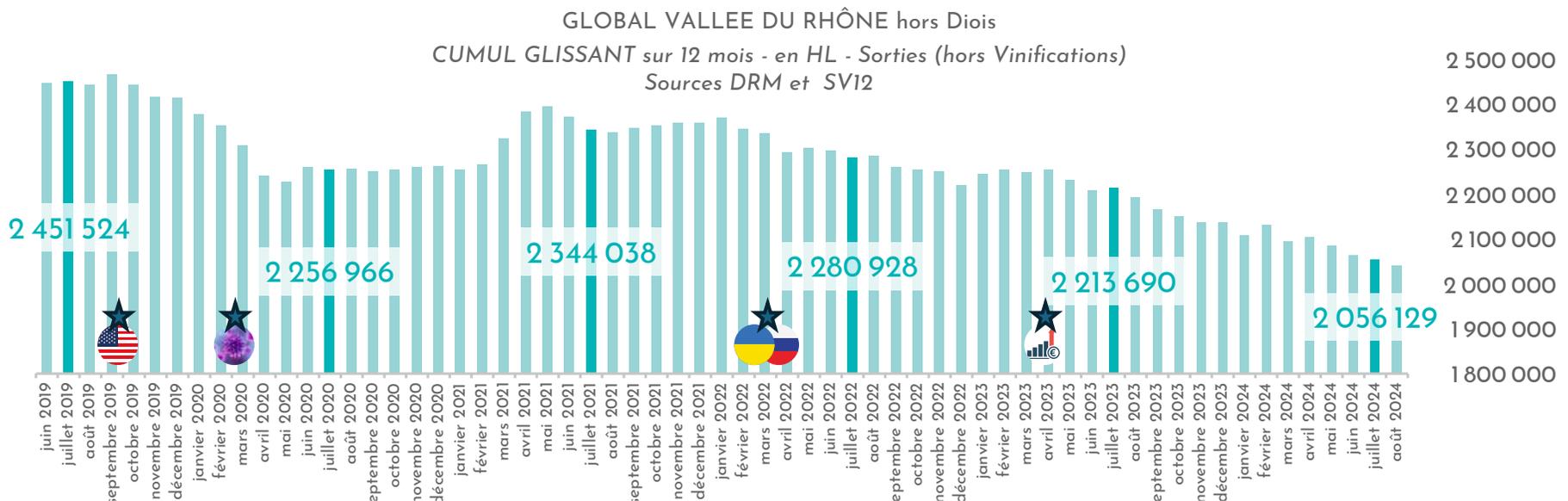
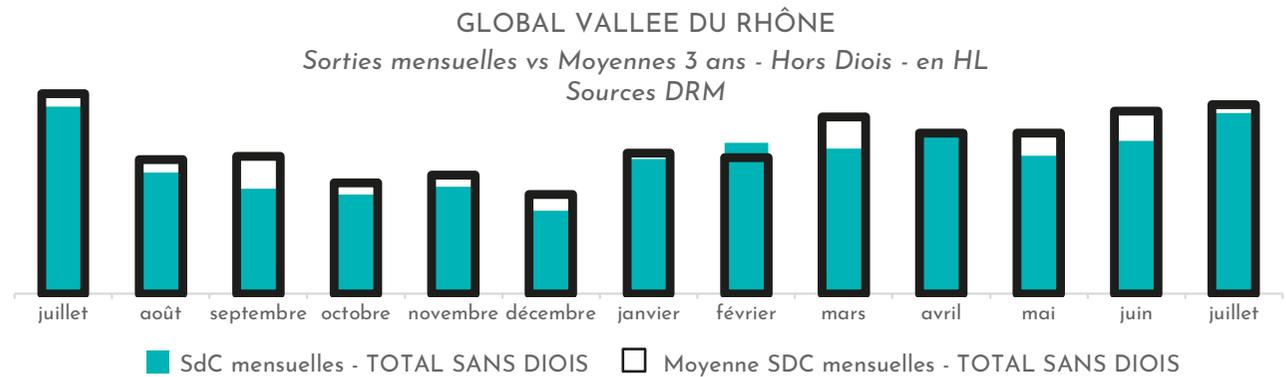
## DES SORTIES DE CHAIS GLOBALEMENT EN BERNE

Avec un volume total de sorties de chais (vendanges fraîches comprises) de 2,234 millions d'hectolitres, le global Vallée du Rhône affiche une baisse de -7% très marquée par rapport au recul des -3% de la campagne précédente.

On voit nettement sur le graphique ci-dessous la dynamique défavorable des sorties de chais sur l'ensemble de la campagne : à quelques rare exceptions près (février et avril 2024), les sorties de chais enregistrées mensuelle-

ment étaient systématiquement inférieures à la moyenne des 3 dernières campagnes.

Comme cela était déjà le cas l'année précédente, le graphique ci-dessous (hors Diois) illustre les à-coups constatés dans les sorties de chais de la Vallée du Rhône tout au long des 5 dernières campagnes et induits par une succession de crises majeures et un contexte : taxe Airbus/Trump (octobre 2019), COVID (à partir de mars 2020), conflit Russe en Ukraine (février 2022) ou encore, en février 2023, le pic du taux annuel d'inflation en France, +6,3% (niveau le plus élevé enregistré en France depuis les années 1980).



Cette succession d'événements, combinée à un contexte tendanciel de déconsommation, a eu des conséquences très importante sur les sorties de chais de la Vallée du Rhône. En 5 ans, près de 400 000 hl ont été perdus. Et sur la seule dernière campagne, la baisse représente environ 160 000 hl de vin.

**Derrière ce chiffre, cette évolution se distribue cependant différemment sur la campagne 2023/2024 selon les types de sorties, les couleurs ou encore les appellations.**

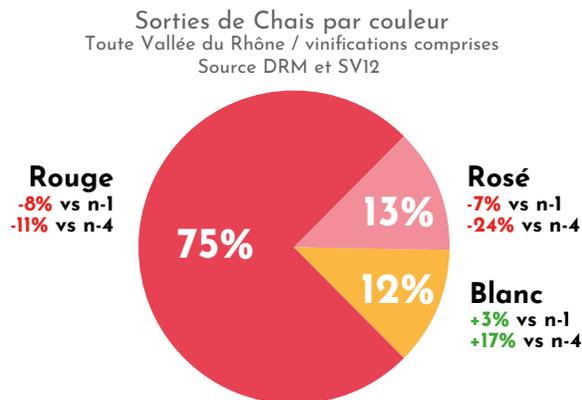
Les volumes directement commercialisés par la Production (sortie de chais « Conditionné ») représentent toujours un tiers environ des sorties de chais totales. Ces sorties avaient beaucoup reculé l'année précédente (-13%) et restent encore mal orientées sur 2023/2024 (-8%).

S'agissant des volumes Vrac (62% du total), alors que les 2 dernières campagnes avaient permis une stabilisation après le fort recul de la période de pandémie, ils ont également été très perturbés avec une baisse de -7%. Enfin, concernant les vendanges fraîches, également des volumes gérés par le négoce : avec 122 000 hl, elles pèsent toujours environ 5% du total mais compte tenu de la récolte 2024 en baisse, elles ont, elles-mêmes, perdu -3%.

**Concernant l'évolution des sorties de chais par couleurs,** le Rouge domine toujours les volumes de sorties de chais, représentant 75% du total. La baisse sur le rouge est très marquée, avec -8% en 2023/2024 par rapport à la campagne 2022/2023. Sur 4 ans, c'est-à-dire en comparaison avec la campagne 2019/2020 (tout début du COVID), la couleur phare de la Vallée du Rhône doit faire face à un recul de -11%. Avec env. 1,674 million d'hectolitres, le Rouge a perdu près de de 200 00h hl.

Le Rosé a connu une nouvelle campagne très difficile avec des volumes en recul de -7% sur un an. Sur 4 ans, près d'un quart des volumes de Rosé (-24%, soit environ -90 000 hl) a été perdu.

Enfin, pour le Blanc, après un léger recul l'année dernière, les sorties de chais ont renoué avec la croissance en 2023/2024. Avec 272 000 hl, cette couleur affiche un gain de +3% sur un an. Depuis 2019/2020, elle a progressé de +17%, gagnant environ 40 000 hl.



**Concernant l'évolution des sorties de chais par appellations, les volumes pour l'appellation Côtes du Rhône** en 2023/2024 s'établissent à environ 1,123 million d'hectolitres. Ces sorties avaient bien résisté l'année précédente, mais ont connu un recul important de -6% sur la campagne 2023/2024. Le Vrac, qui avait retrouvé des volumes la campagne passée, baisse nettement : avec 822 000 hl, il perd environ -7% sur 12 mois. De leur côté, les vendanges fraîches, certainement impactée par la baisse de la récolte 2023, reculent de près de -15% pour atteindre un total de 30 000 hl environ. Parallèlement, le Conditionné reste quasiment stable (-1%), retrouvant les volumes de la campagne 2019/2020, soit environ 269 000 hl. Ainsi, les sorties de chais s'équilibrent désormais entre 73% de vrac, 3% de vendanges fraîches et 24% de conditionné.

Par couleur, le Rouge (qui représente toujours 85% des sorties de chais totale de Côtes du Rhône) a perdu -7% sur la campagne 2023/2024, quand le Rosé recule de près de -9% et alors que le Blanc poursuit sa progression (+5%). Ainsi, le Blanc confirme bien être désormais la deuxième déclinaison couleur de l'appellation Côtes du Rhône avec environ 91 000 hl, contre 73 000hl pour le Rosé.

Les **Côtes du Rhône Villages**, qui ont sorti près de 229 000 hl sur la campagne 2023/2024, affichent à nouveau un bilan de campagne défavorable avec un recul de -7%. À l'inverse de la tendance qui avait pu être observée depuis ces dernières campagnes, ce sont les Villages avec Noms Géographiques qui souffrent le plus en 2023/2024 : avec 127 000 hl, ils perdent -9% quand les Côtes du Rhône Villages sans Nom et leurs 101 000 hl de sorties de chais reculent de -5%. Les replis de Villages vers Côtes du Rhône sont également en croissance : ils représentent près de 50 000 hl et progressent de +6%. L'évolution est même de +22% pour les replis des seuls Villages avec nom géographique, pour un total proche des 70 000 hl, soit près d'un quart de la production de cet échelon de l'appellation. Concernant la typologie, à la différence de l'AOC Côtes du Rhône, ce sont les sorties de chais conditionnées qui ont le plus souffert, avec une baisse -10%, contre -4% seulement pour le Vrac.

Du côté des **Crus des Côtes du Rhône**, les sorties de chais suivent une tendance baissière similaire. Avec -6% sur la campagne 2023/2024 pour un total de 353 000 hl environ, le global des crus affiche la campagne la moins performante de ces 4 dernières années, légèrement supérieure à la campagne 2019/2020.

En revanche, les évolutions observées au Nord et au Sud présentent des dynamiques bien différentes.

Alors que les Crus septentrionaux résistent avec une évolution légèrement positive (+1%) pour des sorties totales à 160 000 hl environ, les Crus méridionaux enregistrent leur campagne la plus défavorable, avec des sorties inférieures à 200 000 hl (194 000 hl) pour un recul de -11%.

Derrière ces évolutions, sont à noter, dans le Nord, la stabilité des volumes de l'appellation Saint-Joseph (52 000 hl / +0,4%) et le retour la croissance pour Crozes-Hermitage (75 000 hl / +2%). Dans le Sud, à l'exception de Cairanne qui progresse très fortement (27 000 hl / +9%), tous les autres crus méridionaux sont dans le rouge, comme par exemple Vacqueyras (37 000 hl / -12%), Gigondas (28 000 hl / -17%) ou encore Beaumes de Venise (un peu moins de 20 000 hl / -21%).



Hors de la famille Côtes du Rhône, les autres appellations rhodaniennes ont traversé, elles aussi, une campagne agitée.

Ces appellations totalisent des sorties de chais de 530 000 hl, avec une baisse de -9% par rapport à la campagne précédente, qui concerne la quasi-totalité de ces AOC.

**Ventoux** qui avait préservé ses volumes l'année dernière, a connu une baisse importante en 2023/2024 : ses sorties de chais s'établissent à 202 000 hl environ, soit une évolution de -8%. Le Vrac et le Conditionné évoluent de façon opposée : le Vrac, représentant environ 60% des sorties de chais totales, a fortement reculé (-15%), quand le conditionné, après une précédente campagne très compliquée, a stabilisé ses volumes (-0,1%). Les Blancs poursuivent cependant leur bonne performance : ils ne représentent que 9% du total, mais sont très dynamiques, en progression de +18% sur la campagne.

De son côté, avec 106 000 hl de sorties de chais, **Cos-tières de Nîmes** connaît une nouvelle année très difficile. En recul de -17% sur la campagne, l'appellation gardoise perd plus de 20 000 hl, avec en particulier une forte baisse sur le Vrac (60% des sorties environ, et un recul de -22%) et du Rouge (43% des sorties totales et une perte de près d'1/4 des volumes).

**Luberon** stabilise quasiment ses sorties en 2023/2024, avec un total de 116 000 hl et un léger repli de -2%. Le volume en Vrac (75% du total) explique cet équilibre avec une évolution à -1% quand le conditionné recule, quant à lui, de -7%. Du côté des couleurs, Rouge et Blanc évoluent de façon opposée : le Rouge (20% du total) perd -16% quand le Blanc (29% du total désormais) retrouve une bonne dynamique avec un bilan de campagne à +16%. Enfin, le Rosé, couleur principale du Luberon (51% du total), connaît un recul de -4%.

Pour **Grignan Les Adhémar**, une nouvelle baisse est observée sur cette campagne 2023/2024. Avec un peu moins de 32 000 hl, cette appellation perd plus de 7 000 hl en un an, soit -18%, fragilisée par un vrac (40% du total) qui dévise complètement de -30% et des sorties Rouge (69%) qui perdent -24%.

**Duché d'Uzès** limite sa baisse à -6%, pour un total légèrement inférieur à 8 000 hl. Les volumes de vrac qui avaient bien progressé l'année précédente restent stables (-1%) mais leur poids (13% des sorties) est encore trop faible pour compenser le recul sur le Conditionné (-5%) et l'absence complète de vendanges fraîches en 2023/2024.

Les **Côtes du Vivarais** poursuivent leur recul. Avec moins de 5 000 hl sortis des chais à présent, l'appellation Ardéchoise perd -16% en un an. En 10 ans, cette AOC aura perdu près des deux tiers de ses volumes.

Enfin, **les appellations du Diois** sont également orientées à la baisse. Avec environ 63 000 hl sur la campagne 2023/2024, les Sorties de Chais ont perdu -6% sur un an. On peut cependant relever les bonnes orientations des sorties de Crémant de Die (2 000 hl / +8%) mais aussi des appellations Châtillon-en-Diois et Coteaux de Die.

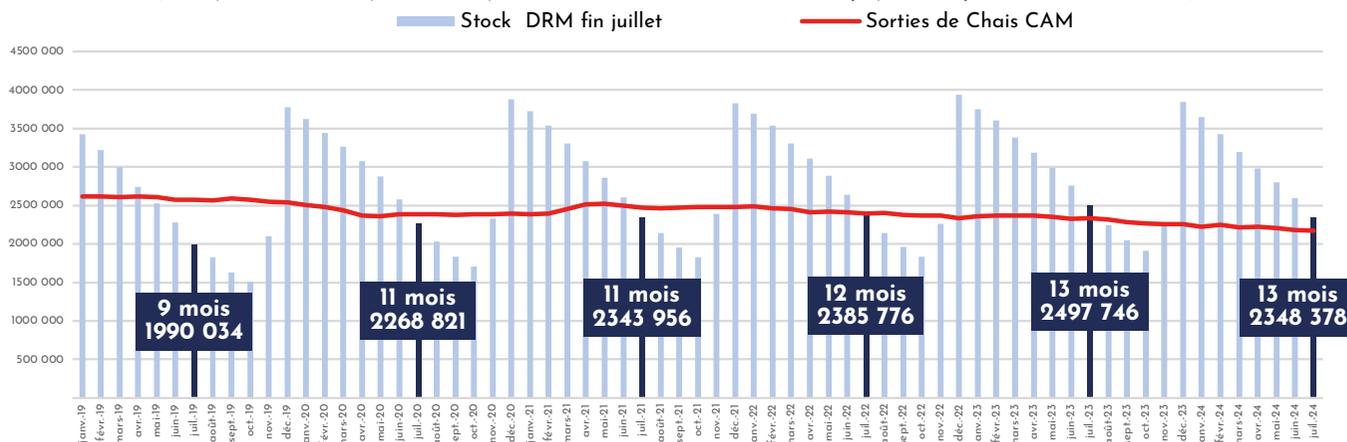
## STOCK : BAISSÉ SIGNIFICATIVEMENT MAIS CONTRASTÉ

Le net ralentissement des sorties de chais observé sur la campagne écoulée aurait pu laisser prévoir une hausse significative des stocks à la production. À l'échelle de l'ensemble de la Vallée du Rhône, cette tendance ne se confirme toutefois pas. En effet, en raison de la baisse volumique de la récolte 2023 et du recours à la distillation de crise, le stock à la production s'établissait, à l'entrée de la campagne 2024/2025 à 2,432 millions d'hectolitres, soit une baisse notable, de l'ordre de -6%.

Au-delà du niveau de stock en repli, le ratio Stock / Sorties de Chais se stabilise. Ainsi, même si les sorties de chais ont très fortement ralenti sur 2023/2024, la baisse du stock a compensé ce recul. Ce stock (hors Diois) d'environ 2 350 000 hl représente toujours l'équivalent de 13 mois de sorties de chais (intégrant les vendanges fraîches) - voir ci-dessous.

Pour autant, cet assainissement des stocks ne concerne pas de manière homogène toutes les AOC de la Vallée du Rhône.

Evolution des stocks physiques à la production des AOC de la Vallée du Rhône (en hl, sources DRM, hors Diois, Ch Grillet et Châteauneuf du Pape, hors replis et déclassements)



L'amélioration observée s'explique presque exclusivement par la performance des Côtes du Rhône.

En effet, les décisions de baisse de rendement, le recours à la distillation de crise et, dans une moindre mesure, la mise en place d'un outil de régulation, ont eu un impact très fort sur le niveau des stocks en ce début de campagne 2024/2025. Avec 1,032 million d'hectolitres au 1er août 2024, le stock de l'appellation Côtes du Rhône a fondu de -16 % en un an. Il ne représentait alors plus que 11 mois de sorties de chais, contre 12,3 mois un an auparavant.

Les appellations Luberon (-13 %), Clairette de Die (-4 %) et Grignan-Les-Adhémar (-4 %) voient également leur stock diminuer, avec un assainissement par rapport à leurs sorties de chais.

Les stocks de l'AOC Ventoux gagnent +8 % mais le ratio avec les sorties de chais reste relativement limité (inférieur à 11 mois).

En revanche, en relation avec l'effondrement des sorties de chais pour la majorité des Crus méridionaux, leurs niveaux de stocks ont très fortement augmenté, avec un ratio qui s'est dégradé en parallèle. Sur l'ensemble des Crus méridionaux, le stock global progresse de +13 %, avec un ratio qui passe de 16,3 mois en août 2023 à près de 21 mois à l'entrée de la campagne 2024/2025.

La situation est différente pour les Crus septentrionaux, avec des stocks également en augmentation (+7 % en moyenne) mais qui ne représentent que 10,2 mois de sorties de chais, soit une situation plutôt tendue pour ces appellations. En particulier, les ratios des appellations Saint-Joseph et Crozes-Hermitage (respectivement 8,8 mois et 9,9 mois) restent fortement corrélés au volume de la récolte.

Enfin, au négoce, le stock n'a que légèrement reculé (-2 %). Mais certaines évolutions notables sont à relever : Côtes du Rhône / -9 %, Crus Méridionaux / +3 % et Crus Septentrionaux / +18 %.

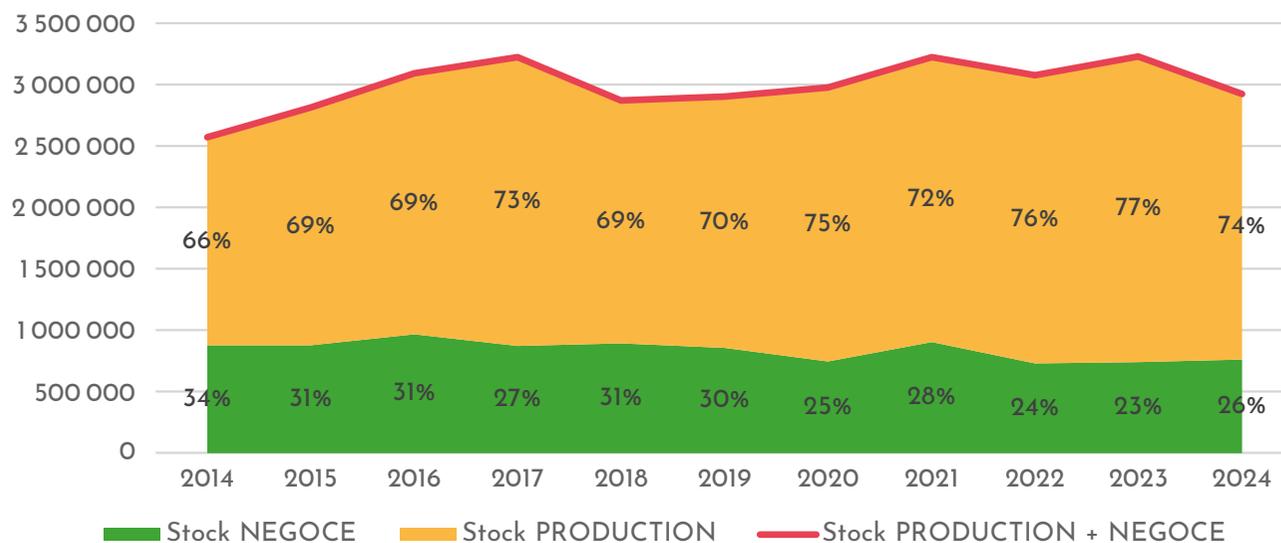
Globalement, à l'échelle de la Vallée du Rhône, le stock se répartit donc entre un portage par la production à 74 % et à 26 % par le négoce en début de campagne 2024/2025. Par comparaison, 10 années plus tôt, à l'entrée de la campagne 2014/2015, l'équilibre se situait autour de deux tiers pour la production et d'un tiers pour le négoce.

sent se dessiner autour de 1,44 à 1,46 million d'hectolitres depuis 3 campagnes.

Ainsi, alors que les sorties de chais Vrac étaient globalement en forte baisse cette année (-7 %), les volumes contractualisés ont, quant à eux, gagné +5 % environ.

### Comparaison Stocks Production & Négoce

Sources : DRM et DS



### DES VOLUMES CONTRACTUALISÉS EN PROGRESSION MAIS DES COURS EN REPLI

Comme il est possible de le constater depuis la période COVID, les contractualisations s'étalent désormais davantage sur la campagne. La période de fin/début d'année civile reste toujours la plus volumique, mais des contrats sont enregistrés de plus en plus tard sur la campagne. La campagne 2023/2024 n'a pas échappé à ce constat.

Globalement, les volumes contractualisés ont représenté un total de 1,454 million d'hectolitres. Après le creux important de 2021/2022, un nouvel équilibre semble à pré-

La campagne écoulée présente cependant une particularité : si globalement les volumes contractualisés ont augmenté, il y a une distinction entre les millésimes. Les contrats sur le millésime courant ont diminué de -6 % et même -17 % par rapport à la moyenne des 5 précédentes campagnes. En revanche, les acheteurs ont eu davantage recours aux vieux millésimes : la situation les concernant a même été comparable à celle de 2017/2018 avec sa petite récolte. En 2023/2024, les achats de millésimes n-1 et plus vieux ont en effet représenté près de 430 000 hl, soit une progression de +17 % en un an et +32 % par rapport à la moyenne des 5 dernières campagnes.



Autre fait notable, cette évolution ne concerne pas toutes les couleurs. Le Rouge reste évidemment majoritaire avec 78% des achats et il n'est qu'en léger repli (-1,1%), tandis que le Rosé (13% du total) perd -3,6% et que le Blanc (8% du total) est très bien orienté à +15,4%

Enfin, toutes les appellations n'enregistrent pas une augmentation de leur contractualisation.

Comme le montre le tableau ci-dessous :

- L'AOC Côtes du Rhône a été bien orientée sur cette campagne 2023/2024, mais elle a été particulièrement concernée par un fort recours aux millésimes n-1 et plus anciens ;
- Pour l'AOC Côtes du Rhône Villages, entre la bonne dynamique sur les Villages sans nom et le fort recul sur les communaux, le bilan est à l'équilibre ;
- Pour les Crus méridionaux, derrière une stabilité globale se cachent une forte progression pour Cairanne (+129%) et un gain significatif de +10% pour Vacquey-

ras, mais des reculs sur tous les autres crus, notamment Gigondas (-22%), Beaumes de Venise (-25%) ou encore Rasteau (-18%) ;

- Dans la partie septentrionale, tous les Crus ont été très dynamiques en matière de contractualisation. Parmi leur évolution globale à +24%, Crozes-Hermitage progresse de +38% et Saint-Joseph de +5%. Sur un temps plus long (3 ans), les crus septentrionaux sont les seuls à progresser (+35%) quand les autres appellations affichent un recul marqué.

S'agissant des labels de développements durables, la campagne 2023/2024 montre la poursuite de la progression du HVE. Avec 420 000 hl et une hausse de +9%, sa part est désormais de 30% de l'ensemble des volumes contractualisés. Le Bio, qui s'était tassé l'année dernière, a repris une dynamique à la hausse avec un gain de +7%. À présent, l'ensemble des labels de développement durables (HVE, Terra Vitis, Biologique, Biodynamique ou équivalents) représentent près de 40% des volumes contractualisés.

Si les volumes ont globalement progressé au cours de la campagne 2023/2024, cette évolution ne s'est pas accompagnée d'une hausse des prix pratiqués.

À l'exception des Crus septentrionaux, mais aussi plus ponctuellement de l'AOC Luberon en blanc ou des Costières de Nîmes en Rouge, où les prix ont légèrement progressé, d'autres appellations ont connu un - nouveau - recul important des cours enregistrés dans les contrats.

En particulier, le Côtes du Rhône Rouge affiche une forte baisse : le millésime courant termine la campagne à environ 112 €/hl, soit une perte de -11 €/hl en un an et de -24 €/hl en 3 ans. Près d'un tiers des volumes de Côtes du Rhône Rouge 2023 Conventionnel ou HVE ont été rémunérés à des cours inférieurs à 100 €/hl. Parallèlement, cette appellation enregistre aussi des baisses importantes sur les millésimes n-1 et plus anciens ; pour ces vins, le cours moyen s'est établi à 91 €/hl.

CONTRACTUALISATION Du 1er août 2023 au 31 juillet 2024		
	Volume en HL	Evol N-1
TOTAL*	1 440 810	+5%
Volume		
Côtes du Rhône*	890 801	+8%
Villages SN*	71 108	+6%
Villages AN*	63 981	-7%
Ventoux*	109 580	-10%
Luberon	92 240	+17%
Costières de Nîmes	64 799	-14%
Diois	7 494	+59%
Autres AOC régionales	22 932	+2%
Crus du Sud*	77 028	+0%
Crus du Nord	40 847	+24%

juil-21	
N-3	Evol N-3
1 645 343	-14%
961 375	-8%
98 896	-28%
62 321	-3%
156 385	-35%
98 418	-6%
103 262	-37%
19 303	-61%
32 515	-29%
82 696	-14%
30 172	+35%

#### ENREGISTREMENTS DES TRANSACTIONS MENSUELLES EN VRAC au 31 juillet des AOC Régionales de la Vallée du Rhône (Source : Contrats interprofessionnels)

Appellation	Couleur	TOUS LABELS			Evolutions des prix moyens			
		2023 - 2024	2022 - 2023	2020 - 2021	Evolution vs n-1		Evolution vs n-3	
		Millésime 2023	Millésime 2022	Millésime 2020				
		Tous labels	Tous labels	Tous labels				
CÔTES DU RHÔNE RÉGIONAL	ROUGE	111,8 €	122,7 €	135,9 €	-9%	-10,9 €	-18%	-24,1 €
	ROSE	122,0 €	131,8 €	138,3 €	-7%	-9,8 €	-12%	-16,3 €
	BLANC	172,8 €	175,1 €	159,1 €	-1%	-2,3 €	+9%	+13,7 €
CDR VILLAGES AVEC NG	ROUGE	206,2 €	209,1 €	199,4 €	-1%	-2,9 €	+3%	+6,8 €
	ROUGE	140,9 €	151,0 €	161,5 €	-7%	-10,1 €	-13%	-20,6 €
COSTIÈRES DE NÎMES	ROUGE	120,1 €	117,9 €	119,9 €	+2%	+2,2 €	+0%	+0,2 €
	ROSE	117,7 €	119,9 €	116,3 €	-2%	-2,2 €	+1%	+1,4 €
	BLANC	124,7 €	125,9 €	122,1 €	-1%	-1,2 €	+2%	+2,6 €
LUBERON	ROUGE	149,8 €	152,4 €	144,5 €	-2%	-2,6 €	+4%	+5,3 €
	ROSE	137,4 €	139,6 €	138,2 €	-2%	-2,2 €	-1%	-0,8 €
	BLANC	131,9 €	131,2 €	124,4 €	+1%	+0,7 €	+6%	+7,5 €
VENTOUX	ROUGE	124,4 €	138,1 €	135,9 €	-10%	-13,7 €	-8%	-11,5 €
	ROSE	124,3 €	135,9 €	137,0 €	-9%	-11,6 €	-9%	-12,7 €
	BLANC	147,6 €	147,9 €	141,7 €	-0%	-0,3 €	+4%	+5,9 €
Crozes Hermitage	ROUGE	646,6 €	634,0 €	590,6 €	+2%	+12,6 €	+9%	+56,0 €
Saint Joseph	ROUGE	756,9 €	736,9 €	694,1 €	+3%	+20,0 €	+9%	+62,8 €
Vacqueyras	ROUGE	449,6 €	538,8 €	463,3 €	-17%	-89,2 €	-3%	-13,7 €
Gigondas	ROUGE	753,8 €	790,6 €	730,9 €	-5%	-36,8 €	+3%	+22,9 €

Evolution des cours constatés dans les transactions vrac | Campagne 2023/2024 au 31 juillet, campagne n-1 et campagne n-3  
Source : Contrats interprofessionnels

\* Le périmètre des opérateurs contractualisant a évolué par rapport à 23/24, en raison de changements de process interne de certaines entreprises.

Afin de ne pas perturber l'analyse, les évolutions ont été recalculées à périmètre constant.

Source : Contrats interprofessionnels

## DES MARCHÉS TOUJOURS COMPLIQUÉS

En grande distribution (Panel CIRCANA/CNIV | Hyper/Super/Proxy/Drive - données sur 12 mois à P13 2024) (env. 32% de la commercialisation des vins de la Vallée du Rhône hors Hard Discount), le contexte demeure particulièrement défavorable. Le rayon des Vins Tranquilles poursuit sa baisse sur l'année 2024 avec un nouveau recul de -4,4% enregistré par les sorties de caisses. Ce recul impacte tous les segments : AOP -3,9%, IGP -3,8% et VSIG -6,0%.

Dans ces conditions particulièrement difficiles, pour de nombreux bassins, les AOP de la Vallée du Rhône parviennent à limiter à -3,3% le recul de leurs ventes. C'est toujours le moindre fléchissement des Côtes du Rhône qui explique cette situation. Sur 2 ans, Côtes du Rhône n'a perdu que -3,8% de ses volumes en GMS quand le rayon total est à -8,4% et les AOP à -9,3%.

À l'international (12 mois à fin novembre), les exportations (Source Douane - 12 mois à fin novembre 2024) des vins tranquilles français ont quasiment rétabli la barre avec des volumes en recul de -1% et un chiffre d'affaires qui affiche -2%. Malheureusement, les exportations rhodaniennes s'inscrivent dans une évolution comparable en volume (-2%) mais plus nettement marquée en perte de chiffre d'affaires (-7%) trahissant une situation toujours difficile pour les appellations et les cuvées les mieux valorisées. Les volumes rhodaniens exportés progressent cependant sur plusieurs marchés importants : Royaume-Uni (+3%), Canada (+6%) ou encore Allemagne (+12%). Mais d'autres pays majeurs sont en recul : Belgique (-1%), États-Unis (-3%), Suède (-8%) ou Pays-Bas (-5%). Globalement, sur ces 12 mois, pour la quasi-totalité des marchés, que les volumes résistent ou qu'ils reculent, la situation pour les chiffres d'affaires est systématiquement plus dégradée. Par exemple, les exportations vers le Canada progressent de +6% en volume et de +3% en valeur.

### Un mieux sur le début de campagne

Ainsi que le montrent ces éléments, le bilan de campagne s'avère globalement défavorable. Toutefois, quelques améliorations méritent d'être soulignées, bien qu'elles appellent à la nuance : la hausse des volumes contractualisés s'accompagne d'un repli des cours, tandis que la baisse globale des stocks à la production masque une dégradation notable des ratios de stocks sur les crus méridionaux.

