

Communiqué de presse, 12 février 2018

INTERLOIRE Les vins du Val de Loire renforcent leur programme de promotion à l'international

Selon la volonté stratégique de la filière de conforter la progression des ventes des vins du Val de Loire à l'exportation (+ 3% en valeur en 2017*), InterLoire accroît son budget communication de 30% pour développer ses programmes de promotion à l'international, notamment sur 3 destinations clés : Amérique du Nord, Royaume-Uni et Allemagne.

64 millions de bouteilles exportées en 2017

L'équivalent de 64 millions de bouteilles de vins du Val de Loire a été exporté en 2017 pour un chiffre d'affaires de 278 millions d'euros (+3% en valeur). Ce chiffre constitue un **record en valeur** des vins exportés. 1 bouteille sur 5 est expédiée hors du territoire national.

Les vins d'appellation représentent 91% des volumes ligériens exportés pour 95% de la valeur. 9% des volumes concernent les IGP Val de Loire (45 000 hl, éq. 6 millions de cols) au développement notable en 2017 : +5,1% en volume et +9,4% en valeur.

La valorisation est générale pour les vins ligériens : l'évolution du prix départ cave sur un an est de 6% pour les AOP et de 4% pour les IGP.

Sancerre blanc, crémant-de-loire et touraine blanc sont les 3 plus gros contributeurs à la valorisation des exportations ligériennes.



Les blancs

60 % des volumes exportés
67 % de la valeur

Appellations les + performantes

Anjou, saumur, savennières, touraine (record en volume et en valeur), vouvray, blancs du Centre-Loire



Les rouges et les rosés

24 % des volumes exportés
18 % de la valeur

Appellations les + performantes

Chinon, saumur, saumur-champigny



Les fines bulles

16% des volumes exportés
15% de la valeur

Appellations les + performantes

Crémant-de-loire (record en volume et en valeur), vouvray

Zoom sur les actions de promotion à l'international

ETATS-UNIS : 1^{er} marché en valeur et en volume des vins du Val de Loire

Les USA représentent une destination à fort potentiel de développement où les vins du Val de Loire doivent renforcer leur image et leur distribution sur quatre états clés : New-York, l'Illinois la Californie et le Texas.

Spring to Loire s'inscrit par conséquent comme un événement incontournable pour le trade et la presse. En 2018, un programme 360° avec des séminaires et des dégustations thématiques attend les 1000 professionnels ciblés (détaillants, cavistes, sommeliers) et les journalistes du 10 au 19 avril.



Tout au long de l'année, InterLoire capitalisera sur d'autres actions de promotion à destination des consommateurs américains telles que : la mise en avant de leur offre « **Rosé's Brother** » pour les rosés-de-loire et les rosés-d'anjou avec **Beverage Media**, une participation à **Vinexpo NY** pour présenter la diversité de leur gamme lors d'un cocktail auprès de 30 professionnels, des **formations dans les points de vente** suivie de **3h de dégustation** pour les consommateurs et des **temps forts de rencontres** avec notamment le **San Diego Food and Wine Festival** et une soirée influenceurs avec le **WineEnthusiat**.

ROYAUME-UNI : 2^{ème} marché en valeur et en volume des vins du Val de Loire

Pour s'affirmer sur le marché britannique, InterLoire a choisi de partir à la conquête de nouveaux consommateurs en s'appuyant sur les nouvelles tendances de consommation des britanniques. Cette stratégie s'applique à plusieurs niveaux :

- vers les amateurs : avec l'organisation de rencontres « Intimate Loire moments » dans des restaurants londoniens
- vers le grand public: à travers une campagne de communication sur les taxis londoniens
- vers les acheteurs : en activant diverses chaines de points de vente pour faire connaître la diversité de la gamme : mise en avant des vins chez 50 cavistes en association avec Wine Merchant ou YappBrothers élu caviste de l'année 2017.
- vers les influenceurs : avec l'intervention de Tim Atkins à l'occasion de la London WineFair pour accroître l'image et la notoriété des vins du Val de Loire auprès des Britanniques.

L'ensemble de ces actions viendront renforcer le partenariat des vins du Val de Loire avec **la London WineWeek** qui accueille 6 000 participants du 14-20 mai.



ALLEMAGNE : 3^{ème} marché en valeur et en volume des vins du Val de Loire

Pour ce marché, toutes les actions menées sont orientées sur la **cible B2B**, l'objectif étant de créer une visibilité des vins du Val de Loire auprès des influenceurs allemands en s'appuyant sur la bonne réputation des appellations.

En avril, un dîner de presse spécial « fines bulles de Loire » sera organisé au Fontenay à Hamburg, suivi au mois de septembre par un dîner de presse « pépites de Loire » au Cordobar de Berlin. Tout au long de l'année, InterLoire mènera une coopération avec les grands titres de la presse professionnelle allemande : Meiningen, Weinmarkt, Vinum et Landgenuss, pour présenter la qualité de la gamme des vins du Val de Loire, parfois encore méconnue.

**source : Données Val de Loire, observatoire économique d'InterLoire à partir des données des douanes françaises*

Clair de Lune

Emilie Charvet & Philippine Bondil
04 72 07 31 93
philippine.bondil@clairdelune.fr

InterLoire

Anne-Sophie Lerouge
02 47 60 55 23
as.lerouge@vinsvaldeloire.fr

À PROPOS D'INTERLOIRE : l'Interprofession des vins du Val de Loire rassemble 3000 opérateurs (viticulteurs, négociants et coopératives) qui commercialisent en moyenne 2 millions d'hectolitres par an équivalent à 270 millions de bouteilles. Elle regroupe 50 appellations, dénominations et IGP réparties sur 43 000 hectares et 14 départements ligériens, de la Vendée au Puy-de-Dôme, représentant 80% des volumes du bassin ligérien.

InterLoire s'inscrit au cœur de la 3^{ème} région de vins d'appellation de France avec pour missions le pilotage économique de la filière, la recherche et l'expérimentation, la défense et la promotion des vins du Val de Loire.

