

2022-2024

LE CIVP DÉVOILE SON PLAN STRATÉGIQUE POUR LES VINS DE PROVENCE

Le président du CIVP, Éric Pastorino, a présenté aux délégués et personnalités réunis lors de l'assemblée générale, le nouveau plan stratégique de l'interprofession pour les Vins de Provence. Dans un contexte de développement des marchés et de concurrence accrue, le CIVP entend prendre ainsi les devants pour pérenniser le succès du vignoble en hissant les Vins de Provence au rang de marque iconique.



© Sowine/CIVP

UNE STRATÉGIE DE MARQUE COLLECTIVE PREMIUM

Pas question de se reposer sur ses lauriers. Les Vins de Provence, dont la réussite sur les marchés ne se dément pas, ont de l'ambition et le plan stratégique de l'interprofession pour la période 2022-2024 le démontre. L'objectif est clair : assumer la position de leader mondial du rosé en hissant collectivement les Vins de Provence

dans la catégorie des marques premium. Cinq axes de travail ont ainsi été identifiés afin de préserver et de renforcer le capital symbolique du vignoble pour que celui-ci soit le passeport commun des différents acteurs au moment de partir à la rencontre des marchés et des consommateurs. ➔

« CONSOLIDER NOTRE MONTÉE EN GAMME, RELEVER LES NOUVEAUX DÉFIS »

« Les trois appellations des Vins de Provence, les caves et maisons ainsi que le négoce, ont su, en quelques décennies, développer la notoriété et l'image de nos vins au point que notre région est devenue la référence mondiale des vins rosés. Aujourd'hui, de nombreux groupes de renom investissent dans le vignoble et souhaitent y bâtir des marques de haut niveau. Même si nous pouvons être confiants pour l'avenir de notre filière, il est de notre devoir de consolider durablement notre montée en gamme et de relever les nouveaux défis qu'ils soient économiques ou environnementaux. C'est tout le sens et toute l'ambition de notre plan stratégique. » Éric Pastorino, président du CIVP

5 AXES DE TRAVAIL

1 **La consolidation de la position de référent** Ce

premier axe vise à assumer, au-delà des produits, le statut de leader sur la couleur rosé tant sur l'analyse économique (avec la montée en puissance de l'Observatoire mondial du rosé, impulsé par le CIVP) que sur la recherche (avec de nouvelles ambitions pour le Centre du Rosé ainsi qu'avec le lancement d'une chaire sur les vins rosés en partenariat avec Kedge Business School) ou la mise en réseau (avec le lancement en 2022 d'un réseau international des vignobles spécialisés dans le vin rosé).

3 **La structuration et la valorisation de l'offre œnotouristique**

Ce troisième axe permettra de recenser, qualifier et organiser l'offre dans le territoire afin de proposer des expériences immersives contribuant au rayonnement collectif des Vins de Provence. Pour répondre aux attentes des visiteurs, une nouvelle plateforme web fera prochainement office de guichet unique en donnant l'accès à l'ensemble de l'offre œnotouristique des caves et domaines du vignoble.

5 **Renforcer le lien entre le CIVP et tous les vignerons et négociants**

Ce dernier axe acte la dimension collective du nouveau plan stratégique de l'interprofession. Aussi, le plan prévoit la mise en place d'outils permettant de mieux faire circuler l'information et de stimuler l'intelligence collective afin d'impliquer tous les adhérents et plus largement tous les acteurs du territoire dans la mise en oeuvre du plan stratégique. Le plan est lui-même issu d'un processus collectif, qui a associé les vingt-quatre membres du conseil d'administration du CIVP.

2 **Poursuivre la montée en gamme**

Ce deuxième axe vise d'une part à accompagner la montée des niveaux d'exigence sur la qualité des vins. D'autre part, le plan entend porter l'image premium des vins en marquant les esprits auprès des prescripteurs avec des événements d'envergure (un Provence Wines World Tour est notamment en cours d'élaboration) ainsi qu'en gagnant en légitimité vis-à-vis des chefs et sommeliers des établissements les plus prestigieux par la mise en avant de la diversité des Vins de Provence et de leurs spécialités : rosés de garde, rouges, blancs....

4 **Réussir le défi de la transition agroécologique**

Le CIVP entend coordonner un pôle d'expertise et d'innovation réunissant l'ensemble des organismes techniques de la filière. Le projet EnViProv est issu de cette démarche : premier projet de la filière viticole à bénéficier du soutien du plan France Relance, il porte une vision à 360 degrés, intégrant une analyse du cycle de vie afin de réduire à terme l'empreinte écologique, un accompagnement à la certification avec un objectif d'un vignoble 100 % bio ou HVE 3 d'ici 2030 et la généralisation des pratiques vertueuses à la vigne comme à la cave.

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 kilomètres de long à travers les départements des Bouches-du-Rhône, du Var et des Alpes-Maritimes. Il est constitué de trois appellations d'origine contrôlée : l'AOC Côtes de Provence, l'AOC Coteaux d'Aix-en-Provence et l'AOC Coteaux Varois en Provence. Le rosé est la spécialité historique du vignoble, dont il représente aujourd'hui 91 % de la production.

www.vinsdeprovence.com