D'autres témoignent en revanche d'un véritable assainissement. C'est particulièrement le cas du stock de Côtes du Rhône dont la baisse, résultat d'efforts importants, illustre l'équilibre retrouvé entre la production et la capacité de commercialisation.

Par ailleurs, le début de la campagne 2024/2025 affiche des signes positifs. Sur les 5 premiers mois (août à décembre 2024), la bonne orientation du Vrac (+12%) et la petite reprise du conditionné (+3%) permettent de retrouver des sorties en hausse de +8%. La contractualisation jusqu'à mi-janvier est également en hausse (+7% environ) avec des cours stables. Enfin, les premiers chiffres de la récolte 2024 laissent entrevoir des volumes historiquement bas (environ 2,16 millions d'hectolitres), quand les sorties de chais 2023/2024 pesaient 2,234 millions d'hectolitres...

La campagne 2023-2024 a été marquée par des défis majeurs pour les vins d'appellations de la Vallée du Rhône, avec une baisse significative des sorties de chais, certains stocks en hausse, des cours en repli. Les pressions économiques, climatiques et réglementaires ont pesé sur la filière, exacerbées par un contexte international volatile et une consommation en berne. Cependant, des signes d'assainissement apparaissent, notamment grâce à la baisse des stocks de Côtes du Rhône et une reprise des sorties de chais en début de campagne 2024-2025. Ces évolutions laissent entrevoir un possible rééquilibrage, bien que la prudence reste de mise face à des marchés encore fragiles.

L'année 2025 s'annonce comme un tournant. Avec une récolte 2024 historiquement basse et une demande qui semble se stabiliser, la filière pourrait retrouver un équilibre entre offre et demande. Cependant, le contexte international toujours très tendu et incertain mêlé aux défis structurels, tels que la concurrence internationale, l'adaptation aux nouvelles attentes des consommateurs et la nécessité de renforcer la durabilité, restent des enjeux clés. La capacité des acteurs à innover, à valoriser leurs appellations et à s'adapter aux évolutions du marché sera déterminante pour assurer la pérennité et la compétitivité des vins rhodaniens sur la scène mondiale.



**TECHNIQUE**

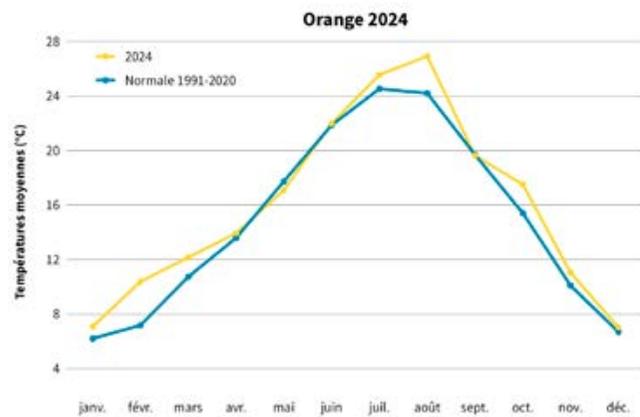


# BILAN DU MILLÉSIME

## 2024, UN MILLÉSIME D'EFFORTS RÉCOMPENSÉS

La fin de l'année 2023 a été douce, de même que les mois de janvier à mars 2024, avec notamment un mois de février très nettement au-dessus des normales. Cela a entraîné un débourrement relativement précoce. Le retour des normales « plus fraîches » entre avril et juin a été le bienvenu, voire a pu inquiéter les viticulteurs avec des épisodes gélifs au cours du mois d'avril, généralement circonscrits aux zones protégées du Mistral.

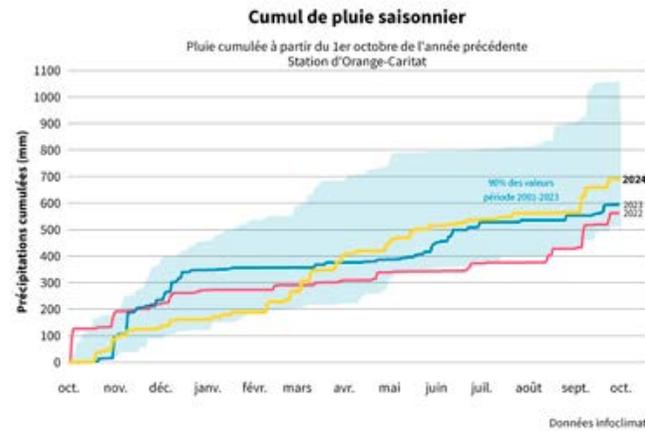
L'été 2024 a été le plus chaud jamais enregistré à l'échelle de la planète. En Vallée du Rhône, l'été a également été chaud, mais avec des périodes contrastées : juillet 2024 est légèrement au-dessus des normales tandis qu'août 2024 enregistre deux vagues de chaleur successives, les températures maximales dépassant les 38°C. Septembre 2024 voit le retour d'une belle fraîcheur avec un épisode de mistral qui a drastiquement fait chuter les températures.



Dans la majorité des situations, la vigne n'a subi qu'un stress hydrique modéré. Mais des petites averses régulières ont surtout causé des dégâts, créant des conditions très favorables au développement de maladies fongiques,

d'autant plus que les sols, parfois instables, ont limité la capacité d'intervention des viticulteurs au moment où les grappes étaient en formation.

Si le début de la maturation est relativement épargné de précipitations, l'épisode cévenol de début septembre, couplé à une averse quelques jours plus tard a causé de grandes inquiétudes quant au pourrissement de la récolte. Fort heureusement, un Mistral salvateur a permis de sécher les raisins et de contenir les foyers tout en proposant des températures fraîches permettant une belle accumulation d'anthocyanes et le mûrissement des tanins. L'année hydrologique 2024 se termine avec le plus haut cumul depuis 2020 et des nappes bien rechargées pour la saison suivante.



## UN DÉBOURREMENT PRÉCOCE MAIS DES VENDANGES QUI S'ÉTALENT

À Orange, la vigne a commencé à débourrer très précocement autour de la mi-mars à la faveur de températures hivernales particulièrement douces. Avec une avance conséquente sur les normales, d'importants risques de gel se sont manifestés sans toutefois que le thermomètre n'atteigne les valeurs limites et surtout avec l'aide du Mistral dans les épisodes critiques.

Les pluies abondantes et des températures plus fraîches sur la période suivante ont participé à un développement régulier, mais peu hâtif conduisant à une période de floraison se situant dans les standards observés. La sortie de grappes a été globalement généreuse comme l'an passé malgré une coulure modérée à forte consécutive aux nombreuses averses durant la floraison.

L'été chaud a permis au Grenache d'atteindre le stade véraison avec deux jours d'avance sur la date médiane (1990-2023).

Les vendanges se sont étalées dans le temps, particulièrement du fait d'un mois de septembre alternant pluie et mistral qui ont rafraîchi l'atmosphère et ralenti la maturation des raisins.

## BILAN MATURITÉ DES RAISINS

Les précipitations régulières du mois de juin ont participé à un beau développement des baies qui classe ce millésime 2024 parmi les millésimes à grosses baies de ces dernières années.

Le TAVP moyen est plus élevé que la normale (1990-2023). Le fort Mistral qui a soufflé en septembre a fait profiter la vendange de son effet protecteur et a permis l'atteinte de belles maturités phénoliques.

Après 2 années compliquées du point de vue de l'acidité, les bonnes réserves hydriques et l'accumulation de minéraux ont permis de maintenir l'acidité des moûts à des niveaux bien plus élevés qu'en 2022 et 2023.

Sur l'ensemble de la Vallée du Rhône, on a pu constater une hétérogénéité au sein de la parcelle, mais aussi au sein d'une même grappe. De plus, la maturité phénolique a parfois été atteinte avant la maturité technologique.

Les rendements sont en baisse significative. Plusieurs raisons peuvent expliquer cette situation : une forte pression mildiou sur certaines parcelles, des situations de fort millerandage, et parfois des problèmes de concurrence par une difficulté à gérer le développement de l'herbe.



## CARTE D'IDENTITÉ ANALYTIQUE DES VINS DU MILLÉSIME 2024

**Une très belle qualité au rendez-vous, mais des volumes faibles**

Malgré un début incertain, le travail des vignerons a permis d'obtenir de beaux résultats.

### Secteur méridional

La vinification a été, dans sa grande majorité, facile avec des fermentations qui se sont bien déroulées.

À la fin, les vins rouges présentent un très bel équilibre acide, des niveaux d'alcool modérés et une couleur bien présente avec des tanins soyeux.

La période de froid courant septembre a permis de ramasser des raisins à des températures fraîches et donc d'enclencher des fermentations à des températures relativement basses, propices à la production de notes fruitées.

Les blancs sont aromatiques avec de la fraîcheur, une robe plus claire que celle observée les millésimes précédents, un bel équilibre acide et des degrés très raisonnables.

### Secteur septentrional

Les vinifications se sont plutôt bien déroulées.

Les degrés ne sont pas montés trop haut et l'acidité a été préservée sur l'ensemble des vins.

Les vins rouges présentent un profil élégant avec une belle couleur et des tanins mûrs et pas trop denses. On constate des notes d'épices et de fruits frais.

Les blancs montrent un bon potentiel aromatique sur des notes de fruits blancs avec une belle fraîcheur.

## S'ADAPTER AU CHANGEMENT CLIMATIQUE : À LA VIGNE

Au niveau viticole comme au niveau œnologique, différents leviers d'adaptation ou d'atténuation sont étudiés afin de proposer aux opérateurs rhodaniens des solutions à court ou moyen terme. En viticulture, plusieurs pistes sont explorées : pratiques culturales, sélection de matériel végétal adapté et conservation de cépages patrimoniaux.

### UNE CELLULE D'ANIMATION RÉGIONALE VALLÉE DU RHÔNE POUR LE PROJET VITILIEN

Le projet national Vitilién dédié au changement climatique a vu le jour en 2024. Il a pour mission à la fois d'animer l'activité nationale sur le sujet dans les différents bassins viticoles, mais également de permettre la mise en place de « démonstrateurs » régionaux en matière de lutte contre le changement climatique. La Vallée du Rhône s'est donc dotée en 2024 d'une cellule d'animation Institut Rhodanien-IFV, qui, avec l'ensemble des partenaires techniques régionaux, a initié le montage et le dépôt d'un projet de « démonstrateur » pour la Vallée du Rhône Sud fin 2024. Il consiste à évaluer la faisabilité de s'adapter au changement climatique à l'aide d'une démarche système cumulant plusieurs leviers viticoles et œnologiques, puis à communiquer largement les résultats obtenus. Expérimentation, échanges et communication sont les maîtres mots de la démarche pour les 3 années à venir au moins. Le démonstrateur Sud est centré sur le duo Institut Rhodanien / Domaine de Piolenc, complété par des sites de démonstrations pilotes pour couvrir l'aire géographique de la Vallée du Rhône.

## PRATIQUES CULTURALES POUR S'ADAPTER ET ATTÉNUER LE CHANGEMENT CLIMATIQUE

Un réseau de parcelles pour étudier les leviers viticoles

Les leviers d'adaptation ou d'atténuation du changement climatique (agroforesterie, vitipastoralisme, taille tardive, couvert végétaux...) peuvent difficilement s'envisager comme UNE solution en soi pris individuellement. C'est sans doute le couplage de différentes approches adaptées au contexte de la parcelle qui permettra de proposer des solutions.

11 parcelles sur le territoire ardéchois ont été sélectionnées afin de constituer un réseau d'observations et servir de test. Chaque parcelle a été sélectionnée car mettant en œuvre le couplage d'au moins deux leviers différents sur chacune d'elles de type. Ces parcelles étant suivies agronomiquement toutes les semaines, elles constituent une base solide pour analyser les effets de ces pratiques sur la résistance de la vigne face au changement climatique. En complément, sur ce réseau, un calcul de l'empreinte carbone est réalisé.

Ce programme (ADAPTENUER, porté par la Région AURA) lancé en 2023, s'est poursuivi en 2024 pour une deuxième année de suivis agronomiques et de calculs de bilan carbone des parcelles du projet. Ainsi, un premier état des lieux de l'évaluation environnementale des pratiques étudiées a pu être réalisé.



Voiles d'ombrage en place le 23 août 2023



## SÉLECTION DE MATÉRIEL VÉGÉTAL ADAPTÉ

L'encépagement diversifié est un atout pour répondre aux enjeux climatiques, sociétaux et environnementaux : les producteurs doivent pouvoir compter sur des cépages adaptés à la région, résistants aux maladies et/ou à la sécheresse et à la chaleur, tout en permettant la production de vins représentatifs de la typicité régionale.

### La sélection de variétés résistantes aux maladies

Les cépages emblématiques Grenache, Syrah - pour la vallée du Rhône - et Muscat à petits grains - pour la Clairette de Die - ont été croisés avec des variétés de vignes résistantes au mildiou et à l'oïdium, sélectionnées par l'IFV et l'INRAE. Les premiers croisements, effectués en 2016, ont été plantés en 2019 et sont entrés en production en 2022. Ainsi plus de 200 variétés sont observées et sélectionnées pour leurs caractéristiques viticoles : résistance à la sécheresse, production, qualité des raisins. Entre 2022 et 2024, certaines variétés ont été vinifiées en tout petit volume (micro-vinifications en cuves de 8L) et pourront être dégustées par les professionnels. La parcelle expérimentale d'observation est située au domaine expérimental de la Chambre d'Agriculture du Vaucluse et est le support de nombreux autres projets de recherche portés par l'IFV et l'INRAE, notamment en génomique ainsi que pour tester de nouveaux outils terrain en cours de développement pour mesurer leur sensibilité à la sécheresse.



Certaines variétés sélectionnées semblent prometteuses

### Nouveaux cépages croisements de Grenache et Syrah

En 2021, six cépages prometteurs, issus de croisements naturels entre la Syrah et le Grenache, ont été plantés sur deux parcelles d'observation au vignoble (une au Lycée Viticole d'Orange, une dans le Gard). Sélectionnés pour leurs aptitudes agronomiques et œnologiques, ils seront étudiés et vinifiés pendant au moins trois millésimes afin d'être inscrits au catalogue des cépages français. Ces cépages rouges montrent un bon potentiel face au changement climatique : ils tolèrent bien la sécheresse, sont assez tardifs, et ont des aptitudes agronomiques et œnologiques intéressantes. Ces cépages ont été vinifiés en 2024.



Variété n°23 parmi les descendants de Grenache et Syrah



Avec 5 ceps par variété seulement, l'Institut Rhodanien teste les vinifications en très petit volume.

### Les VIFA ou Variétés d'Intérêt à Fin d'Adaptation

L'Institut Rhodanien accompagne sur le plan technique les ODG pour l'intégration de nouvelles variétés à fin d'adaptation dans leurs cahiers des charges. Pour cela nous mettons à disposition des connaissances techniques sur les différents cépages candidats et nous accompagnons les réflexions par la définition de critères de choix répondant aux problématiques propres à chaque appellation. Les Côtes du Rhône et les Costières de Nîmes ont inscrit de nouveaux cépages en tant que VIFA dans leurs cahiers des charges. D'autres appellations de la vallée du Rhône ont entamé les démarches.

### 4 nouveaux cépages en appellation Côtes du Rhône et Côtes du Rhône villages

Adaptés au Changement climatique



Carignan B

(aussi appelé rolle)  
Vermentino B

Tolérants Mildiou et Oïdium



Floreal B

Vidoc N



## 5 nouveaux cépages en appellation Costières de Nîmes



### La conservation du matériel végétal

Des cépages anciens, rares ou disposant de peu de matériel clonal chez les pépiniéristes, sont préservés sur des parcelles « conservatoires ». Ce sont en quelque sorte des parcelles de sélections massales, garanties saines et régulièrement testées vis-à-vis des virus de la vigne. Ces parcelles sont une sauvegarde du patrimoine végétal, elles permettent de conserver une diversité intra-variétale : différentes versions d'un même cépage, récupérées lors de campagnes de prospection d'anciennes parcelles de vigne.

Trois conservatoires sont implantés sur le domaine expérimental de Châteauneuf-de-Gadagne : Counoise, Muscardin et Brun Argenté, ainsi qu'un conservatoire de Bourboulenc dans le Luberon.



Cépage Bourboulenc

## S'ADAPTER AU CHANGEMENT CLIMATIQUE : EN CAVE

Le changement climatique a des répercussions concrètes sur le profil des vins rhodaniens : diminution de l'acidité et augmentation du degré d'alcool. L'Institut Rhodanien étudie les voies d'adaptation possibles et teste des solutions en cave expérimentale.

### MODULER L'ACIDITÉ DES VINS

Poursuivant ses études sur l'acidification des vins, l'Institut a travaillé à l'évaluation de différentes levures, dites acidifiantes, présentes sur le marché, en utilisation seule ou combinée dans le cas des levures non-*Saccharomyces* comme avec *Lachancea thermotolerans*.

L'acidification par certaines levures, en particulier des non-*Saccharomyces*, est flagrante tant d'un point de vue œnologique, avec une augmentation de l'acidité totale de 1.5 g/L, que sensoriel, avec des vins jugés plus acides. Certaines permettent aussi d'équilibrer les vins en leur apportant une note aromatique plus marquée.

### ADAPTER LA DATE DE RÉCOLTE AUX PRODUITS VISÉS

#### Faut-il récolter plus tôt pour avoir des vins rouges frais ?

Dans la continuité des essais de process développés en 2023 pour maximiser les arômes de fraîcheur dans les vins rouges, une expérimentation a été menée en 2024 sur différents cépages. Une seule date de récolte, la même, pour Grenache noir et Syrah, visant un TAV compris entre 12.5 % et 13.5 %. Les cépages ont été fermentés seuls (selon différents process) ou en co-fermentation. Le but était d'évaluer la pertinence de cet itinéraire dans cet objectif de production de vins légers, frais, faciles à boire. Les résultats de dégustation ne permettent pas, pour l'heure,

de dégager une tendance claire, l'impact des itinéraires technologiques comme la macération carbonique ou la macération préfermentaire à froid donnant de meilleurs résultats que l'avancée de la date de récolte ou que la co-fermentation à ce niveau de TAV.

### DÉSUCRER ET ACIDIFIER POUR CONSERVER UN BON ÉQUILIBRE EN BOUCHE

Dans la continuité de l'année dernière et des projets ci-dessus, l'Institut Rhodanien expérimente de nouvelles pratiques pour tenter de maintenir l'équilibre alcool/acide des vins en conditions de réchauffement climatique. Ce travail, financé par la région AURA, est spécifiquement réalisé sur les cépages iconiques du nord de la vallée du Rhône. 2024 a permis de tester, sur Marsanne, l'intérêt de la récolte très précoce vinifiée en style "thiols". Avec ou sans fermentation malolactique, le profil obtenu n'a pas donné entière satisfaction, comparé à la récolte à maturité classique (13.5 %) vinifiée de manière traditionnelle. Sur Syrah, l'objectif était de "rafraîchir" une récolte trop tardive (15 %) en corrigeant son acidité par différents moyens. Si tous les profils sont apparus intéressants et "frais", il n'a pas été possible de conclure vis-à-vis du témoin car il fut impossible d'atteindre un tel degré de sur-maturité en ce millésime 2024 sur le nord de la Vallée du Rhône.



# MAINTENIR LE POTENTIEL DE PRODUCTION DES VIGNOBLES DE LA VALLÉE DU RHÔNE

Les aléas climatiques impactent les rendements de la vigne, les maladies affectent également la pérennité du vignoble. Des actions sont menées pour étudier le dépérissement, aider les opérateurs à maintenir un bon potentiel de production en leur proposant des outils pour piloter au mieux l'irrigation, les rendements et la maturité de leur raisin, le tout dans une optique de préservation de la qualité des vins.

## ACTIONS DE MAINTIEN DU RENDEMENT

### Expérimentation sur l'irrigation

En 2023, l'Institut Rhodanien a mené une expérimentation, financée par la région Sud, portant sur la gestion de la ressource et la contrainte hydrique au vignoble.

L'expérimentation a eu pour but d'observer les impacts de la fréquence d'irrigation ainsi que les dispositifs d'apport d'irrigation au vignoble. L'irrigation préfloraison, alternative intéressante, a également été mise en place sur cet essai. L'essai s'est déroulé sur une parcelle de Grenache, à Sainte-Cécile-les-Vignes. L'intérêt des différentes modalités explorées a été de proposer des itinéraires techniques et des dispositifs d'irrigation permettant d'économiser la ressource en eau. La question d'efficacité de l'eau a également été étudiée afin de connaître la période idéale pour irriguer, notamment en termes de stades phénologiques.

Cet essai a été reconduit en 2024, avec des modalités, des observations et des dispositifs de mesures plus fins : installation de sondes capacitatives, mesures de potentiels hydriques, etc. Le cumul important de pluies rencontré au printemps 2024 et durant l'été n'a pas permis de mettre en place toutes les modalités définies de base dans le projet (arrêt de la modalité irrigation préfloraison pour

ajouter une irrigation post récolte, arrêt des micro-asperseurs qui n'avaient pas eu "d'effets concluants en 2023") et également d'avoir les conditions de millésimes séchants, idéales pour mesurer l'efficacité des apports en eau. Le projet ne sera pas renouvelé en 2025.

### Bas rendements Syrah

Deux diagnostics des causes de bas rendements ont été conduits en Vallée du Rhône en 2022 (Côtes du Rhône Sud) et 2023 (Secteur Crozes-St Joseph) sur cépage Syrah. L'année 2024 a été dédiée à la communication des résultats, avec une restitution des résultats aux vignerons des réseaux du secteur du Nord ainsi qu'à l'occasion d'un atelier PNDV à Condrieu en fin d'année.

## DES OUTILS DE PILOTAGE À DISPOSITION DES OPÉRATEURS

### Suivi du Stress hydrique

Le journal du stress hydrique est une lettre d'information hebdomadaire de l'Institut Rhodanien publiée de mai à août. Elle permet de suivre l'apparition et l'évolution de la contrainte hydrique en vallée du Rhône sud sur un réseau de parcelles séchantes. Ce suivi hydrique est disponible en ligne sur le site de l'Institut Rhodanien :

En 2024, ce réseau a été enrichi par l'installation de sondes capacitatives, donnant des informations sur le pourcentage d'humidité par horizon de sol. Ces éléments permettent d'accompagner les appellations de la vallée du Rhône dans leurs démarches de demande d'autorisation d'irrigation auprès de l'INAO, en fonction du stress hydrique constaté au vignoble.

## Suivi cartographié de la contrainte hydrique à l'échelle d'un territoire

L'objectif de ces travaux est de développer une méthode permettant d'assurer le suivi d'un nombre de parcelles restreintes afin de proposer une cartographie de la contrainte hydrique à l'échelle d'un territoire. Ce projet a permis de développer, sur l'aire de l'appellation Gigondas, une plateforme collaborative agissant comme un outil d'aide à la décision, en réponse aux besoins de caractérisation de la sensibilité des parcelles à la sécheresse. Cette étude (MapX-Vigne) est portée par l'IFV, avec les partenaires Chambre d'Agriculture du Vaucluse et Montpellier SupAgro. Le but étant de mieux raisonner la conduite des vignobles et optimiser la gestion de la ressource en eau.

### Données météorologiques

L'importance des données météorologiques dans le domaine agricole, notamment en viticulture, est cruciale à plusieurs niveaux. Les conditions météorologiques influent directement sur le cycle de croissance des cultures et peuvent avoir un impact significatif sur la qualité et la quantité des récoltes. Dans un contexte de changement climatique, la disponibilité de données météo fiables devient encore plus cruciale pour aider les agriculteurs et les viticulteurs à anticiper et à atténuer les effets des variations climatiques.

Les données météorologiques permettent de suivre les paramètres essentiels tels que la température, l'humidité, les précipitations, et l'évapotranspiration, qui sont tous des facteurs déterminants pour le développement des plantes. En viticulture, la connaissance approfondie de ces paramètres permet une prédiction relativement juste de certains stades phénologiques, de l'état hydrique des plantes, de la qualité potentielle des récoltes, ainsi qu'une prise de décision éclairée concernant l'irrigation. Dans le contexte du changement climatique, les données météo fournissent par ailleurs des informations précieuses pour comprendre les tendances à long terme, les variations saisonnières et les événements météorologiques extrêmes. Cela permet aux opérateurs de mettre en œuvre des pratiques d'adaptation, de choisir des variétés plus tolérantes et de prendre



des mesures pour minimiser les risques liés aux futures conditions météorologiques.

En 2024, l'Institut Rhodanien a mis à disposition des opérateurs de la Vallée du Rhône des données de stations virtuelles CNIV en partenariat avec le PNDV. Des stations peuvent être créées.

### Modélisation des maladies de la vigne

Sur la campagne 2023, la situation épidémiologique était relativement saine jusqu'à l'arrivée des pluies en mai. Les épisodes pluvieux abondants et répétés ont participé à la dégradation rapide de la situation et au 1<sup>er</sup> juillet, la **fréquence théorique d'attaque du mildiou** était de :

- entre 5 % et 15 % dans le Gard Rhodanien
- entre 5 % et 30 % dans les Côtes du Rhône septentrionales
- 15 % dans les Costières de Nîmes
- 25 % dans le Diois
- 70 % dans l'enclave des Papes
- 80 % dans le Ventoux
- 95 % dans le sud Luberon

Les mêmes dynamiques ont été observées sur Oïdium et sur Black-Rot qui, en 2024, ont été prépondérants.

## UNE ÉTUDE APPROFONDIE DU TERROIR ET DU POTENTIEL DES SOLS VITICOLES

Le changement climatique redéfinit les combinaisons sols, cépages, et climat, impactant la viticulture. La stratégie de la filière viticole souligne l'importance de caractériser la résistance des sols au changement climatique. En Vallée du Rhône, l'Institut Rhodanien mène des études approfondies sur les terroirs viticoles pour mieux comprendre leur potentiel et leurs contraintes.

La cartographie des terroirs se concentre sur les composantes géologiques, agropédologiques, et paysagères. La géologie, déterminée par l'âge géologique et le type de roche mère, est appuyée par des cartes géologiques départementales. La composante agropédologique, plus variable, nécessite des travaux de terrain tels que des sondages à la tarière. La composante paysagère intègre les effets climatiques, évalués à l'aide de modèles numériques de terrain et de données climatiques.

L'Institut Rhodanien s'est donné pour ambition de compléter les données des années 1990-2000, acquises notamment dans les Côtes du Rhône méridionales. Les cartes générées permettront aux vigneronnes de superposer leurs parcelles, offrant une compréhension approfondie des sols et des conseils pour le choix du matériel végétal et des pratiques culturales. À terme, des cartes de fonctionnement des terroirs seront disponibles, fournissant des données sur la précocité, le réservoir en eau, les contraintes à l'enracinement, le calcaire actif, etc. Ces informations pourront aider les vigneronnes à adapter leurs pratiques aux caractéristiques spécifiques de leurs parcelles.

L'Institut Rhodanien a approfondi en 2024 la récupération, la numérisation et l'harmonisation des cartes pédologiques existantes. Une base solide couvrant une large fraction des Côtes-du-Rhône et certaines appellations périphériques est désormais en analyse pour pouvoir être proposée aux opérateurs sur le courant de l'année 2025.

Ce projet ambitieux offre aux viticulteurs des outils précieux pour comprendre leurs terroirs, choisir des pratiques adaptées, et anticiper les défis du changement climatique.

Les cartes générées contribueront également à des projets de recherche et d'expérimentation pour les AOC de la Vallée du Rhône, favorisant une viticulture durable et résiliente.

## RÉDUCTION DU CUIVRE ET ALTERNATIVES EN PROTECTION PHYTOSANITAIRE

L'Institut Rhodanien a rejoint en 2023 un programme national qui propose de fournir aux viticulteurs une solution de diminution et d'optimisation des doses de cuivre pour lutter contre le mildiou en viticulture biologique. Il s'appuie sur la réalisation d'une expérimentation participative grâce au dispositif inédit d'un réseau conséquent déployé principalement en Nouvelle-Aquitaine et sur des sites pilotes dans d'autres régions viticoles. En région, un site test est hébergé par le lycée Pierre Le Roy de Boiseaumarié à Orange. Le dispositif du lycée se compose d'un témoin, d'une modalité réduction de cuivre seule et d'une modalité réduction de cuivre combinée avec un stimulateur de défense des plantes (SDP), le Belvine® produit par Cérience. Les premiers résultats pour 2023 ont montré qu'il n'y avait pas de différences significatives sur la propagation du mildiou entre les modalités et donc entre l'itinéraire initial du vigneron et les itinéraires comportant une réduction de cuivre et/ou un SDP. 2024 a confirmé cette règle avec globalement peu de différences entre l'itinéraire initial du vigneron et l'itinéraire incluant une réduction de cuivre et le Belvine®. En 2024, la pression mildiou fut très importante et contrairement à 2023 n'a pas permis la réduction de cuivre. De nouveaux résultats seront attendus pour l'année 2025, dernière année de ce projet nommé RESAQ VitiBIO.



## DES PROJETS DANS LE CADRE DU PLAN NATIONAL DÉPÉRISSEMENT VIGNOBLE

### Impact de la taille mutilante

Un essai a démarré en 2022 en collaboration entre l'Institut, l'IFV et la Chambre d'Agriculture de Vaucluse pour vérifier l'impact de plaies de taille rasantes sur les dessèchements et nécroses sous-jacents. 3 parcelles d'essai sont suivies en Vallée du Rhône, une sur le domaine expérimental de Piolenc, une autre dans le sud de la Drôme en relation avec un autre essai en Beaujolais. Sont comparées 3 modalités de taille rasante (mutilante), taille sur la couronne (préconisation) et une taille exagérément longue au-dessus du 1er œil du rameau du haut. Les coursons ont été découpés et les nécroses mesurées par analyse d'image.

Les résultats montrent que les tailles « rasantes » entraînent la formation de plus de bois mort (« cône de dessèchement ») dans la zone située en aval de la plaie (photo) pouvant parfois rejoindre d'autres zones de nécroses et contribuant ainsi à plus de bois non fonctionnel. Une publication de la synthèse des résultats est prévue en 2025.



### 15 du plan : une dynamique qui commence à naître et à se poursuivre en 2025

En 2024, plusieurs événements se sont déroulés sur le territoire rhodanien et marquent le début d'une dynamique locale autour de ce plan : 2 matinées techniques dans le nord de la Vallée du Rhône, des interventions lors d'assemblée générale, de journées d'informations sur les vignes-mères de greffons, etc. Des rendez-vous entre « 15 du plan » et relais techniques (techniciens, etc.) ont été réalisés en 2024, avec l'objectif à terme de constituer un groupe technique d'échanges et de relai d'informations à diffuser dans le vignoble. Un premier groupe technique du PNDV devrait voir le jour en 2025. Au niveau du transfert d'informations et en particulier de la communication, 8 articles portant sur des sujets relatifs au PNDV ont été édités pour la newsletter de l'Institut et le journal *Le Vigneron* : Que faire après le gel ? Invitations aux Matinées du plan en nord Vallée du Rhône, aux PNDV Tour Vaucluse et Provence, des vidéos pour montrer les bons gestes de la taille respectueuse des flux de sève en différentes langues étrangères, retour sur le PNDV Tour pédagogique au Lycée d'Orange, une application météo disponible pour tous, dossier sur la flavescence dorée. Une autre action initiée en mai 2023 s'est concrétisée le 22 février 2024, à savoir la réalisation d'un PNDV tour pédagogique avec le lycée Pierre Le Roy de Boisseaumarié d'Orange pour les 120 étudiants de BTS que compte l'établissement.

### 2024 : la fin de gros projets PNDV autour du court-noué et de la mortalité des Grenache Noir

En 2024 se sont terminés 2 gros projets nationaux, qui étaient tous deux déclinés en Vallée du Rhône associant les différents partenaires techniques de l'Institut Rhodanien. Ces deux projets ont donné des résultats riches, qui sont et vont être encore diffusés (Guide des Vignobles Rhône-Méditerranée, magazine *Le Vigneron*, PNDV Tours et autres journées techniques). Les résultats obtenus ont été à la fois une portée régionale, mais également nationale. Pour le Grenache par exemple, des pistes d'améliorations ont été identifiées, notamment pour réduire l'impact du court noué sur la production grâce à la taille tardive,

ou encore en gérant les vigueur élevées des parcelles très atteintes par l'esca. Des investissements sur l'avenir ont été réalisés grâce à la mise en place d'essais comparant taille « douce » et taille standard sur des plantiers dès la plantation. Certains résultats visent à être poursuivis à travers de nouveaux projets en 2025.

## INTÉRÊT DE LA DIVERSIFICATION POUR MAINTENIR LE POTENTIEL DE PRODUCTION : ET SI LES EFFERVESCENTS ÉTAIENT LA SOLUTION ?

Pour tester cette hypothèse et faire suite à des expérimentations déjà réalisées en 2019 et 2020 sur blancs et effervescents en rosés, des essais ont été conduits sur la campagne 2024 en blancs de blancs et blancs de noirs. Ce sont ainsi les cépages Grenache N, Grenache B, Bourboulenc B, Clairette B et Marsanne B qui ont été vinifiés dans cet objectif.

