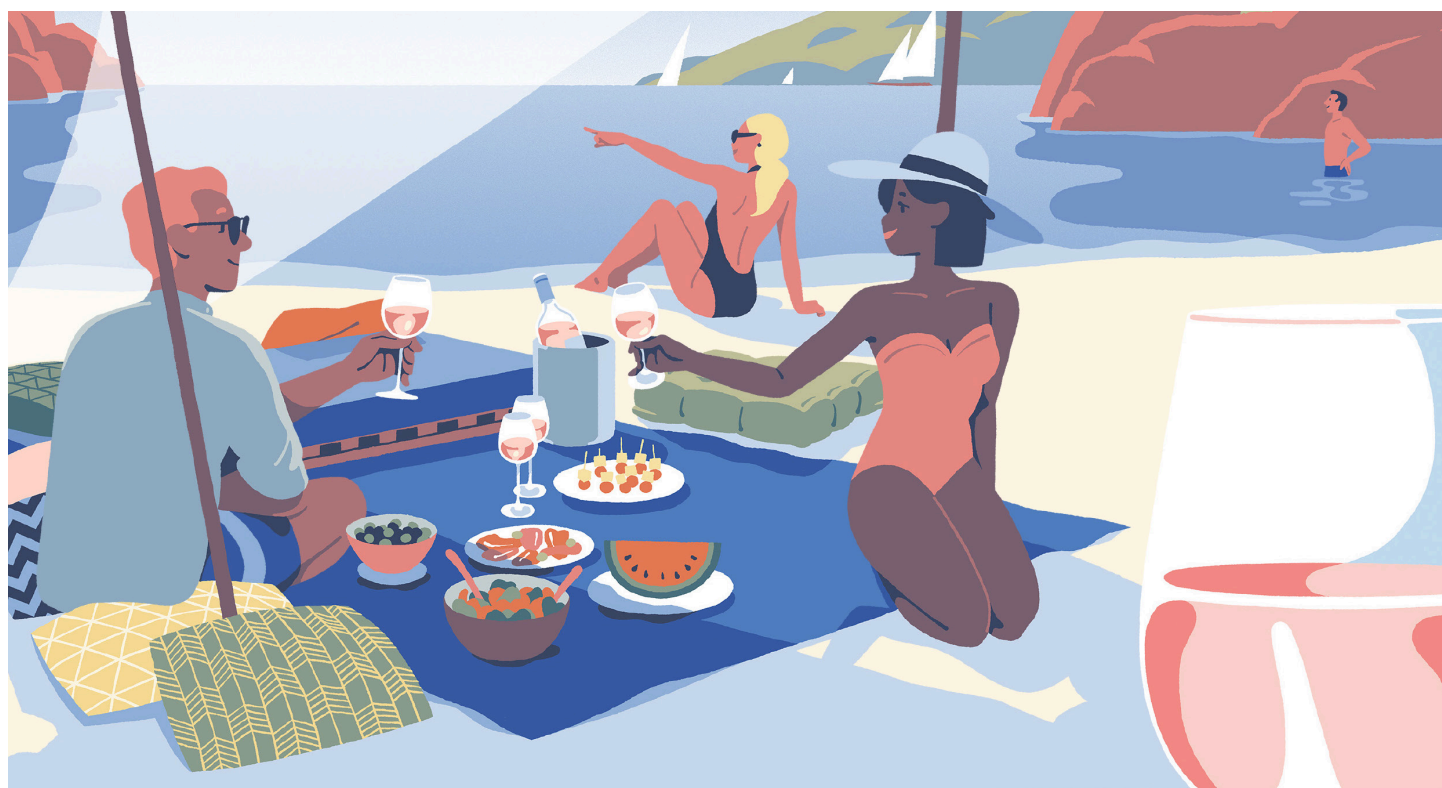


STRATÉGIE

Le Conseil Interprofessionnel des Vins de Provence lance un plan d'actions 2020 ambitieux

Suite à l'augmentation de son budget de 27 % en juillet, l'interprofession des Vins de Provence, réunie en Assemblée Générale ce jeudi 5 décembre, a validé un plan d'actions de 7 millions d'euros concernant plus de 15 marchés. Objectifs : accompagner la premiumisation des vins, consolider les marchés mûrs et développer les marchés émergents notamment la zone Asie-Pacifique.