Différentes méthodes ont ainsi été testées : méthode ancestrale (consommation des sucres lors de la fermentation alcoolique, ajout de MCR pour la deuxième fermentation en bouteilles), méthode hybride inspirée de la méthode dioise (arrêt des cuves pour conserver des sucres à la fin de la première fermentation), méthode avec réincorporation de moût pour la deuxième fermentation en bouteille. Deux niveaux d'effervescence sont également envisagés : pétillants (<3.5 bars) et effervescents (6 bars).

Les essais sont encore en cours d'élevage et ne pourront être dégustés avant fin 2025, après prise de mousse et élevage.



# VERS LA PRODUCTION DE VINS « SANS » ADAPTÉS AUX ATTENTES SOCIÉTALES

## DES AVANCÉES SUR LES GOÛTS DE SOURIS

Les goûts de souris restent mal compris à ce jour, mais l'Institut Rhodanien travaille dur pour y remédier, faisant partie des leaders dans la recherche sur ce sujet complexe.

Il n'y a pas eu d'expérimentations spécifiques en 2023-2024, mais la participation à des projets d'autres organismes a permis de maintenir l'avancée (lente) des connaissances. Suffisamment pour programmer l'expérimentation de nouvelles pistes dans le cadre d'un nouveau projet qui a commencé aux vendanges 2024. Ce projet, financé par l'Europe en région Occitanie (Feader), vise à tester, notamment :

- l'effet du cuivre résiduel issu des traitements phytosanitaires
- l'effet de la quantité de bourbes résiduelles après débouillage

Les premiers résultats de ces pistes prometteuses seront étudiés en 2025.

Le travail continue sur les performances de l'analyse chimique des molécules responsables du défaut, qui montre encore trop de variabilité d'un laboratoire à un autre.

Un travail sur la sensorialité a été également mené, en aidant les collègues de l'IFV dans la création d'un coffret de sensibilisation au défaut.

## LA BIOPROTECTION COMME ALTERNATIVE À L'USAGE DES SULFITES

La bioprotection consiste à utiliser des micro-organismes pour occuper la niche écologique et limiter le dévelop-

pement de micro-organismes d'altération pouvant impacter la qualité du vin. Cette méthode se développe depuis quelques années dans la filière viticole comme alternative au sulfitage. L'efficacité de cette technique a été évaluée en fonction de l'état de la matière première et des itinéraires techniques sur la qualité des vins dans le cadre d'un projet national (2021-2024 / fonds CASDAR). Pour mener à bien ce projet, 36 mini-vinifications ont été réalisées à la cave expérimentale sur des itinéraires de vinification rouges et blancs. Ces essais ont également été dégustés par le jury expert. Les résultats ont montré qu'en cas de baies trop altérées, la bioprotection ne suffit pas à limiter les risques. En effet, les levures de bioprotection n'affectent pas la population des microorganismes d'altération (*Hanseniaspora uvarum*, *Brettanomyces*, bactéries acétiques). La bioprotection permet d'éviter l'utilisation de sulfites en phase pré-fermentaire si le ratio levure de bioprotection/population de levures indigènes est d'au moins 10-100. D'un point de vue sensoriel, on ne note pas de grandes différences entre les modalités.

## ÉVALUATION DE MICROORGANISMES POUR RÉDUIRE LES RÉSIDUS PHYTOSANITAIRES DANS LES MOÛTS ET LES VINS

Certaines levures et bactéries seraient aptes à accumuler ou à dégrader certaines molécules toxiques. L'impact de deux souches de levures et d'une souche de bactérie utilisées en conditions pré-fermentaires sur la réduction de molécules phytosanitaires a été évalué dans le cadre d'un projet régional (2022-2024 - fonds FEADER). Pour mener à bien ce projet, 21 micro-vinifications ont été réalisées à la cave expérimentale sur un itinéraire rosé. Les analyses microbiologiques ont révélé la bonne implantation de la levure *M. pulcherrima* cependant les autres microorganismes testés ne se sont pas bien implantés. Les analyses de résidus et cuivre réalisés à 48 h dans les moûts débouillés et sur vin à la fin de la fermentation alcoolique montrent peu ou pas d'impact de l'ajout des microorganismes sur la réduction des résidus et du cuivre.

## BRETTANOMYCES : DÉVELOPPEMENT DE MOYENS DE LUTTE PRÉVENTIVE

Les nouvelles avancées sur la levure *Brettanomyces* démontrent sa capacité à adhérer aux surfaces sous forme de biofilms. Elle devient donc plus difficile à éliminer, notamment au sein du chai. Pour lutter contre cette levure d'altération, l'Institut Rhodanien conduit jusqu'en 2025 un projet FEADER (Fonds Européen Agricole pour le Développement Rural) en partenariat avec L'ICV, l'Université de Bourgogne ainsi que quelques caves de la vallée du Rhône. Les objectifs de ce projet sont d'une part, de mettre à la disposition des professionnels des outils d'aide à la décision permettant de réduire les interventions curatives. D'autre part, d'accompagner les professionnels vers des procédures de nettoyages permettant de réduire l'utilisation de produits chimiques nocifs pour l'environnement et pour l'homme. Pour mener à bien ce projet, plusieurs axes de travail ont été menés.

Tout d'abord, la croissance de *Brettanomyces* et la production de phénols volatils ont été suivies pour 80 modalités au laboratoire de microbiologie en fonction de différents paramètres œnologiques. Ces données ont permis de compléter une base de données pour la création d'un outil d'aide à la décision (OAD) : PreviBrett. La première version de cet OAD a été finalisée cette année sous la forme d'une application. Le résultat indique le risque qu'une matrice devienne phénolée en fonction des paramètres du vin.

Dans un autre axe, des prélèvements de surface de matériels vinaires ont été réalisés avant et après nettoyage dans deux caves partenaires, ce sont au total cinq cuves ayant contenu du vin phénolé qui ont été analysées. Ainsi, *Brettanomyces* a été mise en évidence sur la surface de quatre de ces cuves après nettoyage. Elle est détectée par cytométrie en flux mais pas sur boîte de Petri. L'hypothèse est que la levure est en état Viable mais Non Cultivable à la suite du traitement de nettoyage (réponse au stress). Les résultats de ces travaux de recherche viendront compléter les connaissances existantes sur cette levure d'altération *Brettanomyces* et seront transférés à la filière viticole.



# ORIENTATION VERS UNE DIVERSIFICATION DES PRODUITS



## VINS BLANCS RHODANIENS

Des vinifications ont été conduites dans le but de produire des vins dans chacun des profils précédemment relevés :

- **Profil Vif et Frais** : arômes d'agrumes et fruits blancs avec structure vive et acide en bouche
- **Profil Fruité et Rond** : arômes de fruits jaunes et fruits exotiques avec un équilibre sur la rondeur en bouche
- **Profil Généreux et Complexe** : vins complexes, fruités et avec des notes boisées, et une bouche plus structurée

Ces vins ont été réalisés à partir de cépages locaux principaux ou secondaires et pourront servir de démonstration dans le cadre d'évènements techniques pour illustrer les différents profils. Les itinéraires de production maîtrisés, il sera plus facile de conseiller les vignerons désireux de produire des vins aux profils similaires

## VINS BLANCS ET STABILITÉ OXYDATIVE

Après avoir travaillé sur la stabilité des vins blancs durant les étapes pré-fermentaires du processus de vinification, les essais 2024 ont porté sur l'amélioration de la stabilité et de la conservation des vins blancs par l'élevage. À l'issue des fermentations, les vins ont été élevés sur lies avec ou sans ajout d'enzyme pour une durée d'élevage de 6 mois. Au cours de cette période d'élevage, les différents

vins ont été soumis à des analyses et dégustations régulières. De nouvelles analyses œnologiques et dégustations seront réalisées après la mise en bouteille, puis à intervalles réguliers sur plusieurs mois pour évaluer la stabilité des vins dans le temps.

## UNE VINOThÈQUE POUR MIEUX ÉTUDIER LE POTENTIEL DES CÉPAGES

Lancée en 2022, la vinothèque de cépages purs de l'Institut Rhodanien s'enrichit d'un troisième millésime. Nouveaux cépages et nouveaux profils sont à la disposition des acteurs de la filière pour mieux connaître nos cépages, clés pour relever les défis de demain liés au changement climatique, mais aussi redécouvrir le travail des assemblages.

La vinothèque se concentre sur l'étude approfondie des caractéristiques individuelles et des performances de chaque cépage. En explorant différents profils pour les cépages, elle ambitionne d'apporter une aide au développement de nouveaux assemblages innovants pour les vinificateurs. La collection de cépages purs constituée par l'Institut Rhodanien vise également à promouvoir la diversité d'encépagement en permettant de redécouvrir des cépages oubliés, à nouveau prometteurs dans le contexte de changement climatique.

Au cours des millésimes 2022 et 2023, en collaboration avec 49 exploitants de la région ainsi que l'IFV Rodilhan, l'Institut Rhodanien a réalisé 69 mini-vinifications. Cette initiative permet de proposer 89 références de 53 cépages différents. Parmi ceux-ci, des cépages étrangers d'intérêt, des cépages locaux parfois délaissés, des cépages résistants, mais également les principaux cépages de la région.

Des cépages traditionnels ont été vinifiés en blanc et rosé pour explorer de nouvelles perspectives de diversification.

Sur le millésime 2024, l'Institut Rhodanien a travaillé essentiellement sur les cépages accessoires en rouge et sur des variétés manquantes mais demandées par les professionnels. Parmi les 25 références de cette année, seront disponibles :

- En blanc : Clairette blanche, Clairette rose, Floréal, Picardan, Piquepoul blanc, Grenache gris, Bourboulenc, Chenin blanc, Verdelho ;
- En rosé : Vidoc ;
- En rouge : Aubun, Brun argenté (Vaccarèse), Muscardin, Piquepoul noir, Terret noir.

Les nouvelles références seront ouvertes à la dégustation pour tous les opérateurs de la Vallée du Rhône fin 2025, les anciennes l'étant déjà. Toutefois, à des fins pratiques, les demandes de dégustation devront être organisées par des structures représentatives (ODG, caves coop) ou des collectifs de vignerons. Ces sessions de dégustation peuvent concerner une liste de cépages en particulier, seuls ou en assemblage avec d'autres vins de la vinothèque ou avec des vins apportés par les vignerons. Ces ateliers peuvent être animés avec une expertise viticole et œnologique et ont véritablement pour but de créer une dynamique collaborative avec les vignerons, favorisant une connaissance approfondie des différents cépages et terroirs de nos appellations. En 2024, 8 dégustations ont ainsi été réalisées dans des caves coopératives de la Vallée du Rhône pour présenter les cépages d'intérêt pour les vignerons locaux.

## UNE PREMIÈRE ÉTUDE SUR LE RECENSEMENT DE DISPOSITIFS "VITIFORESTIERS"

En 2024, dans le cadre d'un financement de la région sud, un premier projet de recensement de parcelles contenant des dispositifs agroforestiers de type : arbres intra parcelles, haies, etc. a été réalisé dans l'objectif de réfléchir et de monter un dispositif plus conséquent pour étudier l'influence de ces pratiques sur la vigne (contrainte hydrique, partage des ressources, etc.). Seulement deux parcelles ont été recensées, sur lesquelles quelques capteurs de température et d'hygrométrie ont été installés. Cependant en raison d'un nombre peu important de dispositifs implantés et en raison de l'âge peu avancé des éléments forestiers, le projet ne sera pas lancé en 2025 pour laisser du temps aux arbres de gagner en maturité.



# DES OUTILS DÉDIÉS À LA RECHERCHE ET AU DÉVELOPPEMENT

## LE RÉSEAU MATURITÉ



Le Réseau Maturité, mis en place en 1969, est toujours actif et permet de prélever chaque année des échantillons issus de plus de 100 parcelles représentatives de l'ensemble de la Vallée du Rhône. De nombreuses informations œnologiques sont collectées dans le but de générer une banque de données et pouvoir ainsi comparer les millésimes entre eux. Ce réseau, géré par l'Institut Rhodanien, s'appuie sur de nombreux partenaires de la filière viticole, tels que les laboratoires d'œnologie et les Chambres d'Agriculture du bassin vallée du Rhône.

Les données recueillies sont diffusées aussitôt aux opérateurs rhodaniens, via le bulletin Vision de Vignes, pour leur permettre de connaître l'avancée de la maturité par cépage et par secteur.

Sept bulletins ont été diffusés cette année sur le site de l'Institut Rhodanien.

## LE SUIVI AVAL DE LA QUALITÉ



Le Suivi Aval de la Qualité a pour objectif de vérifier la conformité des vins au niveau du consommateur final. L'Institut Rhodanien gère cette démarche initiée par Inter Rhône.

Au cours de la campagne 2024, un prélèvement France en GMS et caviste, portant uniquement sur des vins rouges, a été mené. Au total, 293 échantillons des vignobles de la Vallée du Rhône ont été dégustés par des juges professionnels (producteurs, négociants et techniciens) qui s'assurent de l'absence de défauts.

Cette veille technique entretient un véritable relationnel avec le terrain et les différentes problématiques rencontrées par nos Appellations. Elle permet de mettre en œuvre les projets et outils nécessaires à l'amélioration constante de la qualité de nos vins.

## DE PLUS EN PLUS DE DÉGUSTATIONS AVEC LE JURY EXPERT



Grâce à l'aromathèque, au suivi des performances et à des sessions d'entraînement hebdomadaires, le jury expert s'est imposé comme un outil fiable pour la discrimination fine des vins. Ce groupe d'experts composé de plus de 20 personnes s'est réuni 22 fois sur la campagne 2024, permettant ainsi l'évaluation de 268 vins expérimentaux et commerciaux.

L'ensemble de ces données a permis, entre autres, d'étudier les caractéristiques de cépages méconnus et de déterminer l'impact de différents itinéraires, process ou produits sur le profil organoleptique des vins d'essais.



## LA CAVE EXPÉRIMENTALE, UN OUTIL DE POINTE POUR RÉPONDRE AUX PROBLÉMATIQUES DE LA VALLÉE DU RHÔNE

Durant la campagne 2024, 210 cuves ont été remplies à la cave expérimentale. Ce chiffre est en légère augmentation par rapport à l'an passé et reste en adéquation avec les moyens humains et techniques.

Près de 20 projets, dont la plupart sont subventionnés au niveau régional ou national, et 2 prestations ont été menés au cours de cette campagne. Tous les raisins nécessaires à ces essais ont été vendangés manuellement. Une trentaine de cépages différents sont représentés, parmi lesquels les classiques rhodaniens, mais aussi des cépages résistants, des VIFA et des cépages étrangers d'intérêt.

Les raisins sont encuvés dans des cuves de 1 hL mais aussi, dans une proportion de plus en plus importante, dans des contenants plus petits (3L) pour des essais où les raisins sont rares. On observe une proportion toujours importante de blancs qui représentent 37% des cuves (contre 41% en 2023), les rosés augmentent pour atteindre 17% (contre 6% en 2023) et les rouges passent à 46% (contre 53% en 2023).



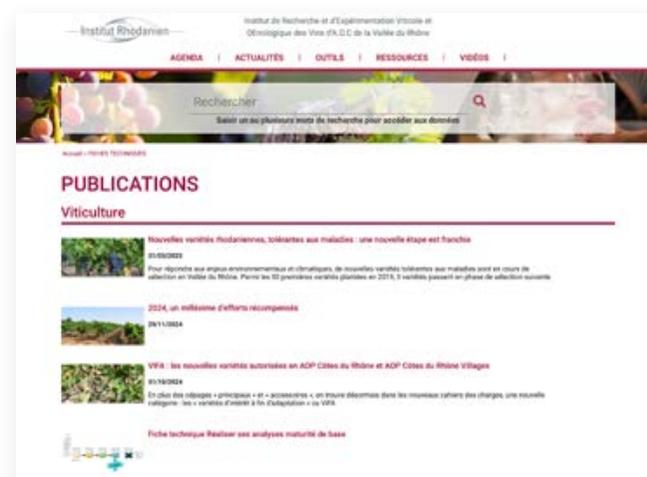
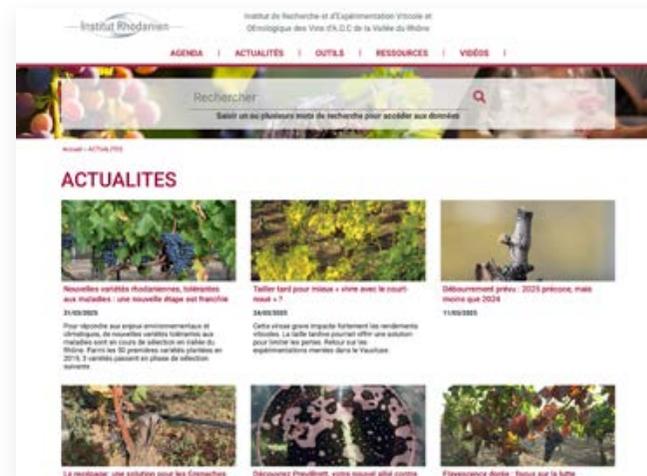
## LA COMMUNICATION TECHNIQUE DE L'INSTITUT RHODANIEN

### LE SITE INTERNET DE L'INSTITUT RHODANIEN

Toutes les actualités techniques sont consultables sur le site internet de l'Institut Rhodanien. Il propose des articles exclusifs qui permettent d'approfondir des thématiques spécifiques et de retrouver des comptes-rendus d'expérimentations.

Ce site est également le lieu où différents outils sont mis à disposition des opérateurs :

- Modélisations phénologiques
- Bulletins
- Cartes interactives des parcelles des opérateurs et des zones de traitement Flavescente Dorée
- Application météo du CNIV-PNDV
- Fiches techniques
- PreviBrett



## LES RENCONTRES RHODANIENNES



Les Rencontres Rhodaniennes se sont tenues pour la deuxième année consécutive sous la bannière SAS Institut Rhodanien le 26 mars 2024 et ont réuni plus de 100 personnes en présentiel. Les causes des bas rendements et la diversification vers les vins blancs et rosés ont été au cœur des discussions, abordées sous différents angles par des techniciens spécialistes et des acteurs de la profession. Une table ronde a permis aux experts de débattre et de répondre aux questions de l'auditoire. Une dégustation de vins blancs et rosés a permis d'illustrer les propos tenus lors de la table ronde.

Les échanges de cette journée ainsi que les présentations sont accessibles sur la chaîne YouTube de l'Institut Rhodanien - ainsi que sur le site internet de l'Institut Rhodanien.



## L'INFO TECHNIQUE, LA NEWSLETTER DE L'INSTITUT RHODANIE

Une newsletter technique mensuelle, l'info technique, est diffusée aux opérateurs de la Vallée du Rhône chaque premier jeudi du mois. Elle propose des fiches pratiques, des articles techniques et les dernières actualités dans les domaines de l'œnologie, de la microbiologie et de la viticulture.



## DES BRÈVES TECHNIQUES

En complément, deux brèves techniques sont diffusées chaque mois dans la newsletter Elix'IR, adressée à un public plus large.



### LA TECH' DU MOIS



### UN POINT SUR LES MATURITÉS

Les prélèvements hebdomadaires effectués dans le cadre du Réseau maturité nous permettent de suivre l'évolution des raisins tout le long de leur maturité. À date, l'état sanitaire de la vigne reste encore globalement satisfaisant. La maturation se poursuit favorablement avec des degrés qui restent assez modérés et ont augmenté de 0.5 °C en moyenne au sud comme au nord de la Vallée du Rhône. L'acidité est toujours présente.

La plupart des parcelles de blancs sont rentrées en cave et les vendanges de rouges ont commencé sur certains secteurs. Retrouvez l'intégralité des bulletins [VISION DE VIGNES](#).

**CONTACT**  
Carole PUECH  
[c.puech@institut-rhodanien.com](mailto:c.puech@institut-rhodanien.com)

# DES ARTICLES TECHNIQUES

En 2024, 17 articles ont été publiés dans le magazine mensuel *Le Vigneron des Côtes du Rhône*, renforçant ainsi la visibilité des recherches de l'Institut.



## RÉALISER UN CONTRÔLE MICROBIOLOGIQUE, QUAND EST-CE INDISPENSABLE ?

Découvrez comment prévenir les germes indésirables, en identifiant les situations où une analyse microbiologique est nécessaire.

De très nombreux microorganismes (bactéries, champignons, levures) sont présents sur le moût de raisin et jouent un rôle important à chaque étape de la vinification. Mais certaines de ces flores peuvent être néfastes pour la qualité de la matière première et du produit fini. C'est pourquoi il est important d'identifier les étapes du processus de vinification où une analyse microbiologique doit être réalisée.

Différentes méthodes d'analyses microbiologiques des vins existent. Elles sont en constante évolution afin de proposer aux vigneronnes des

techniques de détection et de numération de plus en plus précises et rapides. Les premières observations des microorganismes ont été réalisées grâce à la microscopie. Cette dernière permet de faire facilement la différence entre levures et bactéries. Ensuite, l'utilisation de la boîte de Petri a permis de visualiser et quantifier les microorganismes capables de se multiplier sur milieux gélosés. Ces milieux peuvent être sélectifs de la croissance d'un type de microorganisme. Puis les méthodes de biologie moléculaire ont émergé comme la PCR et la cytométrie en flux. Elles sont basées sur l'ADN et permettent

d'identifier précisément l'espèce microbienne. Toutes ces méthodes ne donnent pas le même résultat et ne présentent pas toutes le même niveau de spécificité et de détection. Leur utilisation doit être raisonnée en fonction du moment d'élaboration du vin. C'est dans ce contexte qu'analyser les populations de microorganismes avec des techniques appropriées peut éviter le développement de germes d'altération et mieux maîtriser la qualité de vos vins, voici trois exemples.



« Des analyses précises à des moments stratégiques permettent d'optimiser chaque fermentation. »

24 **Vigneron** LE MAGAZINE DU VIGNERON DES CÔTES DU RHÔNE ET DE LA VALLÉE DU RHÔNE - AVRIL 2024

## L'acidité, un enjeu crucial

L'Institut Rhodanien explore plusieurs solutions œnologiques afin de rééquilibrer l'acidité des moûts. Bilan de la seconde année d'études.

Les évolutions climatiques entraînent des modifications de la qualité des raisins en Vallée du Rhône. Rééquilibrer l'acidité des moûts est un enjeu important. L'Institut Rhodanien explore plusieurs solutions œnologiques pour accompagner les vignerons, particulièrement en zone septentrionale.

Le profil des vins va forcément évoluer

Le travail spécifique sur l'acidité présente dans cet article, s'intègre dans un projet plus vaste, articulé autour de trois objectifs :

- Anticiper les conséquences sensorielles des vingt prochaines années de réchauffement climatique, qui aboutiront très probablement à une modification de la typicité de nos vins ;
- Tester des solutions œnologiques pour tenter de conserver les typicités actuelles ;
- Évaluer les capacités de nos cépages à élaborer/produire de nouveaux profils et typicités.

Ce projet est construit autour des cépages emblématiques du nord de la Vallée du Rhône, mais ses résultats sont évidemment extrapolables à toute la Vallée du Rhône.

Des solutions innovantes pour maintenir l'équilibre acide

La première année d'études a révélé que la simple récolte précoce ou tardive ne suffit pas à préserver l'acidité tout en conservant les arômes caractéristiques des vins. Il a été observé que la sous-maturité et la sur-maturité s'accompagnent logiquement d'une modification importante de la palette aromatique et de l'équilibre en bouche.

Le maintien de l'acidité des cépages méridonaux, labellisé grande cause régionale !

Pour cette deuxième année d'études, l'accent a été mis sur la correction biologique de l'acidité. Deux solutions ont été explorées pour tester uniquement des corrections biologiques de l'acidité : choix de raisler



## RENCONTRES RHODANIENNES 2024, PERSPECTIVES ET SOLUTIONS POUR LE VIGNOBLE RHODANIE

26 **Vigneron** LE MAGAZINE DU VIGNERON DES CÔTES DU RHÔNE ET DE LA VALLÉE DU RHÔNE - AVRIL 2024

mission des résultats de recherches en matière viticole. Organisées par l'Institut Rhodanien, pôle technique de la Vallée du Rhône, cette édition 2024 a rassemblé vigneronnes, techniciens, experts et journalistes, ce 26 mars à l'Espace Daudet d'Orange. Au cœur des discussions : le dépérissement du vignoble et les orientations à suivre pour les vins blancs et rosés rhodaniens.

Philippe Pellaton, Président d'Inter-Rhône, a souligné l'importance du Plan National de dépérissement du vignoble (PNDV) et de la diversification des couleurs dans le contexte actuel. « Ces aspects techniques sont l'avenir du vignoble. Nous adapter permet de répondre aux enjeux de demain » a-t-il déclaré, annonçant ainsi une matinée chargée en échanges constructifs et en partage d'expertise.

Une table ronde animée par David Bérand a présenté un panorama complet des défis auxquels est confronté le vignoble rhodanien, ainsi que des solutions existantes pour y faire face. Parmi les sujets abordés, la lutte contre les maladies telles que l'Esca et le court-noué, ainsi que la gestion de l'alimentation hydrique ont retenu une attention particulière.



Diagnostic et solutions contre le dépérissement du vignoble

Marion Claverie, ingénierne en agronomie et dépérissement du vignoble à l'Institut Français de la Vigne et du Vin (IFV), a mis en lumière l'importance du PNDV dans l'identification des causes des bas rendements. Elle a mis l'accent sur la nécessité de rester vigilant, notamment face à des maladies comme l'Esca et le court-noué, qui continuent de menacer certains cépages.

« Début 2010, on s'est aperçu qu'on avait des bas rendements en Côtes du Rhône et que ce phénomène touchait d'autres vignobles français. C'est de ce constat que s'est constitué le PNDV, dans le but de mettre au point un diagnostic de ces causes qui pourrait être fourni aux structures pour regagner des rendements » explique-t-elle.

Si les causes ne sont pas généralisées aux 9 réseaux français toutefois, des points de vigilance ont toutefois été mis en avant : la mortalité n'est pas uniquement due à l'âge des ceps et le court-noué serait sous-estimé.

« Il faut considérer le triangle eau - herbe - azote »

AVRIL 2024 - LE MAGAZINE DU VIGNERON DES CÔTES DU RHÔNE ET DE LA VALLÉE DU RHÔNE - **Vigneron** 9



VITICULTURE

## LES BIENFAITS DE LA TAILLE DOUCE ET PRINCIPE DE TAILLE NON-MUTILANTE

Quelques conseils pour établir les ceps en limitant au maximum les plaies, les traumatismes et en respectant les flux de sève.



24 **Vigneron** LE MAGAZINE DU VIGNERON DES CÔTES DU RHÔNE ET DE LA VALLÉE DU RHÔNE - FÉVRIER 2024

Les grands principes à respecter

- **Reinvestir sur les travaux en vert.** L'bourgeoisage permet de sélectionner les futurs bois, en réduisant le nombre de plaies de taille qui seront à faire l'hiver suivant. Il permet aussi de favoriser la vigueur des bois sélectionnés en limitant la concurrence entre rameaux. L'attache permet de sécuriser et donner leur forme aux rameaux sélectionnés en évitant les plaies traumatiques une fois les bois achetés.
- **Préserver le flux de sève.** Le flux de sève est le chemin préférentiel emprunté par la sève dans les vaisseaux pour alimenter un courson. Chez la vigne, la circulation de la sève est majoritairement longitudinale, du bas vers le haut (peu de circulation radiale). Si une blessure sur vient sur ce trajet, la vigne a la capacité de le contourner, mais cela est plus délicat lors de nombreuses blessures répétées. Le trajet emprunté par la sève doit être le plus direct et continu possible pour alimenter les organes supérieurs. Il peut s'apprécier par le toucher, en suivant avec un doigt le chemin depuis la base du cep jusqu'au bourgeon. Y'a-t-il des plaies de taille sur ce trajet ? La sève distille-t-elle du gomme pour alimenter le bourgeon (c'est ce qu'on appelle une inversion de flux de sève) ?
- **Éviter la formation de bois mort.** En effet sous la surface d'une plaie de taille se forme une zone de cicatrization (bois mort) qu'on appelle « cône de dessèchement ». Il est admis que plus le diamètre de la plaie est important, plus la zone de dessèchement sera profonde dans le bois vivant. Ces zones de bois mort sont susceptibles d'entraver le passage de la sève. Pour éviter ces zones de bois mort en profondeur :
  - On taille bien au-delà du rameau à conserver : on laisse un chicot.
  - Sur le vieux bois, on évite les plaies rasant, on taille sur la couronne.
  - On préfère plusieurs petites plaies plutôt qu'une grosse plaie de taille.

d'autant plus que les résultats ne se mesurent qu'à long terme. C'est pourquoi dès 2010, des essais ont été mis en place grâce à des financements du PNDV (Plan National Dépérissement du Vignoble), associant les organismes techniques de la région (IFV, Chambres d'agriculture, Institut Rhodanien). L'objectif de ces expérimentations est de tester des solutions pour réduire la mortalité au vignoble. Ainsi, sont suivies plusieurs parcelles comparant des vignes établies en taille douce avec des vignes établies de façon classique, appliquant les principes ci-dessus.

**PÉPINIÈRES GILLIBERT**

Vérités nouvelles  
Plantation mécanoïque et troncature  
Étude de financement  
Marque ENTAV-IFAFA

7800 CHEMIN DU MARQUIS / 43100 ORANGE  
Tél : 04 90 94 94 10  
Email : www.gillibert.fr

FÉVRIER 2024 - LE MAGAZINE DU VIGNERON DES CÔTES DU RHÔNE ET DE LA VALLÉE DU RHÔNE - **Vigneron** 25



TECHNIQUE

# VITICAMPUS RHÔNE ORANGE : LE LYCÉE PIERRE LE ROY DE BOISEAUMARIÉ ET L'INSTITUT RHODANIEN, UN PARTENARIAT TOUJOURS D'ACTUALITÉ

Quelle que soit leur formation, des étudiants du lycée viticole d'Orange prennent part aux activités techniques de l'Institut Rhodanien.

Au cours de l'année 2024, les élèves ont pu participer aux différentes dégustations du SAQ ainsi qu'à différentes manifestations autour de la découverte et de la présentation des vins de la Vallée du Rhône.

Des classes de Bac Pro et BTS Viti-œno ont visité la cave expérimentale, découvrant ainsi les projets et activités de l'Institut Rhodanien.

Le mercredi 11 septembre 2024, les élèves de première année de BTSA viticulture et œnologie en formation initiale ont participé pour la deuxième année consécutive à la vendange « expérimentale » d'un essai sur la réduction

et les alternatives au cuivre menée par l'Institut Rhodanien et en partenariat avec le domaine viticole du lycée, le Château Mongin. Cette matinée marque une nouvelle fois le début et la poursuite d'une collaboration à intérêt pédagogique entre les deux institutions pour former les futurs vignerons et vigneronnes de la vallée du Rhône.

Un autre fait marquant dans ce récent partenariat est la tenue d'un PNDV TOUR pédagogique début 2024, au sein des locaux du lycée et à destination des 120 élèves de BTS viticulture-œnologie que compte l'établissement. L'objectif étant de les informer et de les sensibiliser aux nouvelles problématiques qu'ils risquent de rencontrer dans le futur (ravageurs et maladies émergentes, changement climatique, etc.) et de les projeter dans la viticulture de demain : pari réussi



# PROMOTION



## PROMOUVOIR NOS APPELLATIONS EN FRANCE ET À L'EXPORT

L'ensemble des équipes Promotion, organisées en deux directions complémentaires (Marketing et Communication) œuvre au quotidien pour accroître la connaissance et faire (re)découvrir les Appellations d'Origine Contrôlée de la Vallée du Rhône en France et sur les marchés export.

PARMI LES 3 PILIERS DE L'INTERPROFESSION, LA PROMOTION REGROUPE UNE PALETTE DE MÉTIERS COMPLÉMENTAIRES (MARKETING, RELATIONS PRESSE, ÉVÉNEMENTIEL, FORMATION, ŒNOTOURISME, ET TOUTES LES FACETTES DE LA COMMUNICATION : INTERNE, INSTITUTIONNELLE, DIGITALE, CRISE...) DONT LA VOCATION EST COMMUNE : PROMOUVOIR ET ACCOMPAGNER LA VALORISATION DES AOC.

EN 2024, L'ENSEMBLE DES ÉQUIPES PROMOTION ONT INTENSIFIÉ LEURS EFFORTS POUR ACCROÎTRE LA VISIBILITÉ DES AOC DE LA VALLÉE DU RHÔNE. CETTE ANNÉE A MARQUÉ LA SECONDE ANNÉE DU PLAN RHÔNE COLLECTIF, UN LEVIER PUISSANT POUR DYNAMISER LA PROMOTION DE NOS VINS TANT EN FRANCE QU'À L'INTERNATIONAL.



## LES ACTIONS COMMUNES

TRANSVERSALES À TOUTES LES AOC OU S'APPUYANT SUR UNE SÉLECTION D'APPELLATIONS, ELLES OFFRENT UN SOCLE POUR LA REPRÉSENTATION COLLECTIVE.

## LA FORMATION PROFESSIONNELLE

### L'ÉCOLE DES VINS

**La formation professionnelle : former, sensibiliser, éduquer et fidéliser les professeurs et jeunes sommeliers.**

La formation est une pierre angulaire de la stratégie promotionnelle d'Inter Rhône : elle permet d'accroître la connaissance des vins et d'encourager la pédagogie autour des AOC en développant un réseau d'initiés et de formateurs, de professionnels qui deviennent de véritables ambassadeurs pour les Vignobles de la Vallée du Rhône.

**Le programme Vallée du Rhône Terroirs** cible les professionnels en apportant un soutien aux formations en Sommellerie. En 2024, le programme a été réalisé dans 122 établissements en France, Belgique, Pays-Bas, Allemagne, Suisse, Angleterre et Irlande. Au total, 1830 élèves sommeliers ont ainsi été sensibilisés aux appellations rhodaniennes. La dégustation est au centre de ce



programme, avec la mise à la disposition des professeurs d'une sélection de 1460 bouteilles Côtes du Rhône, Côtes du Rhône Villages, Crus des Côtes du Rhône et AOC Vallée du Rhône.

Sur le plan pédagogique, les formateurs utilisent des outils de communication mis à leur disposition pour illustrer leurs cours : un kit de présentation réactualisé chaque année, des vidéos thématiques pour aborder les sujets emblématiques et faciliter la compréhension autour de la diversification, du développement durable, des labels et de la certification. Une vidéo infographique du vignoble en relief a été développée pour parfaire les connaissances des étudiants et valoriser les appellations sur le plan paysager et viticole.



### Se perfectionner, se retrouver, échanger entre amateurs de vins : une pédagogie de tous les instants.

Inter Rhône s'appuie sur un réseau de clubs amateurs pour programmer des séances de dégustation partout en France. En 2024, 28 cours ont ainsi été organisés autour des appellations Côtes du Rhône, Côtes du Rhône Villages et Saint-Joseph.

Dans la même logique, l'Interprofession développe sa démarche auprès des grandes écoles à Avignon, Paris, Lyon, Montpellier, Toulouse et Bordeaux. Elle propose des dégustations thématiques aux étudiants en école d'ingénieurs et de commerce (Centrale, les Mines, Normale, Polytechnique, Sciences Po, Essec, Insee, Kedge, Sup

Agro...) qui se révèlent conquis par les vins des Côtes du Rhône de Saint-Joseph, Condrieu et Côte-Rôtie. En 2024, 48 cours ont eu lieu.



Autre objectif de la formation grand public : sensibiliser le consommateur et positionner les vins des Côtes du Rhône dans l'univers de la gastronomie en poursuivant notre présence dans les cours de cuisine de l'école d'Alain Ducasse. Les crus Côte-Rôtie, Condrieu, Saint-Joseph et les AOC Côtes du Rhône et Côtes du Rhône Villages ont été mis en avant (450 bouteilles ont été dégustées et commentées) dans 450 cours de cuisine et dans 12 cours d'œnologie.

Le public local n'a pas été oublié : 31 séances pédagogiques ont été organisées au Carré du Palais et à la Maison des Vins en 2024, les ateliers de l'École des Vins ont remporté un franc succès avec un taux de remplissage de plus de 75 %.

L'École des Vins, en partenariat avec l'Université du Vin de Suze la Rousse, a développé depuis 3 ans **des formations certifiantes** (Certificat du dégustateur professionnel et Formation Sommelier conseil caviste) pour apporter aux amateurs avertis une connaissance approfondie et reconnue des techniques de dégustation et valoriser les appellations par une formation dédiée à la Vallée du Rhône et l'organisation de visites dans le vignoble.



Enfin, **les 2 sessions « Mieux se connaître »**, destinées aux adhérents d'Inter Rhône, ont réuni 26 personnes. Ces formations permettent aux nouveaux salariés, au personnel de caveau de vente, aux administratifs, aux commerciaux des entreprises de la Vallée du Rhône d'avoir une vision plus globale de la Vallée du Rhône, de mieux comprendre les grands enjeux de l'Interprofession et que chacun devienne ambassadeur de la région.



### EN CHIFFRES

- 1 830 ÉLÈVES** SOMMELIERS & CAVISTES
- 48 COURS** DE DÉGUSTATION
- 450 BOUTEILLES DÉGUSTÉES** DANS LES COURS DE CUISINE D'ALAIN DUCASSE
- 31 ATELIERS ET AFTERWORKS**
- 31 MASTER CLASS**

## L'ÉCOLE DES VINS DÉLOCALISÉE

L'École des Vins poursuit son engagement en délocalisant son expertise pour offrir un programme varié de master class lors d'événements professionnels et grand public.

En 2024, des master class ont été organisées sur 6 grands événements : Wine Paris en février, le Live des Côtes du Rhône en mai, le Lyon Street Food Festival et Jazz à Vienne en juin, Valence en gastronomie en septembre et le Concours du Meilleur Caviste de France en octobre.

Au total, ce sont 31 master class qui ont été proposées autour de thématiques variées comme : cap sur les vins blancs, les conseils du sommelier, les vins rouges en toute saison ou encore l'art de l'assemblage.

Près de 930 participants amateurs ou professionnels ont pu y découvrir la diversité des appellations rhodaniennes.



### EN CHIFFRES

WINE PARIS :

**1 MASTER CLASS - 50 PARTICIPANTS**

LIVE DES CÔTES DU RHÔNE :

**2 MASTER CLASS - 80 PARTICIPANTS**

LYON STREET FOOD FESTIVAL :

**24 MASTER CLASS** SUR 4 JOURS DONT

**18 MASTER CLASS** CÔTES DU RHÔNE ET

**6 MASTER CLASS** AUTOUR DES CRUS (CONDRIEU, SAINT-JOSEPH, CROZES-HERMITAGE, BEAUMES DE VENISE, GIGONDAS, RASTEAU ET LIRAC) -

**723 PARTICIPANTS**

JAZZ À VIENNE :

**1 MASTER CLASS - 27 PARTICIPANTS**

VALENCE EN GASTRONOMIE :

**1 MASTER CLASS - 25 PARTICIPANTS**

CONCOURS DU MEILLEUR CAVISTE DE FRANCE :

**1 MASTER CLASS - 25 PARTICIPANTS**

## LES SALONS PROFESSIONNELS INTERNATIONAUX

En 2024, Wine Paris continue sur sa belle lancée et confirme sa place de leader pour les vins français. ProWein reste attractif pour les acheteurs avec une belle représentation internationale des exposants. Vinexpo America ne trouve pas son public à New York, et Vinexpo Asia revient à Hong Kong après 7 ans d'absence.

### WINE PARIS : LE SUCCÈS CONTINU

Wine Paris & Vinexpo Paris 2024 a accueilli plus de 4 000 exposants (contre 3 387 en 2023), avec une progression de 53 % pour les exposants internationaux, et particulièrement des producteurs italiens.

Les 41 253 visiteurs, soit une augmentation de 14 % par rapport à l'année précédente, avec 41 % de visiteurs internationaux en provenance de 137 pays, témoignent de la portée globale et de l'influence grandissante de l'événement. Le top 5 des pays visiteurs après la France comprend l'Italie, la Belgique, le Royaume-Uni, les États-Unis et l'Allemagne.

Les vins des vignobles de la Vallée du Rhône ont occupé **un espace de 1508m<sup>2</sup> avec 203 exposants (versus 185 en 2023) et plus de 400 vins en dégustation libre**

Les vins blancs ont été mis à l'honneur au cours d'une master class autour de la thématique « **Cap sur les vins blancs de la Vallée du Rhône** » animée par Michelle Bouffard (mise en avant de la diversité des appellations rhodaniennes à travers les 3 profils de vins blancs : vif et frais / fruité et gourmand / généreux et complexe), ainsi qu'une soirée OFF « Rhône In White » sur le stand interprofessionnel, qui a réuni près de 400 personnes.



### PROWEIN : FÊTE SES 30 ANS

Le caractère très international de l'offre reste toujours la particularité absolument unique de la ProWein. Pour les acheteurs internationaux du commerce d'alimentation au détail, du commerce spécialisé et de l'hôtellerie-restauration, ProWein reste l'événement central de la branche.

En 2024, **47 000 visiteurs professionnels de 135 pays** sont venus rencontrer les 5 400 exposants de 65 pays.

Les 23 opérateurs présents sur l'espace interprofessionnel étaient satisfaits de la qualité des visiteurs et ont tous eu de nouveaux contacts (malgré le nombre limité de visiteurs). 50 références étaient proposées en dégustation libre, et une master class a eu lieu autour de la thématique « Cap sur les vins blancs de la Vallée du Rhône » animée par Julie Coutton.

### VINEXPO AMERICA - NEW YORK : UN SALON QUI PEINE À TROUVER SA PLACE

Pour la première fois, le salon a eu lieu en juin, en parallèle du Summer Fancy Food Show, afin de profiter d'une synergie pour les visiteurs. Les 2 600 visiteurs (vs 3 200 en 2023) et les 70 journalistes ont pu rencontrer 260 exposants, dont une vingtaine d'entreprises rhodaniennes. 2 master class ont eu lieu, l'une pour l'appellation Vacqueyras et la seconde pour les appellations Condrieu, Côte-Rôtie et Saint-Joseph.



PROMOTION

## VINEXPO ASIA : RETOUR À HONG KONG

Après Singapour en 2023, Vinexpo Asia est revenu à Hong Kong après 7 ans d'absence. Plus de 1 000 exposants provenant de 35 pays (majoritairement de France pour 30% d'exposants et une belle présence des entreprises australiennes) ont attiré 14 203 visiteurs provenant principalement de Chine, Hong Kong, Macao et Taiwan (75% des visiteurs).

15 exposants ont participé au salon sous la bannière des Vignobles de la Vallée du Rhône, et 30 références étaient présentées aux visiteurs par un sommelier hongkongais. En parallèle du salon, un dîner organisé par le service marketing d'Inter Rhône a mis en relation 13 maisons et domaines exposants du salon avec 52 professionnels chinois et 16 professionnels hongkongais, majoritairement des importateurs. Une belle visibilité pour l'ensemble de la région auprès de cette audience ciblée.



## L'ŒNOTOURISME

### Une année charnière pour un positionnement œnotouristique affirmé

L'année 2024 est marquée par un travail de fond sur la définition du positionnement de la destination œnotouristique « Vallée du Rhône ». Elle amorce également un virage vers le tourisme durable avec un travail de recensement et d'état des lieux qui sera le fondement des actions futures menées par Inter Rhône et ses partenaires. Ce travail peu visible verra la réalisation du plan d'actions sur l'année suivante mais constitue d'ores et déjà le socle d'un renouveau pour la structuration de l'offre et la visibilité œnotouristique des Vignobles de la Vallée du Rhône.

### « RENDEZ-VOUS TERROIRS » : UNE SEGMENTATION ŒNOTOURISTIQUE CONFORTÉE

L'année 2024 a vu la poursuite des visites d'accompagnement, dans le cadre de la démarche de qualité d'accueil au caveau « Rendez-Vous Terroirs ». Cette démarche, bien connue désormais, permet de garantir un très bon niveau de prestations pour les visiteurs. Elle est également une référence solide pour les organismes de tourisme qui s'appuient sur elle - et plus particulièrement les destinations « Vignobles et Découvertes ».

En 2024, 478 domaines viticoles - dont 3 nouvelles adhésions - ont été classés selon la répartition suivante :

- La cave Dégustation (63 %, -1 point vs 2023)
- La cave Découverte (24 %, +3 points vs 2023)
- La cave Expérience (13 %, -2 points vs 2022)

Ces domaines bénéficient d'un plan d'actions œnotouristiques spécifique et s'ouvrent la possibilité de rejoindre une des 11 destinations labellisées « Vignobles et Découvertes ».



### DES OUTILS LARGEMENT DIFFUSÉS ET UN SITE WEB QUI FAIT PEAU NEUVE

L'incontournable agenda « Vignobles en Fête » a permis cette année encore de recenser près de 300 événements en 2 éditions distribuées dans 90 offices de tourisme et chez l'ensemble des prestataires labellisés « Vignobles et Découvertes ». Cet outil permet de faire rayonner le dynamisme des domaines viticoles des vignobles de la Vallée du Rhône sur la période estivale auprès des touristes présents en région. Petite nouveauté : un module de saisie des informations simple et partagé avec les offices de tourisme est désormais disponible dans l'espace adhérents.





Le kit caveau de matériel promotionnel, quant à lui, reste plébiscité chaque année par les domaines labellisés « Rendez-Vous Terroirs ».

346 kits (+35 vs 2023) ont été distribués avec des documents et objets qui se renouvellent chaque année en fonction de la demande : des chapeaux, un kit de coloriage pour les familles, des drop-stops et des éthylotest, complétés par la carte œnotouristique.



Un tout nouveau site [vins-rhone-tourisme.fr](http://vins-rhone-tourisme.fr) a vu le jour et devient LA vitrine de l'œnotourisme dans les Vignobles de la Vallée du Rhône. Eco-conçu et destiné au grand public, il a pour objectif de mettre avant les offres œnotouristiques, dans une logique d'invitation au voyage, et de proposer des expériences immersives dans les vignobles. Sa rubrique magazine a quant à elle une vocation inspirationale et permet notamment des angles de communication variés. À terme, l'objectif de ce site est de pouvoir valoriser de manière forte les offres commercialisées en ligne et ainsi offrir une mise en relation plus directe entre les opérateurs et les visiteurs potentiels.



## TROIS GRANDS RENDEZ-VOUS INCONTOURNABLES EN BTOB

Les Rendez-Vous de l'œnotourisme, mardi 2 avril 2024 à Avignon

Devenu un temps fort de l'œnotourisme localement, cet événement a rassemblé 132 professionnels autour d'une conférence dédiée aux modèles économiques de l'œnotourisme. Après une présentation des derniers chiffres nationaux menée par Atout France, plusieurs modèles et solutions de commercialisation en ligne ont été présentés pour apporter des solutions concrètes et directement applicables aux participants.

Dans un second temps, la remise de prix "Distinction Œnotourisme" a récompensé 8 entreprises du vignoble pour leurs initiatives œnotouristiques. Cette remise de prix repose sur les résultats obtenus lors des visites d'accompagnement à la démarche Rendez-Vous Terroirs ainsi que sur la diversité de l'offre proposée.



Afin de toucher les agents de voyage et tour-opérateurs internationaux, Inter Rhône a organisé la présence des vignobles de la vallée du Rhône sur 2 salons incontournables du tourisme. Si l'un est spécialisé Œnotourisme et le second plus généraliste, ces 2 événements ont permis de capturer des intermédiaires qui programment les territoires des vignobles dans les séjours de leurs clients.

## Le salon Rendez-Vous en France, les 26 et 27 mars à Toulouse

Après une année test en 2023, les vignobles de la Vallée du Rhône ont conforté leur présence sur ce salon avec près de 80 rendez-vous programmés en 2 jours - soit le double de l'année précédente.

L'offre œnotouristique est encore peu présente sur ce salon ce qui permet à la Vallée du Rhône de tirer son épingle du jeu. Les vignobles se positionnent ainsi comme un atout majeur des destinations présentes (les régions AURA, Occitanie et PACA).



## Destination Vignobles, les 1<sup>er</sup> et 2 octobre 2024 à Angers

De plus petite envergure car spécialisé en œnotourisme, le workshop Destination Vignobles est le rendez-vous biennal des distributeurs internationaux de l'œnotourisme. L'ensemble des vignobles français est représenté et ce salon permet notamment plus directement aux entreprises d'être présentes. La délégation rhodanienne était composée de 13 exposants sur la centaine présente.

L'espace Inter Rhône a accueilli 44 rendez-vous pendant le 1,5 jour de salon.

Enfin, le Comité Régional du Tourisme PACA a offert l'opportunité d'un troisième rendez-vous professionnel : le Travel Meet. Organisé en décembre, il a pour objectif de démontrer que le tourisme régional a toute sa place en hiver avec une offre œnotouristique particulièrement adaptée au hors saison. Cet événement, qui s'est déroulé le 10 décembre 2024 à Avignon, a également permis une très belle mise en avant des vins de la sélection interprofessionnelle à l'occasion de la soirée de gala organisée au Château des Trois Fontaines à Pernes.

## UN POSITIONNEMENT DE DESTINATION ŒNOTOURISTIQUE QUI S'AFFIRME

L'année 2024 a été marquée par un travail de fond sur l'identité de destination œnotouristique des Vignobles de la Vallée du Rhône.

Morcelés sur plusieurs régions et destinations touristiques, il reste difficile aujourd'hui pour les vignobles d'exister en tant que « destination ». Pour y remédier, un travail d'enquête et d'analyse documentaire a été effectué auprès des opérateurs du vignoble et des professionnels du tourisme. L'ensemble des éléments récoltés a permis la rédaction d'une bible éditoriale et d'un kit partenaires qui contiennent les éléments de langage indispensables à toute communication œnotouristique.

Prochaine étape : la traduction graphique de ces éléments qui verra le jour en 2025.

## ...ET UNE APPROCHE DURABLE QUI SE DESSINE

Le dernier trimestre 2024 a été marqué par une étude visant à définir le point zéro de l'œnotourisme durable en Vallée du Rhône et comment le développer à l'avenir. Si aucune définition n'existe, les interviews / entretiens et l'atelier participatif qui a réuni 25 participants ont permis de dresser un constat positif et une volonté collective d'aller plus loin. En effet, de nombreuses pratiques durables sont déjà en place dans le vignoble et constituent un socle solide pour le développement de futures offres de slow tourisme.



## LA SÉLECTION INTERPROFESSIONNELLE DES VINS - FORMATIONS ET PARTENARIATS VIP

Organisée depuis 9 ans par Inter Rhône, la Sélection interprofessionnelle a distingué 151 nouvelles cuvées ambassadrices de leurs AOC Côtes du Rhône et Vallée du Rhône, dans les 3 couleurs, dont 75 % de cuvées labellisées ou certifiées (AB, biodynamie, HVE...). Des jurys, composés de professionnels (œnologues, sommeliers et techniciens) et de dégustateurs issus du jury Expert, ont dégusté et noté à l'aveugle 1090 échantillons présentés par les opérateurs. Le taux de participation a battu des records cette année, ce qui montre l'intérêt et la dynamique du vignoble, conscient des enjeux de l'image et de la notoriété de leurs appellations.

Inter Rhône a acheté près de 8700 bouteilles, identifiées par un macaron et stockées par l'interprofession, pour être ensuite utilisées durant toute l'année. 3618 bouteilles ont servi aux formations « Vallée du Rhône Terroir » dans les établissements de formation des futurs professionnels de la filière (sommeliers, cavistes), ainsi qu'à l'occasion d'ateliers organisés à l'École des Vins, d'afterworks pour le grand public, ou encore auprès de clubs de dégustation des grandes écoles. 5000 bouteilles ont été présentées à l'occasion de partenariats locaux et nationaux, dont le Festival de l'Alpe d'Huez, le Lyon Street Food Festival, le Dîner des Étoilés de Valence en Gastronomie, le Festival d'Avignon, ainsi que dans le cadre de partenariats institutionnels, tels que l'Institut Sainte Catherine pour son dîner caritatif, le Salon international de l'Agriculture à Paris, le Grand Avignon, ou les régions PACA et Occitanie.



Crédit : Anthony Beignard

## LES VIGNOBLES DE LA VALLÉE DU RHÔNE SUR LES ESPACES DIGITAUX

### RÉSEAUX SOCIAUX : UN ENGAGEMENT DE PLUS EN PLUS FORT DE NOS COMMUNAUTÉS

Les Vignobles de la Vallée du Rhône déploient une stratégie digitale en fonction de chaque plateforme sociale et en s'appuyant sur des contenus informationnels, pédagogiques et inspirationnels.

Cette stratégie vise à valoriser l'actualité des vignobles tout en incitant à la découverte de ses richesses à travers les activités œnotouristiques, les salons professionnels, les événements, les formations, ainsi que les contenus mettant en lumière les appellations tout au long de l'année.

Avec ces contenus éveillant l'envie de découvrir les AOC et les vins des Vignobles de la Vallée du Rhône, nous pro-

posons à notre communauté de fans une immersion totale au cœur de la vie du vignoble. Nous sommes présents sur Facebook, Instagram, LinkedIn, et YouTube, ainsi que sur des plateformes spécifiques telles que Weibo, Red et WeChat pour la Chine.

Fin 2024, notre communauté qui regroupe aussi bien le grand public que les professionnels et la presse a franchi la barre des 306 000 abonnés, affichant une hausse de plus de 21 % par rapport à l'année précédente.



### EN CHIFFRES

**306 000 FANS EN 2024**  
TOUCHÉS PAR LA STRATÉGIE  
SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX EN FRANCE  
ET À L'INTERNATIONAL.



# LES RELATIONS PRESSE ET LA STRATÉGIE D'INFLUENCE

Le service presse déploie son activité dans 8 pays et œuvre à la construction de l'image et à la notoriété croissante des A.O.C. de la Vallée du Rhône.

## AU CŒUR DES MISSIONS : ANTICIPATION, ADAPTATION ET RÉACTIVITÉ

Depuis plus d'une dizaine d'années, le secteur des médias connaît de profonds bouleversements. Les modes de consommation « traditionnels » de l'information déclinent au profit de nouveaux formats. Le développement de l'information et des services en ligne oblige de nombreuses entreprises de presse à de fortes restructurations et à la recherche de diversifications stratégiques (podcasts, événements, rapports, vidéos, numéros hors-série, formations...) pour assurer leur pérennité en trouvant de nouvelles sources de financement. En 2024, le service presse a continué à s'adapter à ces nouveaux formats, en créant des contenus pour anticiper et répondre aux demandes de la presse, orchestrer des temps forts d'échange avec les journalistes et influenceurs, et proposer des partenariats innovants et décalés. Le tout en travaillant en cohérence avec les demandes des acteurs du vignoble, de manière à les soutenir dans un contexte changeant et complexe.

Chaque mois, le service presse d'Inter Rhône a reçu en moyenne plus de 6 journalistes. Preuve, s'il en fallait, de l'attractivité des AOC des Vignobles de la Vallée du Rhône et des Côtes du Rhône.

En 2024, 14 (5 pour la France) grandes dégustations thématiques dans le vignoble pour les journalistes des guides ou magazines « spécial vins » / hors-série vins et 14 autres directement dans les rédactions ont été organisées :

*La Revue du Vin de France*  
*Terre de Vins*  
*Le Point*  
*La Provence*  
*Les 5 du vin* (Belgique)  
*Jeb Dunnuck* (États-Unis)  
*Wine Advocate* (États-Unis)  
*Wine Enthusiast* (États-Unis)  
*James Suckling* (États-Unis)  
*Vinous* (États-Unis)  
*DrinkRhône* (Royaume-Uni)  
*Decanter* (Royaume-Uni)  
*Jancis Robinson* (Royaume-Uni)  
*Tim Atkin* (Royaume-Uni)

Au total, 6 573 échantillons ont été dégustés (2 533 échantillons pour les USA, 2 206 pour le Royaume-Uni, 176 pour le reste de l'Europe, et 1 658 pour la France)

En complément de ces grandes dégustations, le service presse a continué de déployer ses différentes expertises :

- 6 infolettres « Arômes » envoyées : ce bimestriel informe les journalistes de l'actualité à venir. Pour les metteurs en marché, c'est un support de communication média qui leur permet de diffuser à la presse des informations en avant-première.
- 4 conférences de presse ou points presse organisés (visioconférence et présentiel)

En moyenne, près de 580 retombées mensuelles dans les médias, en France et à l'international, ont été répertoriées sur l'année.

Au total, 4 424 articles ont été consacrés à la Vallée du Rhône, en 2024, en France. À ce chiffre s'ajoutent plus de 2 500 retombées à l'export.



## EN CHIFFRES

**4 CONFÉRENCES DE PRESSE**

**6 573 RÉFÉRENCES** PRÉSENTÉES  
À LA DÉGUSTATION POUR LA PRESSE

**162 BRÈVES** ISSUES DU VIGNOBLE

**78 JOURNALISTES** REÇUS DANS  
LE VIGNOBLE (39 FRANCE + 39 EXPORT)

**16 COMMUNIQUÉS DE PRESSE**  
EN FRANCE

**19 COMMUNIQUÉS DE PRESSE** À L'EXPORT  
(3 USA + 3 UK + 5 CHINE + 2 ALLEMAGNE  
+ 6 BELGIQUE)

**18 CAMPAGNES** DE PORTAGE À L'EXPORT  
(3 USA + 3 CANADA + 7 UK  
+ 1 ALLEMAGNE + 4 BELGIQUE)

**14 GRANDES DÉGUSTATIONS**  
PERSONNALISÉES DANS LE VIGNOBLE

**14 DÉGUSTATIONS** ORGANISÉES  
HORS RÉGION DANS DES RÉDACTIONS

**4 424 ARTICLES CONSACRÉS**  
À LA VALLÉE DU RHÔNE,  
EN 2024, EN FRANCE

**2 562 ARTICLES CONSACRÉS**  
À LA VALLÉE DU RHÔNE,  
EN 2024, À L'EXPORT





## AGENDA DES ACCUEILS ET DÉGUSTATIONS 2024

### JANVIER

**Karine Valentin**, France | La Revue du Vin de France | Accueil Lirac

**Ines Salpico**, UK | Decanter | Accueil et dégustation Lirac et Ventoux

**Jean-Luc Barde**, France | Vigneron | Accueil Lirac

**Anna-Christina Cabrales**, USA | Wine Enthusiast | Dégustation Crus du nord

---

### FÉVRIER

**Roberto Petronio**, France | La Revue du Vin de France | Dégustation Transversale - SUD

**Kévin Davy**, USA | James Suckling | Dégustation Transversale

**Hervé Lalau**, Belgique | Les 5 du vin | Accueil Crozes-Hermitage

**Matt Walls**, UK | Decanter | Accueil et dégustation CDRV nommés + Crus du nord

---

### MARS

**Alicia Dorey**, France | Bon vin, bonne sauce | Accueil et dégustation Côtes du Vivarais

**Olivier Bompas**, France | Le Point | Accueil et dégustation Vacqueyras

**Louis-Victor Charvet**, France | En Magnum | Accueil et dégustation Ventoux

**Olivier Poels**, France | La Revue du Vin de France | Dégustation Transversale - NORD

**Marc Vanhellemont**, Belgique | Les 5 du vin | Accueil Côtes du Rhône

**Théa Cipido**, Belgique | Freelance | Accueil Côtes du Rhône

**Claire Berticat**, Belgique | Femmes d'aujourd'hui | Accueil Côtes du Rhône

**Jacques Hermus**, Pays-Bas | Seasons Magazine | Accueil Côtes du Rhône

**Jamie Goode**, UK | Wine Anorak | Accueil et dégustation Ventoux, Gigondas, Cairanne, Lirac

**Matt Walls**, UK | Decanter | Dégustation Ventoux

**David Williams**, UK | The Observer, Guardian, World of Fine Wine, Wine Gang, Wine Merchant | Accueil CDR, Beaufort de Venise

**Luke Flunder**, UK | (non précisé) | Accueil CDR, Beaufort de Venise

**Katie Lawton**, UK | (non précisé) | Accueil CDR, Beaufort de Venise

**Tristyn Bigigs**, UK | The Winerist Magazine | Accueil CDR, Beaufort de Venise

**Christine Austin**, UK | Yorkshire | Accueil CDR, Beaufort de Venise

**Anna-Christina Cabrales**, USA | Wine Enthusiast | Dégustation Transversale

---

### AVRIL

**Karine Valentin**, France | La Revue du Vin de France | Accueil et dégustation Luberon

**Julia Scavo**, France | Vins & Gastronomie | Accueil et dégustation Cairanne

**Bruno Scavo**, France | Vins & Gastronomie | Accueil et dégustation Cairanne

**Guénaël Lemouée**, France | La Provence | Dégustation Luberon

**Marc Vanhellemont**, Belgique | Les 5 du vin | Dégustation CDRV nommés

**John Livingstone-Learmonth**, UK | DrinkRhône | Accueil et dégustation Cairanne, Vacqueyras, Gigondas, Tavel, Lirac, Crus du nord

**Anna Lee Iijima**, UK | Tim Atkin | Accueil et dégustation transversale sud

**Elizabeth Gabay**, UK | Decanter | Dégustation Tavel

**Kévin Davy**, USA | James Suckling | Dégustation Transversale

**Stuart Pigott**, USA | James Suckling | Dégustation Transversale

**Jim Clarke**, USA | SevenFifty Daily, The World of Fine Wine, Club Œnologique | Accueil et dégustation Lirac, Rasteau

**Nicole MacKay**, USA | Somm TV Magazine | Accueil et dégustation Lirac, Rasteau

**Kathleen Willcox**, USA | Paste Magazine, Wine Enthusiast, Wine Industry Advisor, The Drinks Business | Accueil et dégustation Lirac, Rasteau

**Tom Mullen**, USA | Forbes | Accueil et dégustation Lirac, Rasteau

**Anna-Christina Cabrales**, USA | Wine Enthusiast | Dégustation Crus du nord + transversale

---

### MAI

**Guénaël Lemouée**, France | La Provence | Dégustation transversale

**Olivier Bompas**, France | Le Point | Dégustation Vacqueyras, Gigondas, Lirac, Tavel

**Stéphane Alberti**, France | Terre de Vins | Dégustation CDR

**Sylvie Tonnaire**, France | Terre de Vins | Dégustation CDR

**Julie Kiffer**, France | Terre de Vins | Dégustation CDR

**Nathan Menou**, France | Terre de Vins | Dégustation CDR

**Marie-Pierre Delpuech**, France | Terre de Vins | Dégustation CDR

**Pauline Couvertier**, France | Terre de Vins |  
Dégustation CDR

**Anne Sophie Théron**, France | Terre de Vins |  
Dégustation CDR

**Yoann Palej**, France | Terre de Vins | Dégustation CDR

**Serge Navel**, France | Terre de Vins | Dégustation CDR

**Catherine Arnaud**, France | Terre de Vins | Dégustation CDR

**Margot Ducancel**, France | Rouge aux Lèvres | Accueil CDR

**Yoann Palej**, France | Toutlevin | Accueil et dégustation Duché d'Uzès

**Fabrice Tessier**, France | Mediavino | Accueil Duché d'Uzès

**Matt Walls**, UK | Decanter | Dégustation transversale

**Anna-Christina Cabrales**, USA | Wine Enthusiast | Dégustation CDR + CDRV

## JUIN

**Roberto Petronio**, France | La Revue du Vin de France | Dégustation CDR

**Romain Becker**, France | Le Bon Grain de l'ivresse | Accueil CDR

**Jean-Luc Barde**, France | Vigneron | Accueil Vacqueyras

**André Dominé**, Allemagne | Meininger | Accueil Ventoux

**Marc Vanhellemont**, Belgique | Les 5 du vin | Dégustation CDR

**Anna-Christina Cabrales**, USA | Wine Enthusiast | Dégustation Crus nord

**Shana Clarke**, USA | Saveur, SevenFifty Daily | Accueil CDR et CDRV

**Alissa Fitzgerald**, USA | Forbes, InsideHook, Business Insider | Accueil CDR et CDRV

**Pamela Vachon**, USA | Men's Journal, Bon Appétit, VinePair | Accueil CDR et CDRV

**Anna-Christina Cabrales**, USA | Wine Enthusiast | Dégustation Crus du nord

## JUILLET

**Margot Ducancel**, France | Rouge aux Lèvres | Accueil Vacqueyras

**Julia Scavo**, France | Vins & Gastronomie | Accueil et dégustation Lirac

**Margot Ducancel**, France | Rouge aux Lèvres | Accueil Ventoux

**Jean-Luc Barde**, France | Vigneron | Accueil Ventoux

**Béatrice Delamotte**, France | Cuisine & Vins | Accueil et dégustation Lirac

**Anna-Christina Cabrales**, USA | Wine Enthusiast | Dégustation Crus du sud

## AOÛT

**Karine Valentin**, France | La Revue du Vin de France | Accueil et dégustation Diois

## SEPTEMBRE

**Louis Victor Charvet**, France | En Magnum | Accueil et dégustation Vacqueyras

**Erica Duecy**, USA | Business of Drinks, Forbes | Accueil Rhône Collectif

**Boris Fishman**, USA | Food & Wine, Travel + Leisure | Accueil Rhône Collectif

**Cyril Penn**, USA | Wine Business Monthly | Accueil Rhône Collectif

**Edward Deitch**, USA | VinePair, NBC Nightly News | Accueil Rhône Collectif

**Jeb Dunnuck**, USA | Jebdunnuck.com | Accueil et dégustation Gigondas + Vacqueyras + Cairanne + Rasteau

**Nicolas Greinacher**, USA | Vinous | Accueil et dégustation Gigondas + Vacqueyras

## OCTOBRE

**Guénaël Lemouée**, France | La Provence | Dégustation Diois

**James Lawther**, UK | Jancis Robinson | Dégustation Crus du nord

**Alistair Cooper**, UK | Jancis Robinson, Club Œnologique | Accueil et dégustation Transversal

**Matt Walls**, UK | Decanter | Accueil et dégustation Transversal

**Yohan Castaing**, USA | Wine Advocate | Accueil et dégustation Côte-Rôtie

## NOVEMBRE

**Béatrice Delamotte**, France | Cuisine & Vins | Accueil et dégustation Cairanne

**Marc Vanhellemont**, Belgique | Les 5 du vin | Dégustation CDR

**Jamie Goode**, UK | Wine Anorak | Accueil et dégustation Crozes-Hermitage

**Jeb Dunnuck**, USA | Jeb Dunnuck | Accueil et dégustation Crus du nord

**Nicolas Greinacher**, USA | Vinous | Accueil et dégustation Crus du nord

**Alana Lapierre**, Canada | VineRoutes, Nathalie McLean, Wineory | Accueil CDR et CDRV

**Natalie Richard**, Canada | Le Soleil, La tribune, Le Droit, La voix de l'Est | Accueil CDR et CDRV

**Mariève Isabel**, Canada | Avenues.ca, Le Calepin du Vin, Tout sur le Vin | Accueil CDR et CDRV

## DÉCEMBRE

**Birte Jantzen**, Allemagne/Suisse | Vinum | Dégustation Crus du nord



## COMMUNICATION INTERNE

Le service communication interne travaille à la diffusion de l'information et des échanges entre l'interprofession et ses adhérents, à l'aide de différents outils, au service de tous.