À l'instar des autres régions viticoles françaises, le vignoble provençal doit faire face à une conjoncture économique-politique problématique à l'international (Brexit, taxes américaines...) mais aussi en France (baisse de la consommation, agri-bashing...)

Face à ces défis, les Vins de Provence restent plus que jamais combatifs.

L'interprofession a décidé de lancer une ambitieuse **stratégie de consolidation des marchés mûrs et de développement des marchés émergents à l'export.**

Celle-ci a été amorcée en 2019 par plusieurs actions, notamment à destination des marchés chinois et japonais. Elle va maintenant se concrétiser dans le cadre d'un plan d'actions sur trois ans à hauteur de 7 millions d'euros par an.

« Nos actions en France et à l'international ont pour objectif d'accroître sans cesse la notoriété et l'image de nos appellations partout dans le monde. Une augmentation de cotisation n'est jamais anodine. Cette décision courageuse est le signe que les entreprises du vignoble ont conscience des défis à relever et des moyens collectifs à mettre en œuvre. »

Jean-Jacques Bréban,
président du Conseil Interprofessionnel
des Vins de Provence





Pour le mettre en œuvre, le président Jean-Jacques Bréban entend s'appuyer sur les atouts des Vins de Provence, **vignoble leader et référence des vins rosés dans le monde** :

- Un potentiel de croissance à l'international qui reste important, avec un millésime 2019 qui s'annonce exceptionnel.
- Le dynamisme des acteurs du vignoble et l'attractivité de la Provence, encourageant les investissements locaux et attirant des entrepreneurs de renom à l'image du groupe LVMH qui, après avoir racheté le Château du Galoupet (l'un des 18 crus classés de Provence), vient d'annoncer une prise de participation à hauteur de 55 % dans le Château d'Esclans, propriétaire de la marque Whispering angel, incontournable aux USA.

Sur le plan politique, les Présidents Jean-Jacques Bréban (CIVP, Fédération du négoce provençal), Eric Lambert (Syndicat des producteurs de Coteaux Varois en Provence), Eric Pastorino (Syndicat des producteurs de Côtes de Provence) et Didier Pauriol (Syndicat des producteurs de Coteaux d'Aix-en-Provence) ont rappelé que la viticulture est un fleuron pour l'économie et l'image de la France. Et face à un soutien pour le moins timide de l'État et surtout de son administration, ils appellent à une vraie prise de conscience et à des réactions fortes des élus au niveau local et national.

2019-2024 : LES OBJECTIFS STRATÉGIQUES DES VINS DE PROVENCE

- **maintien des volumes commercialisés en France**
- **augmentation de la part des exportations de 37 % à 45 %**
- **Diversification des marchés export vers les marchés émergents passant de 10 à 25 % des exportations, notamment sur la zone Asie-Pacifique**

LES VINS DE PROVENCE, LE GRAND VIGNOBLE DES VINS ROSÉS

Le vignoble des Vins de Provence, le plus ancien de France, s'étend entre Méditerranée et Alpes sur près de 200 km de long à travers les départements des Bouches-du-Rhône, du Var et des Alpes-Maritimes. Constitué de trois appellations d'origine contrôlée, les AOC Côtes de Provence, Coteaux d'Aix-en-Provence et Coteaux Varois en Provence, il rassemble 486 domaines, 63 caves coopératives ainsi que 90 négociants locaux. Spécialité historique du vignoble, le vin rosé, qui représente 90 % de la production, est intimement lié à l'identité de la Provence, dont il partage les mêmes valeurs d'authenticité, de sensorialité et d'audace. Aujourd'hui, 42 % des rosés AOC français et 5 % des rosés du monde sont produits en Provence et le style qui constitue leur signature – un vin au rose pâle, sec et très aromatique – tient lieu de référence.

www.vinsdeprovence.com