Les mailings hebdomadaires du mardi pour la promotion et du vendredi pour les informations économiques diffusés par Inter Rhône touchent plus de 3 433 destinataires au sein des entreprises du vignoble.

En 2024, 245 appels à échantillons (France, Europe et Grand Export) ont ainsi été proposés à l'ensemble des adhérents.

L'infolettre mensuelle Elix'IR est diffusée chaque troisième mercredi du mois. Elle informe de l'actualité de l'interprofession et du vignoble, organisée autour de trois piliers (économie, technique et promotion). Elix'IR réalise également des focus sur les bilans d'action et fait le lien avec l'espace adhérent.



En 2024, 12 rencontres Inter Rhône ont été organisées. Ces rendez-vous réguliers ont permis de partager des informations sur les marchés, les sujets de filières ou les thèmes utiles à la promotion de nos AOC Parmi les rendez-vous les plus appréciés, les journées dédiées au digital

sont utiles pour aider les entreprises à développer la communication sur les réseaux numériques, à comprendre la Loi Évin, à créer des contenus pertinents... Plébiscitée en 2024, la 7ème édition Mardis de l'Export, en novembre et décembre, a réuni 171 participants à l'occasion de 6 journées ou demi-journées.



### RENCONTRES INTER RHÔNE



Les équipes d'Inter Rhône contribuent mensuellement à l'élaboration du magazine Le Vigneron du Syndicat Général des Côtes du Rhône : en 2024, une soixantaine d'articles ont été rédigés sur des thématiques économiques, techniques et promotionnelles.

Dans le cadre de la labellisation RSE, et pour entretenir une démarche d'amélioration continue, une nouvelle enquête de satisfaction a été menée du 27 novembre 2024 au 24 janvier 2025 auprès des adhérents. Les résultats (213 répondants) sont minutieusement étudiés afin de toujours mieux orienter l'action interprofessionnelle.

## L'ESPACE ADHÉRENT : UNE PLATEFORME D'INFORMATIONS

Les adhérents de l'interprofession bénéficient d'un espace réservé comprenant un agenda (présentation des événements, inscriptions et comptes rendus), des actualités (marchés, économie), une section qui regroupe différents documents (études économiques, plans d'actions, bilans...), une foire aux questions et une page d'informations sur Inter Rhône.

Il est une source importante de contenus : 270 événements dans l'agenda / 261 documents mis en ligne / 84 actualités rédigées. Les statistiques de visites de 2024 en témoignent : 5 724 utilisateurs uniques pour 103 142 visites (contre 17 559 visites en 2023).



# RHÔNE COLLECTIF

2024 a été la seconde année de mise en œuvre du plan Collectif des Vignobles de la Vallée du Rhône, aussi bien dans sa dimension de diversification des couleurs, avec la poursuite des événements Rhône in White, que dans sa dimension export, avec des actions de promotion aux États-Unis, au Canada, en Chine, à Singapour et en Corée du Sud.

## FOCUS EXPORT

### ÉTATS-UNIS

Afin de cibler les professionnels et développer la notoriété sur le marché américain, deux accueils d'importateurs ont été organisés, ainsi que l'accueil de professionnels via un partenariat avec Full Circle, un partenariat avec le groupe de restauration Michael Mina, et un plan de relations presse. Des programmes de formation ont également été mis en œuvre, via le programme Rhône Academy et du staff training en partenariat avec Adventure Wine.

#### Accueil d'importateurs dans le vignoble

En mai et juin, à l'occasion de chacun des deux voyages organisés, 36 opérateurs rhodaniens ont eu l'opportunité de rencontrer 12 importateurs américains, au travers de rendez-vous individuels qui ont eu lieu à Avignon. À la suite de ces premières rencontres, certains d'entre eux ont eu le plaisir d'accueillir dans leur domaine ou maison, un ou plusieurs importateurs qui les avaient sélectionnés. En plus des rendez-vous individuels, les importateurs américains ont bénéficié d'une présentation des Vignobles de la Vallée du Rhône à leur arrivée. Leur programme était complété par différentes visites culturelles pour un séjour immersif dans les Vignobles de la Vallée du Rhône. Les premiers retours ont été extrêmement positifs, tant au niveau des rencontres avec les opérateurs rhodaniens (diversité de l'offre, des profils, accueil, échanges...) que sur

l'organisation et le contenu du programme. Une semaine qui a su allier éducation, immersion, rencontre et business.

Au total, 728 RDV individuels ont été menés et plus d'un opérateur sur deux a reçu la visite d'au moins un importateur. À la fin de l'année, sur les 24 importateurs et d'après les retours des participants, la moitié avait déjà passé au moins une commande ou était en discussion avancée avec plusieurs opérateurs. Les maisons et domaines participants sont unanimes, cette opération était une réussite et répondait à un besoin. Les importateurs ont également salué la qualité et l'intérêt de ce voyage.



#### Accueil presse et professionnels du trade

Du 16 au 20 septembre, un groupe de 7 professionnels du on & off trade américains et 4 journalistes, sélectionnés en partenariat avec Full Circle Wine Solutions ont été accueillis.

Après une master class de présentation générale du vignoble, le groupe est parti à la rencontre de nombreux opérateurs rhodaniens pour découvrir les différentes appellations des Vignobles de la Vallée du Rhône. Au travers des rencontres humaines, des dégustations, des visites de domaines / maisons et de la période de vendange, les échanges ont été très riches et formateurs.

Les participants étaient des professionnels basés dans différents états des États-Unis (Texas, NY, Illinois...), avec des postes à fort pouvoir de décision. À la fin du séjour, tous étaient unanimes : leur semaine en Vallée du Rhône fut extrêmement enrichissante et ponctuée de très belles découvertes.

Ce type d'opération permet aux professionnels d'approfondir, en quelques jours, de manière très significative, leurs connaissances sur le vignoble. Elle permet également de s'immerger pendant quelques heures dans le quotidien chargé mais passionné des vignerons et de créer un lien affectif et mémorable autour de la région.

À leur retour aux États-Unis, et sur leurs témoignages, nul doute qu'ils seront des ambassadeurs engagés des Vignobles de la Vallée du Rhône auprès de leur réseau !



#### Partenariat et plan d'action CHR

Sur le circuit CHR, un important partenariat a été mené avec la chaîne de restaurants du groupe Michael Mina.

Durant toute l'année, pas moins de 17 restaurants de la chaîne ont mis en avant une ou plusieurs cuvées de la Vallée du Rhône sur leur carte via le programme « by the glass ».



Un webinaire live, avec la participation de 2 opérateurs rhodaniens, a été organisé auprès du staff de l'enseigne pour les former aux vins de la région. Avec son enregistrement et sa diffusion sur la plateforme éducative de Mina, ce sont plus de 250 membres du personnel de l'enseigne qui l'ont visionné par la suite.

Enfin, 10 sommeliers et *head sommeliers* ont participé à un voyage en région du 3 au 8 novembre 2024. Le programme comprenait une master class, 20 visites et rencontres de domaines et maisons, animées par de nombreuses dégustations.



### Formations en point de vente

Avec l'aide de Adventure Wine, 35 formations physiques ou en ligne, destinées au personnel de vente dans des magasins et restaurants de la côte est et du centre des États-Unis ont été menées. Ce programme permet de sensibiliser et former les prescripteurs CHR et cavistes à la richesse et à la diversité des vins AOC de la Vallée du Rhône.

Il a permis de former 304 membres du personnel d'enseignes off trade de 14 enseignes différentes.



### Déploiement de la Rhône Academy

Le programme de formation Rhône Academy, initié en 2023, a été déployé sur 11 villes pour toucher 380 professionnels avec des séminaires de formation et de dégustation de 3 heures. Chaque session, dirigée par un Master Sommelier, comprenait une dégustation de 18 vins de la Vallée du Rhône, accompagnée d'un déjeuner. L'événement avait pour objectif d'accroître la notoriété des vins AOC de la région, en mettant en avant leur diversité et leur qualité, mais aussi de renforcer le pouvoir de recommandation des professionnels du secteur, en formant les prescripteurs CHR et les cavistes.



## Relations presse

En plus des 4 journalistes accueillis dans le cadre du partenariat Full Circle, différentes actions ont été conduites sur l'année 2024 :

Un publiédactionnel en partenariat avec SevenFifty Daily, visant à offrir un contenu éducatif et qualitatif diffusant les messages clés du vignoble, les valeurs et les enjeux stratégiques auprès des professionnels et des consommateurs américains, a été mis en place.

Afin d'entretenir la notoriété des Vignobles de la Vallée du Rhône et d'assurer une couverture médiatique régulière, différents contenus ont été créés et diffusés tout au long de l'année auprès de 250 médias et 75 kits d'échantillons envoyés, via le bureau de presse.

Trois communiqués de presse relatant les événements marquants dans le vignoble et trois campagnes de portage print, web et podcast ont été lancés, avec l'envoi de trois pitch thématiques diffusés auprès de la presse spécialisée vin et lifestyle. Ces actions ont généré 124 retombées médiatiques et 1 385 641 875 impressions.

## CANADA

Le plan d'action Collectif au Canada s'est concentré sur le Québec et les provinces anglophones de l'Ontario et de la Colombie Britannique, mais nous a aussi permis une incursion remarquée à Halifax et Edmonton, en capitalisant sur les leviers stratégiques que sont la formation et la dégustation événementielle.

## Tasting climate change

Initiée par la sommelière et journaliste Michelle Bouffard, cette conférence réunit les plus grands experts internationaux dans l'objectif d'un partage de connaissances sur les enjeux climatiques dans le monde viticole. Les 22 et 23 janvier 2024, la 4e édition de *Tasting Climate Change* a eu lieu à Montréal. Avec la participation de 13 ambassadeurs de renom et 42 partenaires, dont la Société des Alcools du Québec (SAQ), la conférence internationale a rassemblé 426 personnes de plus de 20 pays. Il y a eu

2 jours de conférences et de panels de discussion avec 31 experts, 4 dégustations de vins répondant à la philosophie de l'événement et c'est à cette occasion que les vins des Vignobles de la Vallée du Rhône ont été dégustés.

## Formation des professionnels : QC - ON - BC

En 2024, les Vignobles de la Vallée du Rhône ont poursuivi leur programme de formation, initié en 2023, auprès des professionnels canadiens. Les 3 provinces principales ont été couvertes, le Québec, l'Ontario ainsi que la Colombie Britannique. Sur les deux premières, les formations ont été menées auprès des employés des monopoles. Ainsi, 200 employés de la SAQ de 31 magasins et 206 employés du LCBO de 40 magasins ont été formés aux vins de la région. En Colombie britannique, un déjeuner éducatif, animé par Kelcie Jones, sommelière locale de renom, a rassemblé 33 professionnels de l'industrie. Cette opération a rencontré un vif succès, avec des retours unanimes des participants sur la qualité de la formation et de la formatrice, la qualité des vins présentés, la qualité du repas et l'ambiance générale.

## Get to Know Rhône Academy

En 2024, les vins de la Vallée du Rhône ont lancé une plateforme en ligne interactive et engageante, conçue pour permettre aux professionnels de l'industrie de devenir de véritables experts du vignoble rhodanien.

Cette plateforme était structurée en trois modules de formation, chacun accompagné d'un quiz et se concluant par un webinar avec une dégustation de 6 vins, animé par un sommelier de renom. Les 50 meilleurs participants de chaque module recevaient un kit de dégustation afin de participer pleinement à cette expérience.

Au total, 346 professionnels (sommeliers, agents importateurs, employés de la SAQ) se sont inscrits à ce programme. Les trois participants les plus assidus et qui ont enregistré les meilleurs résultats, ont remporté un voyage exclusif en Vallée du Rhône, où ils ont pu visiter différentes maisons et domaines, échanger avec les producteurs et approfondir leurs connaissances de la région.

## Rhône Experience : Toronto, Halifax, Edmonton

En novembre dernier, trois grandes dégustations événementielles ont eu lieu dans trois grandes villes canadiennes : Toronto, Halifax et Edmonton. Chaque événement s'articulait autour de trois thématiques : *Géographie et appellations*, *Diversité* et *Un vignoble engagé et tourné vers l'avenir*, mettant en avant différents profils de vins.

À chaque station, des sommeliers renommés animaient les dégustations, offrant une expérience éducative et enrichissante aux participants. La soirée était également rythmée par des jeux ludiques, permettant de mieux découvrir la région viticole de la Vallée du Rhône. Pour sublimer chaque vin, des accords mets & vins soigneusement sélectionnés étaient également proposés.

Ces trois événements ont rassemblé 224 professionnels de l'industrie, ainsi que des journalistes, qui ont eu l'opportunité de déguster 71 vins.



## CHINE

Malgré un contexte économique et commercial compliqué pour les opérateurs en Chine, la promotion collective pour les Vignobles de la Vallée du Rhône est toujours très bien accueillie par les professionnels du marché. Au cœur du dispositif, on retrouve des formats éprouvés au fil des années : les mini-expositions et un programme complet de formation.

### Table de dégustation au salon de la TANG JIU HUI

Du 20 au 22 mars dernier, s'est tenu le salon de la Tang Jiu Hui à Chengdu. Ce salon est devenu le RDV incontournable auprès de l'industrie et a rassemblé 400 000 visiteurs en 2024 (+3% par rapport à 2023). Au sein du pavillon France, sur un emplacement privilégié, les vins des Vignobles de la Vallée du Rhône ont disposé d'une table de dégustation rassemblant près de 40 références, animée par des sommeliers. Durant les 3 jours de salon, cet espace a enregistré une forte fréquentation avec près de 800 visites de professionnels, ainsi que la visite officielle de Bertrand Lortholary, Ambassadeur de France en Chine.

### Un important programme de formation, véritable socle du plan promotionnel en Chine

#### - Formations importateurs :

Dans le cadre de sa stratégie de développement et de valorisation en Chine, l'interprofession a mis en place un programme de formations destiné aux importateurs et aux acteurs clés du marché chinois. Ces sessions visent à renforcer les connaissances des professionnels du vin sur les spécificités des vins rhodaniens, tout en favorisant leur diffusion auprès d'un public qualifié et influent.

Lors du premier semestre 2024, 6 formations ont été organisées dans différentes villes chinoises. Elles ont réuni à chaque fois entre 15 et 30 distributeurs, sommeliers, commerciaux ou clients VIP des importateurs et des grandes enseignes. Lors de chaque formation, 5 à 7 références de

vins des Vignobles de la Vallée du Rhône ont été présentées et dégustées. Les formations ont été animées par des formateurs de renom, sélectionnés pour leurs connaissances sur les Vignobles de la Vallée du Rhône et leur notoriété dans l'industrie du vin. A travers ce programme, 35 vins ont été dégustés dans différentes villes chinoises et 107 professionnels/ amateurs de vin ont assisté à ces formations.

#### - Formations CHR : Shanghai, Pékin, Canton

En 2024, quatre formations dédiées à la cible CHR (majorité de sommeliers qui travaillent dans des restaurants, hôtels, cavistes) ont été menées. Au total, 174 sommeliers ont assisté aux formations animées par différents formateurs de renom. Le format académique et la diversité des cuvées ont été appréciés par les professionnels présents. Durant les 4 formations, 57 cuvées et près de 20 appellations ont été mises en avant.

#### - Master class Vallée du Rhône : Nankin, Shenyang, Hefei

Toujours dans le cadre de notre programme de formation, trois master class ont été organisées dans différentes villes chinoises au fort potentiel de développement et au besoin d'éducation important : Nankin, Hefei, Shenyang. Ces formations ont permis de mettre en avant la richesse et la diversité des vins de notre région viticole. Au total, 278 professionnels ont participé (majorité d'importateurs et de distributeurs) mettant en avant 35 cuvées des vignobles de la Vallée du Rhône. De nombreux témoignages soulignent l'intérêt de ces formations qui permettent d'approfondir les connaissances des professionnels sur le vignoble rhodanien.

À Shenyang, l'événement s'est prolongé avec une réception organisée en soirée, en partenariat avec le consulat général de France. 260 invités, issus d'entreprises françaises et chinoises, ont participé à cet événement festif, agrémenté par une sélection de cuvées une belle image pour les vins de la Vallée du Rhône.



#### Mini-expositions : Pékin, Ningbo, Xi'an, Chengdu, Canton et Nanning

Comme chaque année, l'événement phare du programme de promotion en Chine, a été reconduit dans 6 villes de second rang de Chine : Pékin, Ningbo, Xi'an, Chengdu, Canton et Nanning. Ces 6 mini-expositions ont rassemblé 148 importateurs exposants et 2 421 professionnels visiteurs et 1 432 vins ont été proposés à la dégustation. En marge des mini expositions, des master class se sont tenues afin d'offrir la possibilité aux professionnels visiteurs d'approfondir leurs connaissances sur la région. Au total, ce sont 469 professionnels qui y ont assisté. L'occasion de mettre en avant 30 cuvées supplémentaires.





## AUTRES PAYS D'ASIE

### HONG-KONG

#### Dîner de mise en relation

Lors de Vinexpo Hong Kong du 28 au 30 mai, 13 exposants de la Vallée du Rhône ont participé à un dîner de mise en relation avec des professionnels chinois et hongkongais. L'événement a réuni 52 importateurs chinois et 16 hongkongais. Les opérateurs ont eu l'opportunité de rencontrer plusieurs professionnels à chaque plat, présentant 39 cuvées. Cette soirée a renforcé les liens avec ces marchés clés et offert une belle occasion de développer leur réseau.

### SINGAPOUR

#### Séminaires professionnels

Le 26 juillet dernier a eu lieu la deuxième édition du séminaire consacré aux vins de la Vallée du Rhône animé par HWEE PENG LIM, formateur de renom aux multiples casquettes. Ce sont 66 participants qui ont répondu présent en s'inscrivant en moins d'une semaine !

Le séminaire était découpé en 3 thèmes où 7 cuvées ont pu être présentées et dégustées.

- «Il n'y a pas que du vin rouge dans la Vallée du Rhône»
- «Les vins de la VDR ne sont pas seulement des GSM»
- «Les vins rouges de la VDR peuvent se déguster frais»

Les participants ont grandement apprécié les thèmes et vins proposés, ce qui n'a fait qu'accroître l'intérêt pour les Vignobles de la Vallée du Rhône.



#### Mini - exposition

Déjà menée en 2023, cette deuxième édition, organisée le 26 novembre dernier, a fait écho au succès de la première. L'opération a rassemblé plus de 120 professionnels (distributeurs, acheteurs, cavistes, sommeliers...). Elle a également suscité un grand enthousiasme auprès des importateurs qui apprécient ce genre de soutien. Cette grande dégustation a rassemblé 10 exposants venus présenter plus de 50 vins de 14 appellations différentes, de quoi mettre en lumière la diversité et les spécificités des vins de la Vallée du Rhône.

### CORÉE DU SUD

#### Mini-exposition

Le 25 octobre dernier, avait lieu la mini exposition sur les vins de la Vallée du Rhône. Cette opération a permis de mettre en avant 165 cuvées de la région, de 59 domaines / maisons différentes, de quoi montrer la belle diversité des vins de la Vallée du Rhône. 25 importateurs exposants étaient là pour présenter leur gamme de vins d'AOC rhodaniennes et 184 professionnels ont répondu présents pour venir déguster et (re) découvrir les vins de la Vallée du Rhône. Cette événement fut une belle réussite avec des retours, de la part des professionnels (exposants et visiteurs), très positifs.

## RHÔNE IN WHITE

Suite au succès des événements Rhône in White de 2023, un nouveau plan de mise en lumière des vins blancs de la vallée du Rhône a été mené à l'été 2024. Au total, 8 événements ont permis de présenter 617 cuvées à 822 professionnels. L'objectif est clair : faire émerger la Vallée du Rhône dans l'esprit des professionnels européens et nord-américains comme une grande région productrice de vins blancs

Dans chaque pays, ces événements ont ciblé les professionnels du trade et les journalistes, et ont permis de mettre en lumière les trois profils de vins blancs : « vif et frais », « fruité et gourmand », « généreux et complexe »



## 🇨🇦 CANADA - 13 MAI

Ouvrant le programme, le « Rhône en blanc » s'est tenu pour la seconde fois à Montréal, avec 100 cuvées de vins blancs rhodaniens à la dégustation, et Michelle Bouffard en maître de cérémonie. La nouveauté de cette édition était un espace lounge éducatif et immersif, où les professionnels ont pu approfondir leurs connaissances grâce à des ateliers ludiques et variés.

Au total, 167 professionnels (sommeliers, agents, médias, SAQ, gérants de restauration, etc.) étaient présents, dont 30% avaient déjà participé à la première édition. L'innovation du concept, l'atmosphère, la qualité des mets et la dégustation exclusive de vins blancs ont été saluées. Les participants ont apprécié la classification des vins, la qualité des cuvées, et ont exprimé un fort enthousiasme envers une éventuelle nouvelle édition selon le sondage de satisfaction administré.

15 journalistes spécialisés vin ont été invités à prendre part au Rhône in White à Montréal. Tous ont salué la qualité de l'événement, insistant sur l'opportunité de découvrir une telle diversité de blancs du vignoble qu'ils ont rarement l'occasion de déguster, comme le souligne Claude Lalonde dans son article :

## 🇧🇪 BELGIQUE - 23 MAI

Le 23 mai 2024, c'est à Tombeek, à 20 min au sud de Bruxelles, que les blancs de la Vallée du Rhône ont été mis en scène autour de tables de dégustation thématiques par profil, d'ateliers cocktails, d'une master class et d'un dîner en blanc. Représentant la région et ses vignobles pour l'occasion, Anthony Taylor, de la Maison Meffre, a coanimé cette journée agréable, dans le cadre bucolique de Tombeek Plage.

111 professionnels, CHR, sommeliers, agents, importateurs, cavistes et journalistes de la presse spécialisée, se sont prêtés au jeu dans un ambiance jazz manouche chic et décontractée.



Rhône in White Belgique ©Alice Bown Agency

## 🇫🇷 FRANCE - 3 JUIN

À Paris, Rhône in White s'est tenu le lundi 3 juin à la galerie Au Roi (11e), pour une mise en lumière des vins blancs des Vignobles de la Vallée du Rhône.

Pour cette seconde édition, les sommeliers renommés Xavier Thuizat, Florent Martin et Marie Wodecki ont présenté les 3 profils de vins blancs lors de master class combinant immersion visuelle et dégustation commentée de 18 cuvées. Le sommelier Stéphane Bonnerot et son équipe ont animé en parallèle une dégustation libre de 90 cuvées. Ces dégustations ont été suivies d'accords mets et vins, ainsi que de la découverte de l'AOC Gigondas en blanc, dans son premier millésime. La qualité et la diversité des vins blancs du Rhône ont été saluées de manière unanime, avec par ailleurs de belles retombées dans les médias.



Rhône in White France ©StudioBaALT



## 🇳🇴 SCANDINAVIE - 3, 10 ET 13 JUIN

En Norvège, Suède et au Danemark ont eu lieu en juin les master class Rhône in White animées par des sommeliers de renom à destination des professionnels du vin : importateurs, sommeliers, acheteurs, employés des monopoles norvégiens et suédois, restaurateurs, cavistes et journalistes vin.

Les sommeliers ambassadeurs - Liora Levi, Michel Jamais et Thomas Rydberg - ont présenté les 3 profils de vins blancs, illustrés par 130 cuvées proposées à la dégustation. Au total, 157 professionnels ont participé à ces master class :

- Le lundi 3 juin au restaurant le Sjomagasinet à Oslo
- Le lundi 10 juin au sein du Moderna Museet à Stockholm
- Le jeudi 13 juin au restaurant The Set à Copenhague

Tous les professionnels présents ont pu (re)découvrir la diversité des vins blancs AOC de la Vallée du Rhône, et apprécier la nouveauté du millésime, avec les premiers vins AOC Gigondas blanc.



Master class Rhône in White à Copenhague

## 🇺🇸 ÉTATS-UNIS - 18 JUIN

Après le succès de la première édition de l'opération « Rhône in white » à New-York, l'événement a fait son grand retour le 18 juin dernier à Los Angeles. L'opération s'est tenue au Red Bird, lieu chic et branché de la ville, où près de 100 cuvées de vins blancs de la Vallée du Rhône ont été dégustées. Patrick Comiskey, grand dégustateur réputé aux Etats-Unis, nous a fait l'honneur d'être le maître de cérémonie de cette belle soirée, tandis que les tables dédiées aux trois profils ont été animées par les sommeliers emblématiques Omar Lima, Catherine Morel et Devin Reed. La soirée s'est clôturée par un espace lounge, permettant aux professionnels de déguster certains vins de la Vallée du Rhône en cocktail.

Lors de cette grande dégustation, 142 professionnels qualifiés (sommeliers, distributeurs / importateurs, restaurateurs, médias, etc.) étaient présents. Ils ont tous fortement apprécié cette soirée et la possibilité de découvrir une si grande diversité de vins blancs dans les Vignobles de la Vallée du Rhône. Parmi ces professionnels, on compte également 15 journalistes spécialisés vin et basés à Los Angeles. Ils ont fortement apprécié cette classification des blancs en trois profils et ont manifesté leur étonnement face une telle diversité de blancs.

## 🇬🇧 ROYAUME-UNI - 25 JUIN

Pour finir cette série de rendez-vous, les vins blancs de la Vallée du Rhône ont brillé à l'Atelier Lumiere de Londres le 25 juin 2024, auprès de 112 professionnels CHR, sommeliers, agents, importateurs, cavistes et journalistes de la presse spécialisée.

Quatre animations ont rythmé le rendez-vous : un parcours de libre dégustation par profil, une master class décontractée façon bistrot, un atelier cocktail et une soirée DJ. En marge de l'événement, Matt Walls (journaliste pour *Decanter*) et Alistair Cooper MW (journaliste pour *Jancis Robinson*) ont réalisé une vidéo sur celui-ci. Les représentantes du vignoble, Ann Vermeersch et Constance Slaughter, se sont déplacées pour l'occasion afin de répondre aux questions des journalistes et des participants.

Trois interviews ont eu lieu et douze journalistes ont participé à cet événement. Ils ont souligné l'intérêt de pouvoir déguster une telle diversité de vins blancs de la Vallée du Rhône dans un seul lieu. Cela leur a permis de faire de nombreuses découvertes comme en parle très bien Victor Smart (The Buyer) dans cet article : *How to get a better handle on the white wines of the Rhône.*



Rhône in White UK

## LES ACTIONS SPÉCIFIQUES

À UNE APPELLATION OU À UN GROUPE D'APPELLATIONS, ELLES METTENT EN VALEUR LA DIVERSITÉ DES VIGNOBLES DE LA VALLÉE DU RHÔNE.

### BEAUMES DE VENISE ET MUSCAT DE BEAUMES DE VENISE



L'année 2024 a été marquée par une dynamique forte pour les AOC Beaumes de Venise et Muscat de Beaumes de Venise, avec des actions de promotion, de formation et de réflexion stratégique.

Au printemps, la participation à Vinexpo New York a renforcé la présence des appellations sur le marché américain et a permis de tisser des liens avec des professionnels internationaux.

En France, la section a accueilli les lycées hôteliers de Tain-l'Hermitage et de Rouen, sensibilisant les futurs professionnels de la restauration à la richesse de ces appellations. Un voyage de presse a également permis d'accueillir des journalistes et influenceurs britanniques, renforçant la visibilité au Royaume-Uni.

Une formation média training a été organisée pour les vignerons, leur permettant de mieux communiquer sur leurs vins.

La participation à Valence en Gastronomie et l'organisation d'un déjeuner pour la presse nationale à Paris ont permis de mettre en avant les vins auprès des médias et des gastronomes.

Enfin, l'implication des appellations dans l'opération « Les Crus à Bruxelles » a consolidé l'image en Europe.

Un projet majeur de l'année 2024 a été la réalisation d'un dossier technique avec l'ICV, dans le cadre des anniversaires des deux appellations. Ce bilan viti-vicole approfondi a permis de définir trois engagements forts pour l'avenir, visant à renforcer la qualité et la notoriété de nos vins. Ce travail a été vulgarisé et a donné lieu à la création d'un nouveau dossier de presse et à du contenu numérique, offrant des outils modernes pour la communication des appellations.

En résumé, 2024 a été une année riche en réalisations, marquant une étape importante dans le développement et la promotion des AOC Beaumes de Venise et Muscat de Beaumes de Venise.

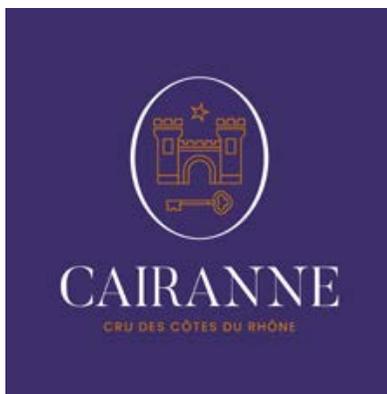


# CAIRANNE

## CAIRANNE, TOUJOURS MIEUX

### Une nouvelle identité visuelle pour renforcer l'image du Cru

En 2024, l'AOC Cairanne a dévoilé une nouvelle identité visuelle, autour d'un logo réinterprétant les armoiries du village. Ce sceau élégant et moderne symbolise l'étroite relation entre le Cru, le village et son terroir. Composé d'une étoile, de deux tours et d'une clef, le logo incarne à la fois l'histoire et le patrimoine de Cairanne, tout en apportant une touche de modernité et de singularité.



### Un nouveau site web : une vitrine digitale au service du Cru

Le nouveau site internet de l'AOC a été lancé avec succès, en phase avec la nouvelle charte graphique. Ce site propose une large gamme d'informations destinées à la fois au grand public et aux professionnels : histoire du Cru, terroirs, portraits des vignerons, engagements environnementaux, cahier des charges, actualités et festivités, etc. Accessible à l'adresse [www.cairanne-vin.com](http://www.cairanne-vin.com), il devient une plateforme incontournable pour découvrir l'appellation.

### Une stratégie presse ciblée en France et à l'export

La stratégie de communication a été renforcée en 2024, avec des actions ciblées en France et à l'international. En France, des événements clés comme un déjeuner de presse à l'Hôtel Crillon, ainsi que des partenariats avec des médias tels que *Vins & Gastronomie*, *Le Point* ou encore *Cuisine et Vins de France* ont permis de mettre en avant le Cru.

À l'export, des collaborations avec les supports *Wine Spectator*, *Wine Enthusiast*, *James Suckling*, et d'autres grands noms de la presse spécialisée ont été mises en place, incluant également la visite à Cairanne des journalistes Jeb Dunnuck et Jamie Goode (*WineAnorak*).

### Une saison estivale réussie

En juillet, la *Fête du Vin de Cairanne* et *Vin Mètre Cube by Cairanne* ont rencontré un vif succès. Ces événements ont offert une occasion unique de faire découvrir le Cru sous un autre angle, en associant dégustation de vins et rencontres avec les vignerons. Ces moments conviviaux ont renforcé l'ancrage local de l'appellation et ont attiré un large public, curieux de « vivre Cairanne ».

## CLAIRETTE DE DIE & VINS DU DOIS

### Les AOC Clairette de Die et Vins du Diois se réinventent

La section Clairette de Die et Vins du Diois a travaillé dans la continuité des actions mises en place depuis plusieurs années. Les efforts en Belgique se sont poursuivis avec une opération d'envergure dans deux chaînes de cavistes. Une formation en partenariat avec la JSA, visant à former les professionnels on-trade aux vins Clairette de Die et Vins du Diois, a été organisée au Japon. En France, des événements auprès du grand public ont été organisés, avec la 2<sup>ème</sup> édition de la Fête de la Transhumance et de la Clairette, ainsi que la poursuite du partenariat à l'occasion du Lyon Street Food Festival.

Au-delà des actions récurrentes en France et à l'export, un travail de fond a été mené par la section Clairette de Die et Vins du Diois. Les AOC Clairette de Die et Vins du Diois ont modernisé leur identité visuelle sous le slogan «La bulle côté nature», mettant en avant des valeurs de fraîcheur, naturalité et originalité. Plus que jamais dans l'air du temps, la Clairette de Die invite au retour à la nature et rappelle ses atouts. Naturellement faiblement alcoolisée (7 à 9% vol. d'alcool), la Clairette de Die s'adapte à toutes les occasions, même les plus inattendues. Avec cette nouvelle identité, les AOC Clairette de Die et Vins du Diois entendent réinventer les instants de dégustation en proposant des vins à la fois authentiques et modernes. Cette transformation célèbre des vins frais et pétillants, incarnant un mode de vie empreint de naturalité et durable, en phase avec les attentes contemporaines. Un kit de visibilité sera par la suite développé pour les lieux de consommation locaux, en phase avec cette nouvelle identité visuelle.



Déclinaisons des nouveaux visuels, travail mené avec l'agence SoWine.

## CORNAS & SAINT-PÉRAY



### Site internet et communication

Les sites internet des deux appellations ont bénéficié d'une mise à jour approfondie, avec une attention particulière portée à l'appellation Saint-Péray. L'objectif de cette refonte est d'améliorer la visibilité des Crus et de proposer un contenu plus attractif et informatif aux visiteurs. Par ailleurs, un travail sur une plateforme de communication commune aux deux appellations continue, afin d'harmoniser les supports et les messages diffusés, en cohérence avec les stratégies de communication développées avec les services d'Inter Rhône.

### Manifestations et événements

Temps fort de l'année 2024, les deux AOC ont été mises à l'honneur le 5 novembre, lors d'une manifestation organisée au Plaza Athénée. Cet événement a rassemblé 26 vigneronnes des Crus et près de 500 visiteurs professionnels, offrant une belle vitrine aux vins de Cornas et Saint-Péray auprès d'un public averti dans un lieu prestigieux.

L'édition 2024 du Printemps du Saint-Péray a une nouvelle fois rassemblé producteurs, visiteurs et amateurs de bonne humeur autour d'un événement festif et authentique. Avec la participation de 20 opérateurs, le marché a su proposer une belle diversité de produits locaux et artisanaux, offrant ainsi une vitrine de choix aux talents de notre région. Côté fréquentation, le marché a enregistré une centaine d'entrées, témoignant de l'intérêt grandissant pour cet événement désormais bien ancré dans le calendrier local. En soirée, le temps festif a accueilli près de 200 personnes, qui ont profité des animations proposées et de l'ambiance chaleureuse du Printemps du Saint-Péray.

Cette belle affluence et la satisfaction des participants renforcent la motivation des deux crus à faire de chaque édition un moment privilégié de partage et de découverte.



Les deux appellations ont participé à la Nuit des Étoilés, lors de Valence en Gastronomie, le 12 et 13 septembre avec plus de 60 000 visiteurs, ainsi qu'au festival Jazz à Vienne réunissant 220 000 festivaliers.

### Salons et Presse

Bonne activité pour la presse en 2024 : 8 journalistes français ou étrangers ont pu déguster les deux AOC à la Maison des Vins de Tain-l'Hermitage. Les 274 cuvées dégustées dans ce cadre (186 pour l'AOC Cornas et 88 pour l'AOC Saint-Péray) ont permis d'offrir un aperçu de la diversité et de la qualité des vins issus de ces terroirs.

Les deux Crus ont également pris part à la troisième édition de l'événement « La Grande Première des Crus », organisée le 4 novembre à Bruxelles. La journée a été marquée par une dégustation professionnelle l'après-midi suivie d'une soirée dégustation/spectacle dédiée aux consommateurs. Ce fut un franc succès pour l'ensemble des Crus des Côtes du Rhône. En 2025, l'événement prendra la direction de Londres pour une nouvelle édition prometteuse.

### Inscription au patrimoine mondial de l'UNESCO

Le travail engagé sur l'inscription des Crus au patrimoine mondial de l'UNESCO se poursuit. Les deux appellations continuent de participer activement aux groupes de travail dédiés, avec l'objectif de valoriser leur histoire, leur terroir et leur savoir-faire via cette reconnaissance internationale.

### Étude sur la biodiversité

En soutien à l'ODG, Pauline Balthazar engage son travail de thèse portant sur l'étude de la biodiversité au sein des appellations. Cette recherche vise à mieux comprendre les interactions entre le vignoble et son environnement naturel afin d'identifier des leviers d'actions pour préserver et enrichir cette biodiversité, en y intégrant le facteur anthropologique.

Grâce à ces différentes initiatives, les appellations Cornas et Saint-Péray continuent de renforcer leur visibilité et de structurer leur développement, tout en affirmant leur engagement dans des démarches de valorisation et de préservation de leur patrimoine viticole.



# COSTIÈRES DE NÎMES & CLAIRETTE DE BELLEGARDE

2024, LA NOUVELLE IDENTITÉ DES COSTIÈRES DE NÎMES



La montée en gamme des vins de l'AOP Costières de Nîmes était manifeste depuis un certain temps. Il était désormais nécessaire qu'elle se reflète également dans la communication. Après un travail d'une année avec l'agence Ex-Novo, autour de réflexions, avancées, tests auprès du public, la nouvelle identité des Costières de Nîmes a vu le jour en avril 2024. Adieu le rose très visible et festif, mais pas assez qualitatif, adieu le crocodile et palmier, très identitaire à la ville mais trop confusants pour du vin (d'après les enquêtes menées auprès du grand public, la bouteille était associée à des vins d'Afrique du Nord pour le palmier ou de Floride pour le crocodile). Place à présent à la couleur Terracotta.

Ce nouveau logo a pour objectif de refléter la personnalité des Costières : moderne, simple, accessible, avec du tempérament.

Les couleurs chaudes et conviviales sont un rappel au terroir et à ses signes distinctifs : la force des galets roulés et l'influence des brises marines qui apportent une fraîcheur déroutante.



Dans ce logo se retrouvent les deux piliers identitaires que veut porter l'AOP :

- Un terroir d'exception composé de galets roulés et de brises marines
- Un art de vivre et une culture typiquement méditerranéens

Après la réflexion, l'action ! Il a fallu aller vite pour déployer cette nouvelle identité pour les événements forts de l'appellation et sa trilogie annuelle : Vignes Toquées, Bodega des Costières et JeuDiVin. Des événements qui cette année encore ont été grandement suivis : 3400 personnes ont déambulé dans les vignes durant tout un week-end, des milliers sont venues faire la fête à la Bodega des Costières et de dizaines de milliers l'été lors des 9 soirées des JeuDiVins.



L'année s'est terminée avec la sortie d'une vidéo institutionnelle reprenant la nouvelle charte et les nouveaux piliers de l'AOP « *Nous sommes les Costières de Nîmes* ». Une vidéo voulant là aussi faire écho au nouveau positionnement de l'AOP, centré sur ce terroir si singulier dans la Vallée du Rhône et cet art de vivre méditerranéen aux portes de la Camargue. Sortie sur tous les réseaux et disponible sur Youtube, elle a enregistré plus de 100 000 vues.



# CÔTE-RÔTIE & CONDRIEU

## Côte-Rôtie

## CONDRIEU

L'année 2024 a été marquée par de nombreuses initiatives visant à renforcer la notoriété des appellations Condrieu et Côte-Rôtie sur la scène nationale et internationale. Grâce à un travail de communication stratégique et à des actions ciblées, les résultats obtenus témoignent d'une dynamique positive et prometteuse.

### Une visibilité médiatique accrue

Les actions de relations presse mises en place ont permis de générer 21 retombées médiatiques directement liées aux initiatives entreprises, avec notamment 2 reportages télévisés sur TF1. La diffusion du reportage sur les vendanges héroïques dans la matinale de TF1 présentée par Bruce Toussaint, ainsi que sa reprise au journal de 13h, ont permis de faire de la Côte-Rôtie l'appellation la plus visible du vignoble hexagonal sur la chaîne. Pierre Burgaud, quant à lui, est devenu l'un des vignerons les plus médiatisés en France.

L'organisation d'une journée presse à Paris a également contribué à cette visibilité, avec un déjeuner aux côtés de *Les Echos* suivi d'une dégustation « NUS x CRC ». Cet événement a permis de toucher un large public professionnel et de valoriser l'image des Crus.

### Des événements marquants tout au long de l'année

L'année 2024 a été ponctuée de nombreuses actions de promotion :

- **Mars** : Un voyage de presse one-to-one avec Frédéric Durand Bazin (*Le Figaro Magazine*) et Stéphane Davet (*Le Monde*), lors de la grande tablée de Côte-Rôtie. Cette initiative a permis de renforcer les relations avec des journalistes influents tout en offrant une immersion privilégiée au cœur des appellations.
- **Octobre** : Un appel à échantillons suivi d'une dégustation professionnelle menée par Yohan Castaing pour le média international *Robert Parker / The Wine Advocate*. Cette opération a permis d'assurer une visibilité internationale aux vins des deux Crus.
- **19 octobre** : La quatrième édition du Trail des Côte-Rôtie a réuni plus de 1 500 coureurs, offrant une visibilité supplémentaire à l'appellation tout en valorisant son terroir à travers un événement sportif d'envergure.
- **Novembre** : Une dégustation professionnelle à Bordeaux avec l'invitation de journalistes bordelais, offrant une belle opportunité de développer la notoriété des vins dans cette région stratégique.
- **Décembre** : Une nouvelle session de dégustation avec Mathieu Doumenge de *Terre de Vins* suite à un appel à échantillons. Cette action de fin d'année a consolidé les liens avec la presse spécialisée tout en assurant une couverture médiatique qualitative.

En parallèle, les deux appellations ont participé à la Nuit des Étoilés lors de Valence en Gastronomie, les 12 et 13 septembre, accueillant plus de 60 000 visiteurs. Elles ont également été présentes au festival Jazz à Vienne, qui a réuni 220 000 festivaliers.

### Un engagement continu pour la valorisation du patrimoine

Outre les actions de communication, une nouvelle carte de l'AOC Côte-Rôtie a été créée afin de renforcer la compréhension du vignoble et de ses spécificités. Les deux appellations poursuivent également leurs efforts en matière de recherche historique, de défense et de protection du nom via les ODG, ainsi que dans leur démarche d'inscription au Patrimoine Mondial de l'UNESCO.

### Une année réussie et pleine de promesses

En synthèse, l'année 2024 s'est distinguée par une augmentation significative de la notoriété des Crus, une médiatisation accrue et des retombées presse valorisantes. L'ensemble de ces actions pose les bases d'une année 2025 tout aussi ambitieuse, avec de nouvelles perspectives de développement, notamment à l'international. Les stratégies déployées en 2024 serviront de socle solide pour continuer à valoriser les appellations et à capter l'attention des professionnels comme des consommateurs.



# CÔTES DU RHÔNE & CÔTES DU RHÔNE VILLAGES



En 2024, le plan promotionnel pour les AOC Côtes du Rhône et Côtes du Rhône Villages a été conçu en complémentarité du plan Rhône Collectif. Les actions ciblent donc prioritairement le grand public, avec un fort accent mis sur la communication publicitaire, l'animation des réseaux sociaux, les relations presse et l'influence, ainsi que la présence sur des événements type festivals, afin d'inviter à la dégustation dans un contexte convivial et festif.

## FRANCE

La stratégie de valorisation des appellations Côtes du Rhône et Côtes du Rhône Villages s'articule autour de trois messages clés : la consommation rafraîchie pour les trois couleurs, la hiérarchisation des appellations et l'engagement environnemental du vignoble. Ces messages sont mis en avant dans l'ensemble des prises de parole du plan de communication (affichage, presse et digital), au travers de contenus éditoriaux, de thématiques de master class et d'événements nationaux à destination des trois cibles clés : les professionnels, les amateurs et le grand public.



## LA COMMUNICATION PUBLICITAIRE

### Une communication ambitieuse

Les AOC Côtes du Rhône et Côtes du Rhône Villages ont été mises à l'honneur à travers une stratégie de communication multicanale, qui met en lumière les engagements du vignoble et renforce leur notoriété, avec une attention particulière portée aux jeunes générations.

Cette année, la campagne sur les engagements "Du Côté de Ceux" (campagne de marque) a été complétée avec une campagne digitale sur le mode de dégustation rafraîchie des vins (campagne produit) à destination des jeunes générations sur la période estivale.



### Affichage national et local : une présence incontournable

L'affichage urbain est un media de choix pour toucher l'ensemble de nos cibles, professionnels comme amateurs. Trois vagues d'une semaine ont permis d'afficher la campagne de marque sur plus de 8000 faces, dans 40 agglomérations. En complément, et afin d'afficher les couleurs des Côtes du Rhône à l'arrivée dans le vignoble, la campagne était présente à l'année en gare TGV d'Avignon.

### Une communication digitale qui engage

En digital, des modes de dégustation rafraîchie par couleur de vins ont été proposés (rosé, blanc et rouge) sur la période estivale. Fort de son succès, la campagne a joué les prolongations sur septembre

Sur les réseaux sociaux, les pages Facebook et Instagram rassemblent 32,4 K abonnés à fin 2024 pour la page Facebook Côtes du Rhône France et 7,2 K abonnés à fin 2024 pour le compte Instagram Côtes du Rhône France, avec des taux d'interaction élevés (6,1% pour Facebook et 9,2% pour Instagram). La création et diffusion des vidéos des 22 Villages Nommés enrichit cette stratégie et offre une immersion dans ces terroirs d'exception.

### Des partenariats presse de qualité

En renforçant leur présence dans les titres phares de la presse professionnelle spécialisée (*Terre de Vins, La Revue du Vin de France, En Magnum, Rayon Boissons*), régionale (*Midi-Libre, La Provence, Le Dauphiné*) et la presse magazine grand public (*Le Monde, le Figaro*), les Côtes du Rhône consolident leur image et leurs engagements auprès des professionnels et des amateurs.

## LES PROFESSIONNELS DU TRADE ET LES CONSOMMATEURS

### **Cavistes Dating à Paris, le lundi 15 avril 2024**

Organisé par *Terre de Vins*, cet événement s'est déroulé aux salons Hoche à Paris et a rassemblé 40 cavistes d'envergure régionale et nationale et 60 propriétés viticoles françaises. Deux ambassadeurs rhodaniens ont présenté 10 cuvées sur les 3 couleurs à 14 cavistes, lors de rendez-vous organisés par *Terre de Vins*. En parallèle était proposée une dégustation libre. Une très belle 1<sup>ère</sup> édition pour l'AOC Côtes du Rhône dont la qualité a été unanimement saluée

### **Concours du Meilleur Caviste de France à Cognac, du samedi 19 au lundi 21 octobre 2024**

Les AOC Côtes du Rhône et Côtes du Rhône Villages ont été une nouvelle fois partenaires de cette compétition biennale plébiscitée par la profession : elle rassemble des cavistes nationaux et consolide les liens entre les partenaires et ces prescripteurs de choix. Les cavistes et partenaires ont dégusté 13 cuvées de l'AOC sur les 3 couleurs et ont (re)découvert les villages nommés Laudun, Sablet, Saint-Andéol, Saint-Gervais et Suze-la-Rousse. 3 cuvées ont été offertes aux cavistes lauréats des récompenses Or, Argent, Bronze et Meilleur Jeune Caviste. Une nouveauté sur cette édition : l'AOC a proposé un challenge sur le thème de l'assemblage des cépages blancs. Cet atelier, très apprécié, a permis aux cavistes de saisir les nuances des vins des Côtes du Rhône et ce qui forge l'ADN de son vignoble : la diversité des terroirs, des cépages et des assemblages. L'équipe gagnante prolongera son expérience œnologique dans le vignoble des Côtes du Rhône en 2025.



### **La tournée régionale auprès de la cible CHR & cavistes, de septembre à novembre**

La grande tournée régionale des Côtes du Rhône et Côtes du Rhône Villages s'est déroulée entre septembre et novembre sur des lundis dans des restaurants privatisés de Marseille, Strasbourg, Lille, Nantes et Grenoble. En quelques chiffres, cette tournée représente : 116 professionnels touchés, 99 cuvées et 63 domaines représentés.

Le concept matinal, inédit, a séduit les professionnels : un accueil à partir de 9h20 par un sommelier pour une dégustation libre et la découverte de 33 cuvées en blanc, rosé et rouge, puis une présentation à 10h20 d'accords mets et vins singuliers autour d'une cuisine locale, sous forme de plats partagés. Cette présentation était réalisée en binôme par un sommelier rhodanien et le sommelier du restaurant-hôte, sur un format de 1 à 2 heures selon le temps disponible des professionnels. Les 116 professionnels touchés par cette tournée (restaurateurs, cavistes, sommeliers, acheteurs) ont apprécié de repartir avec leur cuvée coup de cœur.



## Le Grand Tasting Paris, les 29 et 30 novembre 2024

La 19ème édition du Grand Tasting au Carrousel du Louvre a été un vrai succès avec un visitorat de 13 500 amateurs et professionnels sur 2 jours. Pour la 1ère fois, les AOC Côtes du Rhône et Côtes du Rhône Villages étaient présentes avec un pavillon collectif, pour faire découvrir aux visiteurs 30 cuvées sélectionnées. Amateurs, connaisseurs mais aussi novices et professionnels ont eu l'occasion d'échanger avec les équipes sur place, avec le sommelier partenaire et les opérateurs ambassadeurs des Côtes du Rhône. 11 villages nommés ont été représentés : Gadagne, Plan de Dieu, Roaix, Sablet, Saint-Maurice, Séguret, Signargues, Suze-la-Rousse, Vaison-la-Romaine, Valréas et Visan. Au total, plus de 2 500 verres ont été servis sur le pavillon ! Une très belle opération d'image.



## Soutien aux actions locales des Côtes du Rhône Villages nommés

Cinq vignobles de l'appellation Côtes du Rhône Villages ont bénéficié d'un financement de la section interprofessionnelle pour la mise en œuvre d'un événement sur leur territoire, dans la mesure où il s'agissait d'un événement collectif et interprofessionnel (regroupant la production et le négoce), en cohérence avec la ligne stratégique validée pour l'appellation.

Les 5 événements en ayant bénéficié en 2024 furent : les Hospices de Saint-Andéol (3 et 4 mai), Valréas voit en rosé et blanc - opération dans les restaurants de l'Enclave des Papes, la Bodega de Chusclan (19 juillet), les 50 ans de Saint-Gervais (10 août), les 50 ans de Sablet (13 octobre).

## Rencontre producteurs et négociants, janvier 2024

Afin de répondre aux demandes des syndicats des Villages de Côtes du Rhône Villages, vendredi 26 janvier 2024 au Mas de So à Laudun, s'est tenue la première rencontre entre producteurs des Côtes du Rhône Villages nommés et les négociants de la Vallée du Rhône, ainsi que des adhérents de l'UMVR.

En quelques chiffres, cette rencontre a réuni :

- 22 stands Villages nommés, tenus par une trentaine de représentants des Villages nommés.
- 151 cuvées
- 73 coopératives et domaines ayant présenté une ou deux cuvées.
- 10 professionnels : négoce et courtiers

Les objectifs étaient non seulement de répondre aux sollicitations des appellations CDR Villages nommés, mais aussi de mieux connaître les attentes des négociants et d'ouvrir l'accès à des parts de marché du vrac.



## PRESSE

Avec pour objectifs d'inciter à la consommation rafraîchie, notamment sur les vins rouges, de mettre en lumière les différentes activités œnotouristiques des Côtes du Rhône, de mieux faire connaître la diversification couleurs, la hiérarchisation et l'engagement environnemental du vignoble, plusieurs actions de Relations Presse ont été mises en place en 2024.

Parmi celles-ci, on peut tout particulièrement retenir :

- Une dégustation 100% Côtes du Rhône et Côtes du Rhône villages avec et sans nom de commune, en blanc et en rouge, réalisée par Roberto PETRONIO donnant lieu **à un article de plus de 10 pages et une sélection de 86 cuvées** parus en septembre dans le numéro spécial Foire Aux Vins du magazine *La Revue du Vin de France* ;



- L'édition **d'un cahier spécial paru en juillet dans le magazine *Terre de Vins*** dédié à la consommation rafraîchie des vins rouges des Côtes du Rhône. L'objectif : mettre en évidence l'importance de la température de service pour les vins rouges, sélectionner différentes cuvées en les regroupant selon la température la plus adaptée à une consommation optimale pour finalement, **« démocratiser » la consommation rafraîchie des vins rouges des Côtes du Rhône auprès du grand public.** Pour ce faire, une dégustation de vins rouges des Côtes du Rhône a réuni un comité de dégustation inédit composé de journalistes de la rédaction mais aussi de cavistes et sommeliers et plus d'une trentaine de cuvées ont été distinguées.
- **Un voyage de presse particulièrement original en marge du Festival de l'Alpe d'Huez** ayant réuni 7 journalistes et influenceurs afin de profiter du contexte de la montagne pour mettre en avant l'importance de la température de service des vins. Entre dégustation en haut des pistes, repas en accords mets et vins et deux projections de films de comédie, les convives ont redécouvert les Côtes du Rhône et ainsi créé du contenu original et décalé sur les Côtes du Rhône : articles, podcasts, stories et posts sur les réseaux sociaux.



- la réalisation d'une vidéo coproduite par les AOC **Côtes du Rhône et Côtes du Rhône Villages et *Le Figaro***, média national très puissant, à la suite d'une première vidéo ayant déjà très bien performé en 2023. Disponible sur le site lefigaro.fr (l'un des sites d'actualités les plus fréquentés en France), cette nouvelle vidéo met un coup de projecteur sur la richesse des activités œnotouristiques, en incitant le spectateur à venir passer un été dans les Côtes du Rhône pour y déguster notamment des vins rafraîchis.



Et aussi :

- des partenariats avec *Ici Vaucluse* (ex *France Bleu Vaucluse*) à l'occasion du Live des Côtes du Rhône et de Millevin, avec une large couverture éditoriale de la radio en amont et le jour des événements : interviews, chroniques, émissions spéciales, spots promotionnels.
- Une conférence dédiée à la presse locale afin de présenter la saison estivale toujours très dynamique dans les Côtes du Rhône, avec notamment la participation de vignerons des Villages nommés de l'AOC Côtes du Rhône Villages



## ÉVÉNEMENTIEL

### Le Live des Côtes du Rhône

Une soirée festive et populaire autour des vins des Côtes du Rhône et Côtes du Rhône Villages avec une mise en lumière des AOC Côtes du Rhône Villages nommés grâce à des pôles de dégustation individuels. Cette troisième édition de l'événement s'est tenue le samedi 25 mai de 18h00 à 1h00 sur la Place du Palais des Papes à Avignon.

3 300 verres distribués et 13 686 verres servis à plus de 5 000 participants ! Les 22 AOC Côtes du Rhône Villages avec nom de commune ont présenté leurs vins, avec plus de 80 opérateurs présents pour faire déguster leurs cuvées, et une nouveauté en 2024 : un stand cocktails par Côtes du Rhône.

### Partenariat avec le Lyon Street Food Festival

Le Lyon Street Food Festival 2024, qui s'est tenu du 13 au 16 juin, a été un vrai succès, attirant 52 000 visiteurs venus célébrer la gastronomie et le vin. Un espace de 600 m<sup>2</sup> dédié aux appellations des Côtes du Rhône, Côtes du Rhône Villages avec et sans nom géographique a offert aux festivaliers la possibilité de (re)découvrir la diversité et la richesse des vins. 3 000 bouteilles ont été servies sur les bars à vins où les Côtes du Rhône, Côtes du Rhône Villages et 22 Villages nommés, étaient représentés.



Les 16 ateliers œnologiques réservés aux vins des Côtes du Rhône ont affiché complet (653 participants), soit un bilan plus que positif pour cet événement qui s'impose comme un rendez-vous incontournable pour tous les épicuriens en quête de nouvelles expériences culinaires.

### Le Festival « Jazz à Vienne »

La 43ème édition du festival Jazz à Vienne s'est déroulée du 27 juin au 12 juillet 2024, attirant plus de 200 000 festivaliers et 1 000 artistes. Ce festival, le premier événement musical de la région Auvergne-Rhône-Alpes, s'inscrit dans une dynamique territoriale forte.

Dans le cadre de son partenariat avec l'interprofession, le festival a choisi de proposer exclusivement des vins des Côtes du Rhône, sélectionnés par Inter Rhône, dans son Bar à Vins.

Pour l'édition 2024, à l'occasion de la journée marathon du 29 juin, une master class sur le vin a été organisée à Cybèle, réunissant 25 participants. Par ailleurs, lors de cette 43ème édition, une dizaine d'appellations, représentant 16 producteurs et négociants, ont été mises en avant. Au total, 3 000 bouteilles d'AOC Côtes du Rhône, Côtes du Rhône Villages (avec et sans nom géographique), ainsi que des Crus, ont été vendues pendant la quinzaine du festival.

### Festival d'Avignon : un partenariat historique

Du vendredi 28 juin au samedi 20 juillet, les vins des Côtes du Rhône ont à nouveau été mis en avant, figurant sur la 4ème de couverture du guide spectateur du Festival d'Avignon (20 000 exemplaires), et lors des soirées, réceptions et conférences de presse organisées par le Festival IN.

Au-delà de cette vitrine, l'événement a permis également de générer un trafic qualitatif dans la cour de la Maison des Vins : ce sont en effet 5 440 personnes qui sont

venues déguster au Bar à Vins des Côtes du Rhône. 361 références provenant de 134 entreprises ont été présentées dans ce lieu, ouvert tous les soirs du festival, de 19h à 23h. Sur 23 soirées, 16 ont été consacrées aux Côtes du Rhône Villages nommés.

### Valence en Gastronomie

Du 13 au 15 septembre 2024, des dizaines de milliers de festivaliers ont pu vivre les nombreuses expériences culinaires, dégustations et soirées prestigieuses proposées lors de la 8ème édition de Valence en Gastronomie. Au cœur des savoir-faire de la région, un espace de 100 m<sup>2</sup> a été dédié à la découverte des talents, de la biodiversité et des terroirs des vignobles des Côtes du Rhône, grâce à un parcours didactique. Le Bar à Vins des Côtes du Rhône et Côtes du Rhône Villages a mis en avant les vins de la Sélection Interprofessionnelle (16 références en 3 couleurs) avec les conseils experts de la sommelière Géraldine Clément.

### Millévin 2024, Fête du nouveau millésime et des Côtes du Rhône

Chaque 3ème jeudi de novembre, Avignon, capitale des Côtes du Rhône, accueille Millévin, pour une célébration des Côtes du Rhône. Une journée festive, musicale, colorée et gourmande, dans un décor magique, où se retrouvent amateurs de vins, épicuriens urbains, vigneron et négociants. Au programme, une dégustation, en fin d'après-midi dans le centre-ville.

Pour cette 17ème édition, la fête a eu lieu au square Agricul Perdiguier, permettant à 38 opérateurs de présenter leurs vins en AOC Côtes du Rhône et Côtes du Rhône Villages. 3 800 participants ont été présents et plus de 2 000 verres ont été distribués pour la dégustation, qui s'est déroulée entre 18h et 21h.



## ALLEMAGNE

Bien que la valorisation des vins soit limitée sur ce marché axé sur les prix bas, l'Allemagne reste un marché accessible avec un intérêt croissant pour les vins du Rhône.

La promotion des vins a été structurée autour de trois axes :

- **La sensibilisation des professionnels du circuit CHR, cavistes, sommeliers** : grâce à l'accueil de professionnels de Hawesko et Kölner Weinkeller en mars. Ces professionnels avaient pour mission de sélectionner leurs coups de cœur parmi plus de 120 vins des Côtes du Rhône. Un partenariat avec *Wein und Markt* et la *Weinfachhändler-Summit* en octobre a permis à 20 professionnels de participer à une table ronde avec dégustations de cuvées.
- **La rencontre des consommateurs** : un stand dédié aux Côtes du Rhône et Côtes du Rhône Villages a proposé des dégustations et des ateliers de découverte à l'occasion du *Gourmets Festival* de Cologne du 26 au 28 juillet. Parallèlement, une campagne de communication promotionnelle a été menée avec les cavistes locaux.
- **L'influence**, via un déjeuner presse, a été organisé à Berlin. Pour la première fois depuis près de 10 ans, l'AOC Côtes du Rhône s'est rendue à la rencontre de la presse berlinoise. En présence d'un ambassadeur du vignoble, une quinzaine de journalistes ont pu déguster une sélection de vins AOC Côtes du Rhône. Par ailleurs, une campagne de portage a été déployée tout au long de l'année.

Sur l'année, ces actions ont permis de mettre en avant 160 cuvées, de sensibiliser 30 professionnels du trade (CHR, caviste, bar à vins, sommelier, agent, grossiste), de toucher directement 1 400 consommateurs, et de générer 94 retombées médiatiques et 340 000 impressions (audience cumulée).



## BELGIQUE

Divisée en deux (sinon trois) grandes régions, la Belgique nécessite une approche personnalisée.

En Wallonie, la notoriété des AOC Côtes du Rhône et Côtes du Rhône Villages est acquise auprès des plus de 50 ans mais doit être améliorée auprès des jeunes générations. Dans la région flamande, les vins des Côtes du Rhône restent encore peu connus. Il est essentiel de mener un travail de fond auprès des prescripteurs et des consommateurs.

Pour atteindre ces objectifs, quatre leviers stratégiques ont été déclinés :

- **Former de nouveaux professionnels** des réseaux CHR, cavistes, bars à vins, sommeliers, journalistes. En mars, 9 professionnels du trade, journalistes et influenceurs ont parcouru le vignoble des Côtes du Rhône afin d'approfondir leurs connaissances pour ensuite renforcer la prescription des vins en Belgique.
- **Étendre le réseau de prescription**. Grâce à des sessions de formation intimistes, quatre professionnels du trade ont organisé des dégustations auprès de 5 à 8 participants, dans différentes villes de Belgique.
- **Travailler l'influence** : Outre l'activation d'un bureau de presse qui permet de conserver un contact permanent avec les journalistes et influenceurs, la campagne de Relations Presse en Belgique s'est articulée en 2024 autour d'un accueil de groupe et de plusieurs campagnes de portages mises en place tout au long de l'année.
- **Communiquer dans les médias** : L'influence a aussi été travaillée autour des outils digitaux (Facebook, Instagram, Youtube et Google display network), qui ont offert aux Côtes du Rhône une visibilité auprès de plus de 2,3 millions de personnes, et une couverture de plus de 23 millions de vues. Le déploiement de la campagne de communication "Du côté de Ceux" a ciblé les 20-55 ans, à Bruxelles et dans toute la Wallonie, avec pour objectifs de gagner en notoriété auprès des Millenials (20-35 ans) et de fidéliser les générations de consommateurs

plus connaisseurs (35-55 ans). Un élargissement est prévu en 2025 et en 2026, afin de gagner en envergure et de conquérir le public flamand.

Enfin, et pour la première fois en Belgique, un événement a permis de mettre les **Crus des Côtes du Rhône** collectivement à l'honneur dans le prestigieux Théâtre du Vaudeville de Bruxelles au mois de novembre. Cette journée a touché 86 professionnels du trade, 22 consommateurs et 23 journalistes, générant 17 retombées médiatiques et plus de 30 posts et vidéos sur les réseaux sociaux (Instagram et Facebook).

L'événement a été organisé en plusieurs temps sur la journée, et a réuni 27 opérateurs spécialement venus représenter leur Cru pour l'occasion. 153 cuvées, dont 15 Eaux-de-vie des Côtes du Rhône, ont été mises en avant. Parmi les activations phares de cette journée : une table dédiée aux vieux millésimes, quatre master class, et l'enregistrement en live de 2 podcasts.



Sur l'année, ces actions ont permis de mettre en avant 86 cuvées, de sensibiliser 32 professionnels du trade (CHR, caviste, bar à vins, sommelier, agent, grossiste), de générer 120 retombées médiatiques et 23 millions d'impressions (audience cumulée) auprès de 2,3 millions de personnes.



## 🇨🇦 CANADA

Trois grandes provinces se partagent la majorité de la consommation de vins au Canada : le Québec, l'Ontario et la Colombie Britannique, avec un contrôle du marché par un monopole pour les deux premières provinces (respectivement : SAQ et LCBO).

Les vins des Côtes du Rhône & Côtes du Rhône Villages bénéficient d'une belle distribution et notoriété sur la province francophone (Québec). En revanche, ils sont moins présents sur les provinces anglophones, où la concurrence d'autres régions et des vins domestiques est plus forte. En 2024, le programme de promotion mené a permis d'aller à la rencontre des amateurs de vin québécois pour pour-

suivre les belles performances des Côtes du Rhône sur cette province.

### Les premiers vendredis du mois

Les deux premiers week-ends des mois de juillet (du vendredi 5 au dimanche 7) et d'août (du vendredi 2 au dimanche 4) a eu lieu le festival « Les Premiers Vendredis » à Montréal. Réunissant plus de 50 foodtrucks et kiosques de cuisine à chacune de ses éditions, l'événement est reconnu comme étant un des plus grands rassemblements mensuels de cuisine de rue au Canada. À cette occasion, un kiosque aux couleurs des Côtes du Rhône a été installé et les festivaliers ont pu déguster des vins de l'appellation tout en approfondissant leurs connaissances sur la région. 12 vins ont été proposés à la dégustation. Au total, plus de 6 400 verres ont été servis.

Pour amplifier cet événement, 7 influenceurs et blogueurs ont participé à l'activation et découvert les vins des Côtes du Rhône et Côtes du Rhône Villages lors d'une dégustation guidée par un sommelier. Au cours de la soirée, ils ont partagé leurs impressions sur les réseaux sociaux.

### Campagne média

Tout au long du second semestre 2024, le déploiement de la campagne de communication "Du côté de Ceux" a ciblé les 20-55 ans au Québec, Ontario et Colombie Britannique, avec pour objectifs de gagner en notoriété auprès des Millenials (20-35 ans) et de fidéliser les générations de consommateurs plus connaisseurs (35-55 ans). Cette campagne, au travers des réseaux sociaux (Instagram et facebook), Youtube et d'une campagne programmatique a généré 16.5 millions d'impressions, 4.7 millions de vidéos vues et 127 000 clics vers le site Côte du Rhône ont été enregistrés.

### Bureau de presse

Dans la continuité du travail réalisé depuis plusieurs années avec la presse pancanadienne, et afin d'entretenir

un lien régulier avec les prescripteurs, le service presse d'Inter Rhône a mis en place trois campagnes de portage accompagnées de pitch à visée éducative sur des thématiques stratégiques, diffusés en français et en anglais, ainsi que deux campagnes de portages ciblés adressés à deux journalistes québécois et deux journalistes ontariens. Ce sont au total 48 kits d'échantillons qui ont été envoyés à la presse générant 16 retombées.

### Voyage de presse

Les AOC Côtes du Rhône et Côtes du Rhône Villages ont accueilli 3 journalistes québécoises dans le vignoble et leur ont proposé un programme riche et diversifié qui leur a permis d'accroître leurs connaissances et de découvrir toute la diversité du vignoble. Cette action a généré 5 retombées médiatiques et 72 retombées sur les réseaux sociaux.

## CHINE

Malgré un marché qui rencontre des difficultés depuis plusieurs années, les vins des Côtes du Rhône & Côtes du Rhône Villages ont mené différentes opérations à destination des amateurs de vin, afin de dynamiser la consommation du vin et de poursuivre la sensibilisation de cette cible.

### Fête du fromage

Le 17 avril s'est tenue la fête du fromage à Shanghai. Cette manifestation permet aux professionnels de la restauration de découvrir les coulisses de la production fromagère française et ses valeurs mais également de promouvoir plus largement la gastronomie française sur ce marché.

À cette occasion, les vins des Côtes du Rhône ont été partenaires de l'événement et ont été proposés à la dégustation lors des différents temps forts de la manifestation : master class rassemblant 30 professionnels de la restauration, dégustations et cocktail VIP qui ont réuni près de 200 professionnels. Une belle opportunité pour mettre en lumière les vins des Côtes du Rhône auprès des

professionnels du CHR chinois.

### Festival vin Crush

Du 25 au 27 octobre 2024 avait lieu le festival « Crush » à Shanghai. Ce festival est l'une des principales attractions de la ville en octobre. Avec six éditions réussies, il est devenu un événement incontournable pour les jeunes consommateurs et attire chaque année les amateurs de vin de toute la ville.

Sur différents stands aux couleurs des Côtes du Rhône, quatre importateurs chinois ont présenté 53 cuvées. En plus des stands de dégustation, une master class s'est tenue rassemblant 18 amateurs de vin. Pendant ces trois jours de festival, 3 600 verres de Côtes du Rhône ont été servis à la dégustation et 1 600 verres ont été vendus.

### Festival Hip drink and fun

Du 1er au 3 novembre, le Hip Drink and Fun Festival s'est tenu au cœur de Canton. C'est l'une des principales attractions de la ville en novembre pour les amateurs de vin, de bière et de gastronomie. Six importateurs, répartis sur plusieurs stands aux couleurs des Côtes du Rhône, ont participé à ce festival, présentant 67 cuvées issues du vignoble. Au total, 90 000 visiteurs ont participé au festival sur ces trois jours, 4 500 verres de Côtes du Rhône ont été servis à la dégustation et 2 500 verres ont été vendus aux festivaliers.

### Relations presse

Un bureau de presse a permis de diffuser trois communiqués de presse en complément des actions organisées en Chine. Les caractéristiques des trois couleurs ont été présentées et 31 retombées ont été obtenues avec un total de 1 589 000 lecteurs potentiels.

Un déjeuner de presse a été organisé dans un restaurant gastronomique de Wuhan le 24 mai 2024 avec 10 personnalités médiatiques locales invitées (radio, presse écrite/digitale, KOL). Ce déjeuner avec accords mets et vins, animé par un formateur spécialisé chinois, a permis de présenter les AOC Côtes du Rhône et Côtes du Rhô-

ne Villages et démontrer le mariage parfait de la cuisine traditionnelle chinoise avec leurs vins dans les trois couleurs. Wuhan est un carrefour logistique majeur, avec une consommation de vin en pleine démocratisation et une scène dynamique de sommeliers, journalistes et influenceurs "lifestyle" sensibilisés à l'univers du vin. 10 retombées ont été obtenues pour 1 327 400 personnes touchées.

Une campagne de création de contenus sur RED a été menée avec 6 influenceurs de villes différentes pour toucher des cibles plus jeunes dans des zones urbaines émergentes. Ces prescripteurs ont reçu chacun une bouteille accompagnée des messages clefs des appellations. Cette campagne a obtenu 818 likes et a permis de toucher un potentiel de 238 500 personnes sur ce réseau social.

Un renfort presse sur le Festival Crush a eu lieu, avec la réalisation d'un média tour sur le stand CDR et un livestream avec une influenceuse de renom experte en vins (771 000 followers). 18 retombées ont découlé de cette action, pour 16 715 000 personnes potentiellement touchées.

## ÉTATS-UNIS

Sur le premier marché export en valeur pour la vallée du Rhône, l'AOP Côtes du Rhône déploie, en complément des actions Rhône Collectif, un plan spécifique à l'appellation et des actions en partenariat avec l'AOP Comté.

Lancée début 2023 aux États-Unis, la campagne «*Iconic Terroirs of Europe: Comté et Côtes du Rhône*» s'inscrit dans le cadre des campagnes subventionnées par l'Union Européenne pour promouvoir le concept d'Appellation d'Origine Protégée (AOP) au-delà du vieux continent.

Les Côtes du Rhône et le Comté se sont associés dans cette démarche, deux appellations qui partagent des ambitions de notoriété et de distribution sur le marché américain, mais qui ont aussi en commun de nombreuses spécificités : leur ancrage territorial, leurs savoir-faire traditionnels, leur modernité, leur modèle de développement durable... sans oublier leur complémentarité gastronomique

## Une campagne promotionnelle d'envergure

Pour mettre en place cette campagne, qui a débuté en février 2023, une identité visuelle spécifique a été créée, ainsi qu'un site internet dédié.

D'autres supports de communication ont vu le jour, autour de messages communs basés sur la notion de partage, et diffusés auprès de la presse, d'influenceurs et de prescripteurs du trade, accompagnés d'échantillons de Comté et de vin AOC Côtes du Rhône à déguster ensemble.

La campagne promotionnelle a été diffusée via plusieurs canaux : publicités et publi-reportages dans des médias nationaux tels que *Food & Wine Magazine* (3 millions de lecteurs par numéro), publicités sur les versions digitales du *NY Times*, du *Washington Post* et du *Wall Street Journal*, ainsi qu'une déclinaison sur les réseaux sociaux (Instagram) relayée par des influenceurs américains.

Les résultats ont dépassé les attentes : ces campagnes digitales ont généré plus de 13 millions d'impressions. Sur Instagram, les différents posts, vidéos et contenus développés en partenariat avec des influenceurs ont généré 124 millions d'impressions. Au total, ce sont plus de 59 000 clics qui ont été enregistrés pour consulter le site internet de la campagne.

Pour cibler directement les professionnels du vin, un partenariat spécial a été mis en place avec le site spécialisé *VinePair.com* : une infographie publiée en article ainsi qu'une story sur leurs réseaux sociaux ont généré plus de 2 millions d'impressions.

## Temps fort à Aspen

Côtes du Rhône & Comté ont participé à l'événement *Food & Wine Classic* à Aspen avec un stand de dégustation, ciblant les gourmets et amateurs de vin éclairés. Organisé par le magazine *Food & Wine*, l'événement a attiré 4 000 consommateurs et professionnels de la gastronomie et du vin sur 3 jours. En complément, un séminaire

avec des accords mets et vins Côtes du Rhône & Comté, animé par le chef Justin Chapple, un vigneron (Raphael Pommier) et un producteur de Comté (Jean-Francois Marmier) a été mené. Il a rassemblé 71 festivaliers.



## Campagne média

Tout au long du second semestre 2024, le déploiement de la campagne de communication "Du côté de Ceux" a ciblé les 20-55 ans dans les principaux états américains consommateurs de vin, avec pour objectifs de gagner en notoriété auprès des Millenials (20-35 ans) et de fidéliser les générations de consommateurs plus connaisseurs (35-55 ans). Cette campagne, au travers des réseaux sociaux (Instagram et facebook), Youtube, Linkedin, et d'une campagne programmatique a généré 30.2 millions d'impressions, 6.7 millions de vidéos vues et 225 000 clics vers le site Côte du Rhône ont été enregistrés.

## PRESSE

### Bureau de presse

Dans le cadre du bureau de presse dédié aux AOC Côtes du Rhône et Côtes du Rhône Villages, une campagne de trois pitches a été mise en place tout au long de l'année, et plus de 60 kits d'échantillons ont été envoyés. La diffusion de ces contenus auprès de la presse spécialisée, lifestyle, et des créateurs de podcasts, a permis de générer 125 retombées média et 1 112 674 621 impressions potentielles.

### Partenariat influenceurs

Parallèlement, un partenariat avec trois influenceurs vin ayant chacun une communauté potentielle d'environ 40 000 followers a été mis en place. Leurs contenus ont permis de mettre en avant les différents profils des blancs et rosés et de communiquer sur la consommation rafraîchie pour les rouges des Côtes du Rhône et Côtes du Rhône Villages. Les différents posts et stories sur Instagram ont généré 1 402 likes et 11 511 impressions.



## ● JAPON

En partenariat avec l'interprofession des vins d'Alsace, les Côtes du Rhône et ses Crus (Cairanne, Crozes-Hermitage, Saint-Joseph, Vacqueyras) ont organisé, à Tokyo, une mini exposition et deux master class à thème pour les professionnels japonais. La mini exposition est une opération qui offre la possibilité aux importateurs de présenter à la dégustation leurs gammes de vins des Côtes du Rhône et d'Alsace à un public de professionnels (distributeurs, acheteurs, cavistes, sommeliers...). Menée le 23 octobre dernier, elle a rassemblé 40 exposants et 319 visiteurs professionnels. En parallèle se tenaient deux master class. La première, sous le thème « les rouges d'Alsace, les blancs des Côtes du Rhône », a rassemblé 49 professionnels, principalement des détaillants et des importateurs. La seconde, sous le thème « Accords vins & condiments japonais » a réuni 45 professionnels du CHR. Au travers d'exemples concrets, les intervenants ont pu illustrer le mariage réussi entre différents condiments japonais et les vins des Côtes du Rhône. Sur les deux éditions, les retours des participants sont unanimes sur l'aspect très instructif et innovant de ces activations.



## 🇬🇧 ROYAUME-UNI

Les conséquences du Brexit, l'inflation et les nouvelles tendances de consommation (par exemple : la tendance No-Low Alcohol), ont fortement impacté le quotidien des Britanniques. Dans ce contexte particulier, de nombreux professionnels du secteur ont plébiscité les Côtes du Rhône et Côtes du Rhône Villages pour leur rapport prix/plaisir, cultivant ainsi la confiance et la fidélité des amateurs tout en séduisant de nouveaux consommateurs.

En 2024, pour renforcer les positions des Côtes du Rhône et Villages, les leviers promotionnels ont ciblé :

- **Les professionnels** : prescripteurs et leaders d'opinion ont été sensibilisés dès le mois de mars lors de la dégustation événementielle des Côtes du Rhône et Crus.

Trois *wine walks* et une master class animés par Matt Walls ont permis d'approfondir diverses thématiques telles que les enjeux à venir, la préservation de la biodiversité et la diversité (couleurs, assemblage, terroir etc...). Deux représentants du vignoble, Claude Chabran et Maurice Goetschy, se sont prêtés au jeu des interviews auprès de la presse et des professionnels. Ensuite, en septembre, les professionnels ont bénéficié d'une master class à Birmingham en partenariat avec le media *Drinks Business* et Matt Walls.

- **Les consommateurs** : avec un ciblage principal sur la génération des 25-45 ans, les consommateurs ont découvert les vins et l'esprit Rhône via les célèbres festivals gastronomiques *Taste of London* et *Foodies Festivals* de Tatton Park et de Cardiff. Ces partenariats ont ainsi permis d'ancrer les Côtes du Rhône et Côtes du Rhône Villages dans l'esprit et le quotidien de nouveaux consommateurs.

- **La communication publicitaire** : la campagne 'Du Côté de Ceux' s'est articulée autour des médias digitaux (Facebook, Instagram, Youtube, LinkedIn et Google Display Network), générant plus de 45 millions de vues et touchant plus de 6 millions de personnes. Cette couverture médiatique a ciblé les 25-45 ans dans les

principales villes du Royaume-Uni (notamment Londres, Manchester, Birmingham, Edimbourg, Glasgow) afin de gagner en notoriété auprès de ces consommateurs.

- **Les relations presse** : en juillet, un événement à destination des influenceurs au sein de Mayfield Lavender a permis de toucher une cible rajeunie de Key Opinion Leaders, et par ricochet un public encore néophyte. Les Côtes du Rhône ont été mis en scène dans un véritable champ de lavandes, situé à 40 min de Londres, rappelant les paysages du vignoble rhodanien.

Une campagne d'influence a également été mise en place pour promouvoir l'appropriation de l'image et renforcer la visibilité des vins des Côtes du Rhône, avec un travail créatif réalisé par les influenceurs, autour d'un repas ou d'un moment mettant en scène les cuvées de l'AOC. En 2024, six influenceurs ont collaboré à cette activation : @thatgirlfleur, @xanthemross, @alexandra-dudley, @birkbites, @byrosielouise et @soph\_gordon



Tout au long de l'année, le bureau de presse a permis de générer du contenu et de maintenir l'influence des Côtes du Rhône et Côtes du Rhône Villages dans les médias britanniques, avec l'envoi de 3 communiqués de presse thématiques. Une campagne d'envoi de rosés a été menée auprès de 10 journalistes, tandis que les événements à destination des professionnels du trade ont été l'occasion d'organiser des interviews avec la presse. Ces différentes activations ont permis d'obtenir des retombées dans des médias spécialisés et des colonnes vins.

Afin de toucher des communautés de consommateurs plus jeunes, avides de découvertes et d'informations sur le vin et d'élargir le cercle des ambassadeurs des Côtes du Rhône, un petit groupe de 8 KOL montants spécialisés en vin a été recruté. Ils ont bénéficié d'une master class digitale animée par Matt Walls et de 6 portages thématiques avec des informations clés pour affiner leurs connaissances. Cette campagne a permis d'obtenir sur l'année un total de 5 500 likes, et 229 000 impressions, répartis sur 90 contenus digitaux (stories et reels).

Un temps fort de l'année 2024 a été le voyage de presse mutualisé avec l'AOC Beaumes de Venise au mois de juin. Un groupe de 5 participants (journalistes spécialisés vins et KOL) a pu découvrir le vignoble et rencontrer des opérateurs. Plus de 90 contenus digitaux et 3 articles ont été rédigés.

Sur l'année, ces actions ont permis de mettre en avant 181 cuvées, de sensibiliser 135 professionnels du trade (CHR, caviste, bar à vins, sommelier, agent, grossiste), de toucher directement 4 900 consommateurs, et de générer 38 retombées médiatiques et 45 millions d'impressions (audience cumulée).

## SCANDINAVIE

Les Côtes du Rhône ont poursuivi leur programme de promotion au Danemark et en Suède auprès des professionnels et amateurs-connaisseurs de vins à travers plusieurs événements : une master class en avril à Copenhague, une master class en septembre à Stockholm, et en tant que sponsor officiel des Journées Vins & Gastronomie de France en novembre.

### **Master class à Copenhague - 25 avril**

Le programme de promotion a débuté au Danemark, au Café Kroyers à Copenhague, autour de deux master class : l'une pour les professionnels, l'autre pour les consommateurs. Les 28 professionnels et 30 consommateurs ont eu l'occasion de (re)découvrir respectivement 28 et 8 cuvées des appellations Côtes du Rhône et Côtes du Rhône Villages accompagnées d'accords mets et vins.

### **Master class à Stockholm - 16 septembre**

La seconde action en Scandinavie s'est déroulée au Moderna Museet, un lieu central et qualitatif de Stockholm. Michel Jamais, sommelier partenaire sur cet événement, a animé une master class de 10 cuvées, suivie d'une dégustation libre de 26 vins accompagnée d'un buffet. Les 50 participants ont ainsi pu explorer la diversité des profils aromatiques des Côtes du Rhône et Côtes du Rhône Villages, avec 11 vins blancs, 3 rosés, et 22 rouges dont 12 cuvées en Côtes du Rhône Villages avec nom géographique.

Les participants ont partagé des stories et des posts pendant et après l'événement et la journaliste freelance Amalia Gonzalez Stöckel a rédigé un article pour le media *Gastronaut* à la suite de sa participation.

### **Journées Vins & Gastronomie de France à Stockholm - 16-18 novembre**

Enfin, l'AOC Côtes du Rhône a été le sponsor officiel des Journées Vins & Gastronomie de France. L'événement s'est déroulé aux Salles de l'Opéra à Stockholm. En tant

que partenaire officiel, les Côtes du Rhône ont bénéficié d'une forte visibilité : un stand au cœur du salon sur lequel 12 cuvées étaient proposées à la dégustation auprès de plus de 700 visiteurs le samedi, et une master class autour de 10 cuvées animée par Sarah Geoffroy le lundi, à laquelle 47 professionnels ont participé. 22 cuvées des AOC Côtes du Rhône et Côtes du Rhône villages ont été mises en avant : 8 blancs, 2 rosés et 12 rouges dont 5 cuvées de villages nommés.

Ces actions ont été un succès tant sur le visitorat, la diversité de l'offre que sur la qualité des vins. Au global, ce programme de promotion en Scandinavie a permis de toucher 125 professionnels et 730 grands amateurs. Ces opérations renforcent notoriété et pédagogie autour des appellations et visent à encourager de nouveaux référencement au sein du monopole suédois et dans le réseau CHR, et à inciter la presse spécialisée à relayer les actualités des Côtes du Rhône.



# CÔTES DU VIVARAIS



## Presse et médias

L'appellation Cotes du Vivarais a renforcé sa stratégie de promotion auprès des professionnels en 2024, en présentant ses cuvées ambassadrices à un panel de journalistes. Grâce à un accueil presse sur 2 jours, cette rencontre a offert l'opportunité de partager des histoires authentiques et des informations précises sur le terroir, les cuvées et les producteurs, renforçant ainsi la crédibilité et l'image de marque de l'appellation. Une immersion réussie au cœur des Cotes du Vivarais, ponctuée d'échanges privilégiés pour les vignerons.

D'autres actions de portage et d'accueil presse ont également été mises en place pour mettre en valeur les cuvées de l'appellation dans les médias spécialisés :

- un carnet thématique, avec présentation d'une sélection de cuvée s'inscrivant dans la thématique
- un afterwork à Paris : un rendez-vous dégustation inédit et décontracté où journalistes, influenceurs et professionnels ont pu rencontrer les vignerons
- trois communiqués de presse **Les nouvelles d'Ardèche**, annonçant les actualités et présentant un profil de vin correspondant aux marronniers.

## Développer l'attractivité œnotouristique

L'objectif est de renforcer l'attrait œnotouristique du territoire des Cotes du Vivarais, ce qui implique de promouvoir les richesses viticoles, tout en offrant des expériences immersives aux visiteurs. En mettant en avant le patrimoine, les savoir-faire et les produits, l'appellation vise à attirer un public et à faciliter la connaissance de sa richesse.

## Festivin, un moment festif et convivial

Avec Mois de Mai, mois du Vivarais, un programme riche et varié s'est déployé, avec notamment différentes offres proposées par les vignerons et en clôture un nouvel événement phare : **le Festivin AOP Cotes du Vivarais**, dont la première édition s'est tenue à Vinezac. Avec ces événements, l'appellation développe son implication sur son territoire, tout en profitant de l'occasion pour souligner l'importance du terroir karstique, qui confère aux Cotes du Vivarais une harmonie entre intensité et fraîcheur aromatique.



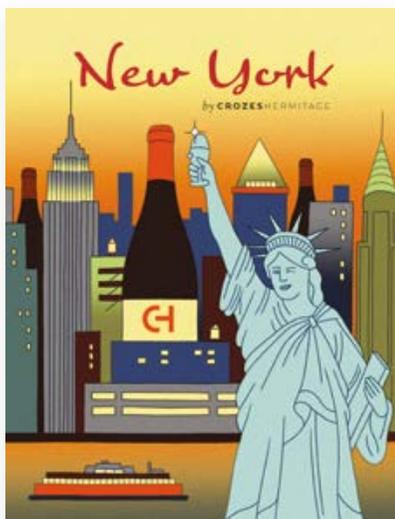
## CROZES-HERMITAGE

# CROZES HERMITAGE

### Un rayonnement accru auprès des professionnels étrangers

Le lancement du magazine « **New York by Crozes-Hermitage** » a permis de renforcer la présence de l'appellation aux États-Unis. Avec une diffusion de 4 300 exemplaires papier et une version web optimisée, ce projet a mobilisé 27 établissements new-yorkais et impliqué des journalistes influents. Le succès de cette opération se prolongera avec le lancement prévu du « Bruxelles by Crozes » en 2025.

Sur le marché belge, l'appellation a adopté une stratégie digitale percutante avec des contenus variés (articles, vidéos, podcasts). Un partenariat avec des personnalités locales telles qu'Éric Boschman et Stéphane De Groot a permis de valoriser l'image de Crozes-Hermitage en Belgique.



### Des événements marquants

En 2024, Crozes-Hermitage a participé à plusieurs événements d'envergure :

- **Ceps & Cimes à Courchevel** : L'événement a réuni à Courchevel 48 professionnels (sommeliers, cavistes, chefs, restaurateurs) dont 15 invités en région. Il a mobilisé 36 vignerons (dont 16 présents sur place) et permis de rencontrer 15 établissements étoilés (20 étoiles Michelin). Les invités ont découvert 81 cuvées lors d'une dégustation thématique, participé à un dîner et un déjeuner d'exception, et partagé un moment convivial lors d'une descente en luge.
- **Grande Première des Crus à Bruxelles** : Crozes-Hermitage a brillé lors de cette édition aux côtés des 15 autres Crus des Côtes du Rhône. L'événement a combiné dégustation professionnelle en après-midi et soirée dégustation/spectacle, offrant une belle vitrine à l'appellation.
- **Le Grand Week-end des Crozes-Hermitage** : Avec 2 665 visiteurs et 45 exposants, cet événement a permis de vendre directement aux consommateurs tout en renforçant l'image œnotouristique de l'appellation, du 26 au 28 avril 2024.
- **Wine & Transat Mercurool** : L'événement a rassemblé 26 domaines et caves (+4 par rapport à 2023) le 5 juillet, et attiré 1 300 visiteurs, soit 500 de plus que l'année précédente. Avec des recettes doublées atteignant 18 420 euros et 21 parutions presse (x2 vs 2023), l'opération a bénéficié d'une visibilité exceptionnelle.

Les campagnes sur les réseaux sociaux ont touché 1,9 million de personnes, contre 300 000 en 2023, affirmant ainsi Wine & Transat comme un rendez-vous incontournable pour valoriser l'appellation Crozes-Hermitage et renforcer son attractivité.

Le projet a permis d'impliquer **cinq journalistes spécialisés** de renom :

- **Katie Melchior** (*Magrino Public Relations*),
- **Emily Cappiello** (*Emily Jane Communications*),
- **Vicki Denig** (*Decanter, Wine-Searcher, etc.*),
- **Emily Saladino** (*Wine Enthusiast, Washington Post, etc.*),

- **Élodie Louchez** (*Les Champs d'Ici*).

L'impact terrain a également été significatif, avec 27 restaurants, bars à vin et caves new-yorkais rencontrés ou interviewés. Du côté de la diffusion, 4 300 exemplaires papier ont été distribués via le réseau MarketWatch, couvrant les zones stratégiques de New York, du New Jersey et du Connecticut.

Par ailleurs, sur le plan des relations presse, 8 journalistes français et étrangers ont été accueillis à différents moments à la Maison des Vins de Tain l'Hermitage. Ils ont dégusté au total 554 cuvées en AOC Crozes-Hermitage, offrant un aperçu de la diversité et de la qualité des vins de l'appellation.

### Une ouverture à l'international

En 2024, Crozes-Hermitage a également mené plusieurs opérations collectives à l'export, notamment sur les marchés américains et belges. Le dynamisme de l'appellation sur ces marchés stratégiques contribue à renforcer son positionnement à l'international.

### Un engagement fort pour le patrimoine et la technique

L'appellation poursuit activement sa démarche d'inscription au Patrimoine Mondial de l'UNESCO, renforçant ainsi la reconnaissance de son terroir et de son histoire. En parallèle, elle apporte son soutien à l'ODG pour des études techniques telles que le Zoom Viti, le réseau maturité et les études sur la sélection de clones. Ces travaux permettent d'affiner la connaissance du vignoble et d'optimiser les pratiques culturelles.



# DUCHÉ D'UZÈS



APPELLATION D'ORIGINE PROTÉGÉE

## Une notoriété en plein essor

L'appellation Duché d'Uzès mise sur son terroir et son dynamisme culturel pour accroître sa renommée. Parmi ses temps forts en 2024, l'alliance entre ses vins et la truffe noire lors du **Week-end de la Truffe d'Uzès** en janvier, suivi au printemps par la balade gourmande **Vin Côté Cours**, où 700 épcuriens ont savouré les créations du chef étoilé Denis Martin autour de la truffe blanche d'été.

À l'été, après le succès de la **Guinguette des Vignerons** (900 participants), la saison fut riche en partenariats culturels, avec une présence lors d'événements prestigieux : le Festival Uzès Danse, Les Toqués du Rire, Les Azimutés et Les Nuits Musicales d'Uzès.



L'appellation explore aussi de nouvelles expériences gastronomiques, notamment un partenariat avec le festival **Saveurs et Savoirs**, initié par François-Régis Gaudry : dégustations, dîner d'exception et visibilité renforcée grâce à l'émission *On va déguster*, où Jérôme Gagnez a mis à l'honneur les vins du Duché d'Uzès dans un carnet de dégustation.

Côté reconnaissance, 7 cuvées ont été sélectionnées par *la Revue du Vin de France*, tandis que Fabrice Tessier (*Médiavino*), Yoann Palej (*Toutlevin.com*) et *Sud Vibes* ont mis

en lumière l'appellation au travers d'articles, de vidéos, et de posts sur les réseaux sociaux. À l'international, les distinctions se multiplient avec 7 vins notés 90+ par *Decanter* et 27 cuvées notées par James Suckling.

Le second semestre 2024 a vu l'accueil de professionnels belges venus à la découverte des terroirs et des vins de l'appellation en octobre, ainsi que la publication d'un rapport par *The Buyer* au Royaume-Uni, paru en novembre, confirmant l'ambition mondiale de l'appellation.

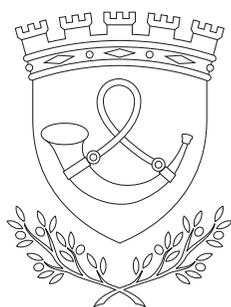
Entre tradition et innovation, gastronomie et culture, le Duché d'Uzès s'impose comme une référence viticole incontournable.

Vin Côté Cours / Crédit : Agence Le Petit Gastronomie



PROMOTION

# GIGONDAS



**GIGONDAS**  
LA VINALTUDE

L'année 2024 a été marquée par la sortie des chais du premier millésime blanc de Gigondas. Pas moins de 400 hectolitres ont été revendiqués par 19 producteurs et négociants du Cru. L'arrivée de cette nouvelle couleur a offert un coup de projecteur sur l'appellation, lors de dégustations presse et d'événements grand public.

La Paulée de Gigondas



## GIGONDAS ET ART DE VIVRE

### Entre-nous

Être bien entre-soi avant de briller à l'extérieur est important pour les Gigondassiens. Chaque année, producteurs et négociants se réunissent pour La Paulée (20 juin). Ce moment privilégié sur la place du village, est en passe de devenir notre fête de famille dont la devise est solidarité, convivialité et buvabilité.

### Grand public

Si ces temps d'échange et de convivialité sont essentiels à la cohésion et à une saine émulation, les producteurs aiment par-dessus tout accueillir « à domicile » pour faire découvrir leurs vins, leur terroir et leur savoir-faire à un large public. À la saison estivale, **À la Croisée des Terroirs** (le 25 mai), **Gigondas sur Table** (le 15 juillet) et **l'Atelier sensoriel** (du 6 juillet au 31 août) attirent chaque année des amateurs fidèles et de nouveaux curieux, toujours plus nombreux.

### Professionnels

Le premier millésime du Gigondas blanc a permis d'organiser une journée (1er juillet) réservée à la presse, en immersion totale afin de permettre aux journalistes français et internationaux de découvrir les caractéristiques du Gigondas blanc. Leur venue fut un prétexte pour convier tous les producteurs et négociants de l'appellation à une conférence animée par Jean-Michel Boursiquot, ampélographe de renom. Cette conférence a abordé les thèmes suivants : « *Changements climatiques : les perspectives d'adaptation pour la vigne* », mettant particulièrement l'accent sur le cépage Clairette (génétique, histoire, répartition, caractéristiques culturelles et organoleptiques).

## GIGONDAS, OUVERT AU MONDE

Enfin, près d'une bouteille de Gigondas sur deux étant vendue hors des frontières de la France, la section soigne la visibilité et l'image de l'appellation à l'étranger. Direction cette fois Zurich pour une journée où les professionnels suisses ont rencontré 28 producteurs et négociants. Master class, dégustation libre et dîner gastronomique ont permis de montrer la qualité et la diversité du Cru Gigondas.



Master class Gigondas à Zürich



# GRIGNAN-LES-ADHÉMAR



## L'art de vivre by Grignan-les-Adhémar

Sept caves et domaines ont participé à Wine Paris du 12 au 14 février. La section a pu soutenir financièrement les frais d'inscription afin de permettre au plus grand nombre de participer à ce salon qui devient incontournable.

L'appellation était présente à Paris le 18 mars à l'Épicerie de Loïc B pour une « **Rencontre Vigneronne - Midiscut - Midégust** » dans le but de créer des liens privilégiés avec des professionnels prescripteurs et travailler l'image de l'appellation sur le circuit CHR. Un déjeuner qui a réuni une dizaine de professionnels et 4 vigneron pour une vingtaine de cuvées de l'appellation à découvrir (12 cuvées en table découverte sur 2 thématiques et 8 cuvées sur le repas). Les invités ont beaucoup apprécié le format pour sa convivialité qui a permis d'échanger facilement avec les vignerons.

L'appellation a continué ses lignes éditoriales à destination des réseaux sociaux pour une invitation au voyage et à la découverte des vignerons.

Une communication œnotouristique un peu différente a vu le jour en 2024, sous forme d'une affiche dotée d'un QR Code qui renvoie sur la page œnotourisme du site de l'appellation. Ce visuel a largement été distribué sur les sites touristiques mais a pour but également de solliciter les journalistes pour leur faire découvrir la destination Grignan-les-Adhémar et le programme événementiel des caves.

Tout au long de l'année l'appellation a par ailleurs saisi les occasions d'accueillir sur le territoire des journalistes, comme les 3 et 4 décembre avec Agnès Ventadour pour *Maxi Cuisine*, qui a pu découvrir les richesses du territoire à travers la truffe et les vins. Un domaine a participé à l'émission de radio *In Vino* sur Sud Radio avec Alain Marty afin de faire découvrir l'appellation.

Un portage presse s'est également lissé sur l'année avec l'envoi d'échantillons auprès de différents journalistes, donnant lieu à de belles retombées (*Cuisine A&D*, *Le Losange*, *Terre de Vins*, *Le Dauphiné Libéré*, *La Revue du Vin de France* etc ...).



Rencontre Vigneronne, Lundi 18 mars 2024, Paris



## HERMITAGE

# Hermitage

ROUGE BLANC PAILLE



### Un événement phare au cœur du vignoble

L'édition 2024 de Legendary Hermitage a démontré tout l'intérêt de ces rencontres privilégiées entre professionnels et passionnés. Le menu étoilé proposé par Patrick Henririoux a été unanimement salué, mettant en avant des accords mets & vins d'une grande finesse. L'immersion au sein du vignoble a également conquis les participants, qui ont apprécié cette proximité avec les producteurs et l'histoire du terroir. Sur le plan international, les différentes actions menées ont contribué à renforcer le rayonnement de l'Hermitage, consolidant ainsi sa position sur les marchés stratégiques.

Dans une perspective d'amélioration, l'édition 2025 pourrait intégrer un temps de dégustation allongé, permettant une meilleure appréciation des vins présentés. La réflexion autour d'un format en soirée est également en cours, offrant ainsi un cadre plus festif et propice aux échanges, en particulier pour les invités venant de loin. Enfin, la mise en avant de grands formats de bouteilles pourrait sublimer encore davantage l'expérience gastronomique, renforçant le caractère prestigieux de ces rendez-vous d'exception.

Avec une année 2024 riche en événements et en initiatives stratégiques, l'Hermitage continue d'affirmer son excellence et son influence.

L'ensemble de ces initiatives a bénéficié d'un dispositif de communication efficace, notamment sur les réseaux sociaux, qui ont joué un rôle clé dans la diffusion et la mise en valeur des événements. Grâce à 75 stories, 6 posts et l'implication de 14 influenceurs, l'appellation Hermitage a su capter l'attention d'un public toujours plus large et engagé. Cette dynamique digitale confirme un intérêt croissant pour l'appellation et renforce son positionnement auprès des amateurs de grands vins.

### Un rayonnement accru en France et à l'international

La volonté de faire rayonner l'Hermitage ne s'est pas limitée à cet événement. La participation de l'appellation à **Valence en Gastronomie Festival**, les **12 et 13 septembre**, a été une belle opportunité de sensibiliser un large public à la richesse de son terroir. Lors de la **Nuit des Étoilés**, plus de 60 000 visiteurs ont pu découvrir et déguster les grands vins de l'Hermitage dans un cadre gastronomique exceptionnel.

L'influence de l'appellation s'est également affirmée sur la scène internationale grâce à sa présence à « **La Grande Première des Crus** », qui s'est tenue à Bruxelles le 4 novembre. Cette journée s'est articulée autour d'une dégustation professionnelle suivie d'une soirée mêlant découverte et spectacle, séduisant à la fois les experts du secteur et les amateurs passionnés. Face à ce succès, la prochaine édition prendra la direction de Londres en 2025, promettant une visibilité accrue sur un marché stratégique. Continuant sa dynamique d'interventions auprès des futurs prescripteurs sommeliers en France et à l'étranger, l'appellation Hermitage participe au programme de formation Vallée du Rhône Terroir.

L'engagement de l'Hermitage s'est également traduit par un soutien actif au **Salon des Vins de Tain**, renforçant ainsi son ancrage local et son rôle clé dans la valorisation des vins de la région. À l'export, plusieurs **opérations collectives ont été menées sur les marchés stratégiques pour les vins de la Vallée du Rhône**, contribuant à asseoir la notoriété de l'appellation à l'international.

En parallèle, l'Hermitage continue à prendre part à la **protection de son identité** en contribuant aux frais de l'ODG pour la défense du nom, avec plusieurs dossiers juridiques en cours. Cette démarche de valorisation du terroir s'est aussi illustrée par l'ambition forte de faire inscrire l'appellation au **Patrimoine Mondial de l'UNESCO**, un projet structurant qui met en avant la richesse historique et culturelle de ce vignoble d'exception.



A contre jour photographie



PROMOTION

# LIRAC



## 2024, premier Salon des Vins de Lirac ouvert au grand public

En 2023, la section de l'appellation Lirac a organisé son premier salon des vins exclusivement dédié aux professionnels du vin.

En 2024, elle a introduit un tout nouveau concept : le salon, toujours destiné aux professionnels, a également été ouvert au grand public. Cet événement a rassemblé 36 exposants et accueilli 225 participants, dont 50 professionnels.

Fort de ce premier succès, la section de l'appellation Lirac reconduira le salon en 2025. Pour cette nouvelle édition, il se rapprochera du Grand Avignon et se tiendra à la Maison Bronzini, à Villeneuve-lès-Avignon le samedi 22 mars.

## Presse France

La section Lirac a diffusé un dossier de presse (en français et anglais) réalisé par Karine Valentin. L'appellation a également été mise en avant dans :

- Le magazine *Vigneron* (30 000 exemplaires).
- *Cuisine et Vins*, avec un article sur des vignerons suite au voyage de presse de Béatrice Delamotte.
- *Vins et Gastronomie*, avec un article prévu pour l'hiver 2024.

Enfin, 10 vins de l'appellation ont été dégustés par Robert Petronio (*Revue du Vin de France*) lors d'une grande dégustation.

## Presse Internationale

En mars, Jamie Goode a participé à un voyage de presse sur le thème « Nouveaux domaines et nouvelle génération », incluant une dégustation à l'aveugle de 40 cuvées. En avril, Anna-Lee Iijima a rencontré deux opérateurs lors d'un dîner organisé par Inter Rhône.

La section a également accueilli, en avril, trois journalistes américains (Nicole MacKay, Kathleen Willcox et Jim Clarke) et a organisé des voyages de presse pour les marchés britannique et suisse en fin d'année.

## Actions Locales

Le 12 janvier, la 6e rencontre des producteurs du Cru Lirac avec les Maisons de Négoce a réuni 26 producteurs et 25 négociants pour présenter les actions de l'année précédente et les cuvées à la vente.

Le 25 mai, la section et la Confrérie des Jaugeurs de Lirac ont co-organisé la 17e balade gourmande, qui a attiré 300 participants.

Au caveau syndical, des ateliers ont été proposés, dont :

- Un atelier sur la truffe d'été.
- Un atelier de géo-sensorialité animé par Alfredo Romo.



Salon des Vins de Lirac - Création Agence Miyou - Photographie Pauline Daniel

# LUBERON



## 2024 : une année placée sous le signe des partenariats

Pour renforcer la notoriété de l'appellation Luberon, la section a choisi de renouveler en 2024 ses collaborations avec deux médias de référence : *Terre de Vins* et *La Revue du Vin de France*.

Le partenariat avec *Terre de Vins* s'est notamment illustré lors de la cérémonie de gala du *Tour des Cartes*, un événement qui récompense les meilleures cartes des vins des restaurants français. L'AOC Luberon y a remis le prix du meilleur bar à vins de France, tout en profitant de cette soirée prestigieuse pour faire découvrir ses cuvées aux nombreux restaurateurs et sommeliers présents. Le partenariat a également pris la forme d'un encart publicitaire et de publications sur les réseaux sociaux.

Les vins blancs de l'appellation ont été mis à l'honneur lors de deux master classes animées par Karine Valentin. La première s'est tenue en avril, la seconde en novembre, toutes deux à destination des cavistes.

Par ailleurs, l'AOC Luberon a participé, mi-novembre, au salon *Biodays* à Paris, avec un stand collectif.

Côté grand public, la section continue de soutenir activement le label *Vignobles & Découvertes* « Vignoble du Luberon » à travers de nombreuses actions. Parmi elles, l'événement *Wine & Dine*, organisé à Lourmarin, a rencontré un franc succès, avec plus de 1200 entrées payantes.

Enfin, à l'international, les actions export se sont concentrées cette année sur le marché britannique, avec l'accueil en juin d'une délégation d'acheteurs venus spécialement découvrir les vins du Luberon.



# RASTEAU



## L'AOC Rasteau - Là où on ne l'attend pas

En 2024, L'AOC Rasteau a continué dans sa lancée et son ambition de montrer le dynamisme et la fraîcheur d'un Cru *là où on ne l'attend pas*. Et à travers de nombreuses actions en France et à l'étranger l'appellation a su s'illustrer tout en rompant avec les préjugés préétablis.

## 2024 : un anniversaire qui a fait du bruit

En marquant les professionnels du monde du vin dès Wine Paris, à travers une master class inédite dédiée aux Vins Doux Naturels qui fêtaient leurs 80 ans, l'AOC Rasteau donne le ton pour l'année. Elle a su tirer profit de cet anniversaire en jouant la carte de la gastronomie grâce à un partenariat annuel inédit avec des restaurants gastronomiques de toute la région.

*Déjeuner entre ciel et terre à Montréal*



*Partenariat entre Rasteau VDN et le restaurant le Sevin à Avignon*

Portage presse, articles dans la *Revue du Vin de France* et *Terre de Vins*, podcasts inédits, master class, l'AOC Rasteau s'est imposée auprès des professionnels du vin, affirmant sa visibilité et la modernité de son Cru et de ses vins.

## Une percée outre-Atlantique

A l'export, l'AOC Rasteau s'est également imposée auprès de grands dégustateurs aux États-Unis et au Royaume-Uni. Une opération renforcée par le déjeuner intimiste au restaurant perché canadien, le Hiatus, qui a proposé une expérience entre « Ciel et Terre » premium à 12 journalistes de Montréal.

## Le vignoble de Rasteau : la force de l'accueil pour une expérience marquante et immersive

L'AOC Rasteau a privilégié en 2024 l'accueil dans le vignoble, une manière de montrer la force d'un terroir de caractère aussi bien viticole que culturel, dessiné par des reliefs d'exception.

Du 07 au 13 avril, l'appellation a donc accueilli les journalistes américains Jim Clarke, Nicole Mackay, Tom Mullen et Kathleen Willcox. Cette opération a permis à Rasteau de se distinguer dans les magazines *Forbes* (à deux reprises), *Paste*, *The Vintner Project* et sur le site.



*Accueils de journalistes américains à Rasteau*

La venue de Jeb Dunnuck au mois de septembre, pour une dégustation conjointe des crus Cairanne et Rasteau, a permis de renforcer sur les réseaux sociaux le dynamisme de l'appellation.

## Les événements

Rasteau s'est également démarqué lors d'événements locaux et gastronomiques tels que Lyon Street Food Festival et Valence en Gastronomie, tout en continuant à attirer les amateurs de vins lors des soirées emblématiques : la Nuit du Vin et Quand VIN le Soir, qui ont retrouvé leur fréquentation d'avant Covid.

En résumé, l'année 2024 a permis d'asseoir la notoriété de l'appellation auprès de professionnels du vin de renom et de la faire mieux connaître auprès d'une cible de consommateurs plus large. Une nouvelle ère est en cours.



# SAINT-JOSEPH



## SAINT-JOSEPH

CRU DES CÔTES DU RHÔNE

### Une année de rayonnement et de promotion

L'année 2024 a été marquée par une stratégie ambitieuse et efficace pour l'AOC Saint-Joseph, qui a consolidé son image et son rayonnement au travers de multiples initiatives de communication, par les relations presse et via des événements. L'appellation a su s'imposer sur la scène viticole, en mettant en avant ses valeurs et son savoir-faire ancestral.

### Des objectifs clairs et une identité affirmée

L'AOC Saint-Joseph a poursuivi son ambition de se positionner comme une appellation de référence, en insistant sur la finesse, l'élégance et l'engagement de ses vins. Ce travail a permis de renforcer le sentiment d'appartenance autour de la marque et d'affirmer son caractère unique auprès des amateurs et professionnels du vin. Grâce à des actions ciblées, l'appellation a su sensibiliser un public plus large, tout en fidélisant ses ambassadeurs historiques.

Une année rythmée par des temps forts

Plusieurs événements ont jalonné cette année, contribuant à la mise en lumière des atouts de l'AOC Saint-Joseph :

- **Voyages de presse et accueils individuels** : 10 journalistes et influenceurs ont été conviés à découvrir l'appellation sous un angle privilégié, leur offrant une immersion dans les paysages et les terroirs uniques de Saint-Joseph. Les échanges ont permis une meilleure compréhension de l'histoire et du travail des vignerons.



- **Intime Tablée** : Deux dîners d'exception en mai 2024, rassemblant 17 journalistes et 28 professionnels du vin, avec 27 cuvées dégustées. Ces rencontres ont favorisé une mise en avant des accords mets-vins et une discussion approfondie sur les spécificités des terroirs.
- **Festival des Terroirs et Nuits de Fourvière** : Participation à des événements culturels et grand public ayant attiré plus de 120 amateurs de vins et professionnels. Une soirée spéciale a permis de déguster une sélection de cuvées en accord avec des mets locaux et d'échanger avec des vignerons passionnés.
- **Festival des Humoristes - 35<sup>ème</sup> édition** : Présence remarquée lors de cet événement qui s'est tenu du 23 au 31 août 2024. L'AOC Saint-Joseph a profité de cette opportunité pour associer son image à un moment festif et convivial. Un espace de dégustation a été mis en place, permettant aux festivaliers de découvrir les vins et d'interagir directement avec les producteurs.

- **Nuit des Étoilés - Valence en Gastronomie** : Participation à cet événement prestigieux les 12 et 13 septembre, attirant plus de 60 000 visiteurs, permettant de mettre en avant les vins de l'AOC auprès du grand public.
- **Festival Jazz à Vienne** : L'AOC Saint-Joseph a été présente auprès de 220 000 festivaliers de cet événement culturel majeur, renforçant sa visibilité dans un contexte festif et convivial.
- **Accueil prescripteurs Québécois avec l'AOC Hermitage et de cavistes français** : 8 sommeliers canadiens et 13 cavistes français ont été accueillis pour une immersion dans l'appellation. Le programme comprenait des visites de vignobles, des rencontres avec des vignerons, ainsi que des ateliers de dégustation visant à renforcer la présence des vins de Saint-Joseph sur les marchés internationaux.





- Dégustation à la Maison des Vins de Tain l'Hermitage : **8 journalistes** ont été accueillis pour une dégustation exceptionnelle de près de **140 cuvées**, offrant un aperçu de la diversité et de la qualité des vins de l'appellation.

### Une stratégie de communication dynamique

L'AOC a mis en place une communication efficace et percutante :

- **Relations presse** : 4 communiqués de presse envoyés tout au long de l'année, un par saison, avec une couverture médiatique étendue (*Le Figaro*, *La Revue du Vin de France*, *Cuisine et Vins de France*), renforçant la visibilité de l'appellation dans les médias spécialisés et généralistes.
- **Stratégie digitale et influence** : Une audience en croissance sur les réseaux sociaux avec +332 abonnés sur Facebook (10 812 au total) et +302 sur Instagram (3 232 au total), permettant de toucher une communauté toujours plus engagée.
- **Outils de communication** : Production de 2 newsletters envoyées à plus de 500 journalistes et 1 000 professionnels, diffusant des informations clés et mettant en avant les nouveautés de l'AOC.
- **Outils rédactionnels** : *L'illustré des vins de Saint-Joseph* N°8 sur «Le potentiel de garde de Saint-Joseph est grand » a été édité, suivi de *L'illustré* N°9 sur l'Histoire du Vignoble de Saint-Joseph, offrant un regard approfondi sur la richesse et la longévité des vins de l'appellation.

### Un avenir prometteur

Avec une identité renforcée et une reconnaissance accrue, l'AOC Saint-Joseph aborde 2025 avec ambition. La stratégie mise en place en 2024 pose des bases solides pour poursuivre le développement de l'appellation, tant en France qu'à l'international.

Un des projets majeurs en cours est la poursuite des efforts pour l'inscription de l'AOC Saint-Joseph au patrimoine mondial de l'UNESCO. Ce travail, initié depuis plusieurs années, vise à reconnaître la valeur unique des paysages

viticoles et du savoir-faire des vignerons de l'appellation. En mobilisant experts, institutions et acteurs locaux, cette démarche s'inscrit dans une volonté de préservation et de transmission du patrimoine viticole, tout en garantissant une visibilité accrue à l'international.

Ainsi, l'année 2024 s'achève sur une note positive, marquée par des avancées significatives et une dynamique forte pour continuer à faire briller l'AOC Saint-Joseph dans les années à venir.



# TAVEL



## Une année d'actions stratégiques pour valoriser l'appellation Tavel en 2024

En 2024, l'appellation Tavel a mené de nombreuses actions pour renforcer son positionnement, valoriser ses vins et accroître sa notoriété en France et à l'international.

### Positionnement stratégique

Une étude de positionnement réalisée par le cabinet Étienne Laporte a identifié six axes de développement majeurs : grande distribution, circuits traditionnels, export, communication/marketing, valeur, et produit. Les recommandations serviront de base à la création d'une nouvelle identité visuelle, confiée à une agence en 2025.

### Communication et formation

En collaboration avec l'agence Clair de Lune, deux axes ont été développés : relations presse (avec deux portages annuels et des articles de fond) et un module e-learning destiné aux élèves sommeliers des écoles hôtelières.

### Participation à des événements majeurs

**Wine Paris** (12-14 février) avec un stand regroupant 17 entreprises et mettant en valeur 32 cuvées, attirant journalistes, professionnels et importateurs.

**Hospice du Rhône** (24-27 avril, USA) : Les vins de Tavel ont été valorisés grâce à une table de dégustation dédiée, un Rosé Lunch exclusif et un séminaire animé par le sommelier Christophe Tassan.

**Festival Off d'Avignon** (juillet) : L'appellation Tavel a marqué sa présence avec une cuvée partenaire, des dégustations et des soirées dédiées aux professionnels.

### Événement local

La 10<sup>e</sup> édition de l'événement œnotouristique **Couleur Tavel** a attiré près de 4000 visiteurs le 20 juillet, et mis en lumière les vins, la culture et le patrimoine de l'appellation.

### Présentation des Crus à Bruxelles le 4 novembre

**Les crus font leur show** : À l'occasion de cet événement coordonné par Inter Rhône, les vins de Tavel ont été présentés à une cible de professionnels et de grands amateurs. Un Podcast Show animé par le journaliste Denys Van Den Buijs y a été enregistré, sur la thématique "Terroir & Gastronomie".

En 2024, ces actions témoignent d'une stratégie cohérente et ambitieuse, positionnant l'appellation Tavel comme un acteur incontournable des vins rhodaniens.



Master Class Tavel animée par Christophe Tassan



# VACQUEYRAS



## Vacqueyras à l'honneur en Belgique pour les 20 ans de la Baronnie de Gand

En juin 2024, Vacqueyras a été mis à l'honneur par la Baronnie des Costes du Rhône à l'occasion du 20<sup>e</sup> anniversaire de la Baronnie de Gand, en Belgique. Cet événement d'envergure a marqué une belle mise en avant des vins sur le premier marché à l'export de l'appellation.

Le salon grand public a rassemblé plus de 400 visiteurs, venus découvrir et déguster les vins de Vacqueyras dans un cadre convivial et passionné. La soirée de gala, quant à elle, a réuni 300 convives autour d'un dîner d'exception, sublimé par nos cuvées.

Ce rendez-vous a été un véritable succès commercial et une belle reconnaissance pour Vacqueyras, avec plus de 2 000 commandes enregistrées. Une dynamique prometteuse qui confirme l'attrait grandissant pour ses vins sur la scène internationale.

## Synapson à Vacqueyras pour la 2<sup>ème</sup> édition du Son des Dentelles

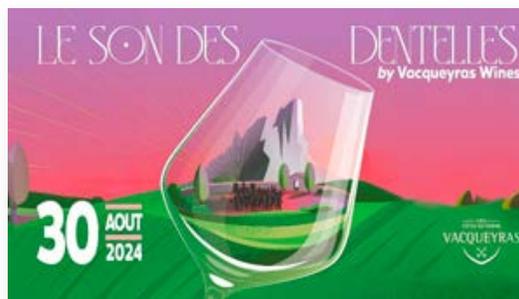


## Le Son des Dentelles : une deuxième édition couronnée de succès

Le Son des Dentelles confirme son succès avec une seconde édition *sold out* ! Les 550 billets se sont écoulés rapidement pour cette soirée électro au cœur du Château de Vacqueyras, face aux Dentelles de Montmirail.

Sur scène, Synapson, Charlotte Newman et System Sol ont fait vibrer le public, offrant une programmation musicale de haut niveau. Les participants, âgés de 25 à 44 ans et amateurs de musique et de bons vins, ont pu découvrir et apprécier une trentaine de cuvées de l'appellation.

L'enthousiasme était au rendez-vous avec 380 bouteilles achetées au cours de la soirée, confirmant l'engouement pour les vins de Vacqueyras. Une belle réussite qui annonce déjà une prochaine édition incontournable.



Le Son des Dentelles

## Margot Ducancel en immersion à Vacqueyras pour valoriser l'AOC

Margot Ducancel, influenceuse spécialisée dans le vin (@rougeauxlèvres), a été accueillie à Vacqueyras pour une immersion au cœur du vignoble. L'objectif était de valoriser et moderniser l'image de l'AOC Vacqueyras auprès d'un public jeune et connecté. Son programme incluait des rencontres avec des vignerons, des visites de domaines, un vol au-dessus des terroirs et un podcast avec Georges Truc. Son contenu a généré un bon taux d'engagement, renforçant la notoriété de l'appellation.



Margot Ducancel

# VENTOUX



## AOC Ventoux : l'appellation marraine de la promotion des étudiants en sommellerie de Tain l'Hermitage

L'AOC Ventoux a parrainé la promotion 2023-2024 des étudiants en sommellerie de Tain l'Hermitage. Tout au long de l'année scolaire, diverses initiatives ont été mises en place pour sensibiliser ces étudiants à l'appellation et en faire de futurs ambassadeurs. Cinq podcasts ont été enregistrés avec les élèves, en collaboration avec *Vaucluse Matin*. Chaque épisode a présenté une rencontre entre un étudiant et un vigneron du Ventoux, abordant des thèmes variés comme la famille, la reconversion, l'international, le sport et la coopération, offrant ainsi des histoires captivantes sur le terroir et la transmission des savoirs.



@lesvinsaoventoux



## L'appellation continue le déploiement de ses initiatives en accord avec sa raison d'être

En 2024, l'AOC Ventoux a poursuivi ses actions en lien avec sa raison d'être, avec plusieurs initiatives marquantes. Quatre opérateurs Ventoux ont lancé le réemploi de leurs bouteilles en verre, rendant 150 000 bouteilles réemployables disponibles sur le marché local et national. Un projet ambitieux avec plusieurs partenaires permettra la récupération des contenants vides dès le premier semestre 2025.

L'appellation a renouvelé sa collaboration avec l'ICV pour suivre l'impact du changement climatique sur la vigne, offrant un bulletin hebdomadaire sur l'évolution du millésime et le suivi hydrique.

Deux ateliers de transfert de compétences ont été organisés. Le premier, sur le climat futur et la dégustation de cépages résistants, comprenait la découverte de l'atlas agroclimatique de l'appellation et des études climatiques de l'INRAE. Le second atelier, dédié à l'œnotourisme, a réuni plus de 40 participants qui ont pu échanger sur leurs expériences et définir une nouvelle stratégie pour le label.



@lesvinsaoventoux

Développer l'attractivité œnotouristique et agricole du territoire à travers le label Vignobles & Découvertes

L'AOC a continué d'organiser des événements marquants et de soutenir ceux de ses partenaires dans le cadre du label Vignobles & Découvertes « Autour du Ventoux », porté depuis 2018 et prévu pour renouvellement en 2025. Ces événements ont mis en lumière le terroir, le patrimoine et le savoir-faire des vigneron.

Lors de la quatrième édition du Grand Rendez-Vous des vins AOC Ventoux, l'événement s'est associé au festival de musique électronique Kolorz, attirant 1 900 personnes le samedi 29 juin à l'Hôtel Dieu de Carpentras.



@lesvinsaoventoux



PROMOTION

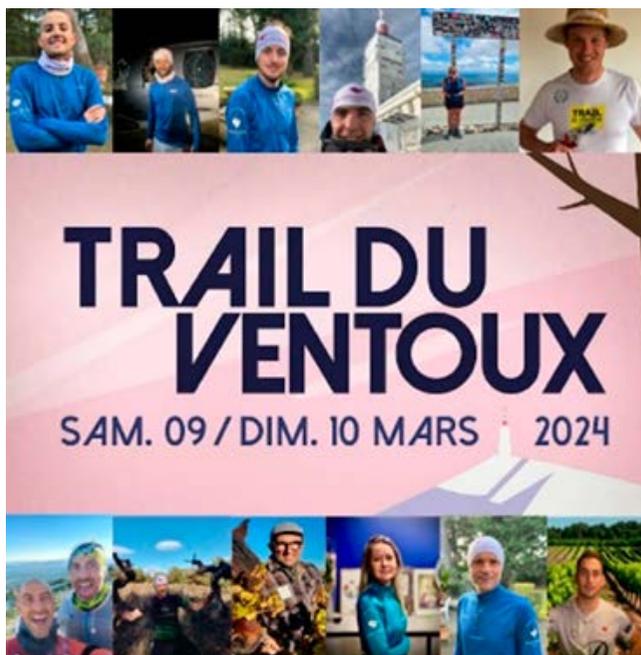
Après les Mines de Bruoux, le Château du Barroux et le passage Boyer à Carpentras, l'événement phare du Fascinant Week-end, le Banquet du Géant, a eu lieu à Brun de Vian Tiran, une manufacture lainière historique à l'Isle sur la Sorgue, mettant en valeur le patrimoine local et marquant l'entrée de la commune dans l'aire d'appellation. Cette nouvelle édition a réuni 150 convives autour d'une même et grande table au milieu de la salle des machines de la manufacture.

Enfin, la destination « Autour du Ventoux » a également participé à la 5ème édition du Fascinant Week-end. Dans une démarche de mutualisation et de valorisation territoriale, une programmation commune a été mise en œuvre avec la Destination Luberon et la Destination Autour des Dentelles, afin de renforcer sa visibilité.



@lesvinsaoventoux

Le territoire de l'AOC Ventoux est également une aire de reliefs connue pour la randonnée pédestre et le trail. L'AOC Ventoux a ainsi renouvelé sa participation au Trail du Ventoux, avec la création d'un nouveau parcours : le 15 km AOC Ventoux, qui oscille entre les ocres, les vergers mais surtout entre les vignes de l'AOC Ventoux ainsi qu'à la GF Mont Ventoux, où comme chaque année, une quinzaine de vignerons et négociants de l'AOC Ventoux ont fièrement porté les couleurs de la Team Vivez en Relief !



@lesvinsaoventoux

Tout au long de l'année, l'AOC Ventoux a accueilli de nombreux journalistes. En janvier, Ines Salpico a réalisé un publiereportage pour *Decanter* intitulé « Ventoux AOC, the rising star of the Rhone ». Romy Ducoulombier, du *Figaro*, a rédigé un article : « Vignoble du Ventoux : régalade et bol d'air ». Louis-Victor Charvet a publié un article dans *En Magnum* sur « Ventoux - ceux qui montent ». En juillet, Margot Ducancel a découvert le vignoble pour son podcast « l'AOC Ventoux, j'en raffole ». André Dominé,

journaliste allemand, a écrit un article de six pages sur la destination Vignobles & Découvertes pour *Meiningers Weinwelt*. Dans le cadre d'un accueil mutualisé avec les appellations Lirac, Gigondas et Cairanne, Jamie Goode a visité le Ventoux et rédigé plusieurs articles captivants. Suite à un appel à échantillons, Matt Wall a publié un article dans *Decanter* intitulé « Chasing freshness in Ventoux ».

Une master class a été organisée avec la *Revue du Vin de France* sur le thème « AOC Ventoux, l'étoile montante de la Vallée du Rhône ». Animée par Pierre Vila Pallega, dégustateur et sommelier, elle a permis à 36 cavistes, sommeliers et restaurateurs de (re)découvrir l'appellation.



## L'AOC Ventoux continue de briller à l'international

Pour renforcer l'image des vins auprès des professionnels et des consommateurs américains, l'AOC Ventoux a organisé deux actions majeures aux États-Unis. Sept domaines et maisons ont participé à une master class en partenariat avec Business France au restaurant Ungrafted à San Francisco, tenu par deux Master Sommeliers. L'appellation a également fait son retour au salon *Hospice du Rhône* à Walla Walla, dans l'État de Washington.

Deux ans après le succès du séminaire Ventoux présenté par Jeb Dunnuck à Paso Robles, plusieurs événements ont à nouveau mis en lumière l'appellation, notamment un dîner 100% AOC Ventoux, complet dès l'ouverture des ventes, et une vente aux enchères avec un lot sur la destination Ventoux, atteignant jusqu'à 7 500 \$

Sur le marché allemand, une table ronde professionnelle suivie d'une master class consommateur ont été organisées en partenariat avec le groupe media *Meininger*.



@lesvinsaoventoux



@lesvinsaoventoux

## Une nouvelle campagne de communication inspirée des Jeux Olympiques

Sur le volet digital, une série de photos autour du sport a été réalisée afin de nourrir les réseaux sociaux de l'AOC Ventoux durant le mois d'août. Déclinée en 10 visuels inspirés des disciplines des Jeux Olympiques, ce fut une belle occasion de montrer que dans l'AOC Ventoux, vigne et sport ne sont pas incompatibles et que le métier de vigneron est un défi de tous les jours



PROMOTION

# VINSOBRES



## Un vent de fraîcheur souffle sur Vinsobres

La stratégie de communication de l'appellation se concentre désormais sur la fraîcheur exceptionnelle de ses vins avec une attention particulière portée sur la Syrah. En mettant en avant les caractéristiques uniques du terroir, le Cru Vinsobres cherche à valoriser l'authenticité et la diversité de sa palette de vins.

Au pays du Grenache, la Syrah représente, sur Vinsobres, plus de 30% de l'encépagement total du vignoble. Bien que sur l'appellation les cuvées sont le fruit d'un assemblage, aujourd'hui les vins à dominante Syrah occupent une place de plus en plus importante.

De plus, situé à une altitude propice, le terroir bénéficie de conditions climatiques idéales qui confèrent aux vins une fraîcheur inédite et une complexité aromatique remarquable. Les vents dominants, tels que le Mistral et le Pontias, contribuent à la qualité des vins. Pour soutenir cette nouvelle orientation, l'appellation a mis en place plusieurs actions de communication ciblées à destination de la presse et du trade.



## Vinsobres, en route vers l'export

En 2024, l'appellation Vinsobres a lancé un ambitieux plan export triennal ciblant les marchés américains et asiatiques. Cette initiative a pour objectif de diversifier les efforts vers des marchés prometteurs et d'étendre les actions de promotion aux pays tiers.

La stratégie mise en place vise à renforcer la visibilité et à faire émerger l'appellation Vinsobres à l'international comme un cru correspondant aux attentes du consommateur du moment, et au bon mix rapport qualité/prix. Pour cela, plusieurs opérateurs ont participé à des salons internationaux (Vinexpo New York et ProWine Shanghai) et l'appellation a organisé sur place des master class spécifiques et des animations de tables découvertes.

Ce plan export va permettre de consolider la position du Cru Vinsobres sur les marchés internationaux et de valoriser l'excellence des vins auprès des prescripteurs.

## Vinsobres en fête, des événements pour tous

Le premier de ces événements est **La Nuit du Vinsobres**, qui se déroule au cœur du charmant village perché. Cet événement convivial et familial propose une multitude d'animations musicales, des stands gastronomiques mettant en valeur les produits locaux et bien sûr, des stands vins où les visiteurs peuvent déguster les meilleures cuvées. Objectif : créer un lien fort avec le public tout en offrant une expérience unique et mémorable.

Le second grand événement est le « Festival du Vinsobres », qui réunit de nombreux domaines viticoles, des foodtrucks locaux, des bandas mettant l'ambiance, avec un concert animé par un DJ ainsi que de nombreuses animations. Des activités sont en outre prévues pour les enfants, ce qui rend cet événement accessible à toute la famille. Un marché de producteurs complète le tableau.

Ces événements ont pour but de renforcer la notoriété de l'appellation Vinsobres, d'éduquer et de fidéliser les consommateurs, et de promouvoir les vins auprès d'un large public en pleine saison touristique.



Copyright Thomas OBrien





## RAPPORT D'ACTIVITÉS 2024

Rapport édité par INTER RHÔNE

---

### INTERPROFESSION DES VINS AOC CÔTES DU RHÔNE ET VALLÉE DU RHÔNE

[www.vins-rhone.com](http://www.vins-rhone.com)

#### INTER RHÔNE MAISON DES VINS

6, rue des 3 Faucons - CS90513  
84024 Avignon Cedex 1 - France  
Tel. +33(0)4 90 27 24 00  
[contact@inter-rhone.com](mailto:contact@inter-rhone.com)

#### ANTENNE DE TAIN

Maison des Vins de Tain  
485 Avenue des Lots  
26600 Tain l'Hermitage  
Tel. +33 (0)4 75 07 88 81  
[accueiltain@inter-rhone.com](mailto:accueiltain@inter-rhone.com)

#### TECHNIQUE SAS INSTITUT RHODANIEN

2260, route du Grès  
F – 84100 Orange  
Tel : +33 (0)4 90 11 46 00  
[contact@institut-rhodanien.com](mailto:contact@institut-rhodanien.com)

### Source de belles rencontres

Pour découvrir nos  
Appellations d'Origine Contrôlée

[vins-rhone.com](http://vins-rhone.com)



INTER RHÔNE