



En 2022, InterLoire investira 3.2 millions d'euros pour soutenir la création de valeur sur ses marchés-clés.

Ce nouveau plan d'action de communication s'inscrit dans les objectifs du plan filière visant à créer de la valeur sur les principaux marchés des vins du Val de Loire. Il couvrira sept pays : les États-Unis, le Canada, le Royaume-Uni, l'Allemagne, la Belgique, l'Australie et la France. Ses objectifs : renforcer les positions à l'export et développer l'image et la notoriété du Val de Loire par l'oenotourisme.

Poursuivre la dynamique à l'export :

Le Val de Loire performe à l'export avec une croissance de 8 % en volume et de 15% en valeur en 2021 (périmètre InterLoire¹). Le volume vendu représente 410 000 HL, pour un chiffre d'affaires de 187 millions d'euros.

La croissance la plus marquée se situe aux États-Unis, avec une progression de 31 % en volume et de 37 % du chiffre d'affaires. La demande reste également soutenue au sein de l'Europe avec une forte croissance en Allemagne et en Belgique.

Le plan d'action 2022 d'InterLoire entend renforcer les positions des vins du Val de Loire à l'export en appuyant l'important travail de fond déjà initié dont les effets se révèlent structurants. Le programme prévoit de **consacrer deux tiers du budget de communication aux marchés export** pour des actions ciblant les professionnels (importateurs, agents, CHR, grande distribution) et les futurs professionnels (élèves sommeliers) : masterclass, ateliers de formation, dîners professionnels, voyages de découverte dans le vignoble, promotions en magasin.



Cette année sera également celle de **la valorisation du territoire ligérien par l'oenotourisme** avec de nombreux accueils prévus : des journalistes britanniques, américains, allemands, belges et australiens visiteront le vignoble au printemps et en été tandis que des journalistes internationaux seront accueillis en nombre lors de la prochaine édition de Val de Loire Millésime qui se tiendra du 26 au 29 avril.

Ces programmes sont complétés par des actions de formation et d'accompagnement des connaissances des marchés sur d'autres zones, comme l'Asie ou l'Europe du Nord.

La France, un premier marché à conforter

Premier marché des vins du Val de Loire, la France représente 74 % des volumes commercialisés. Et l'an passé, la grande distribution s'est distinguée avec des ventes qui ont progressé de 2 % en volume, soit la deuxième plus forte hausse sur le segment des vins tranquilles en AOP. Dans le même temps, le chiffre d'affaires bondissait de 4 %, ce qui montre que la dynamique de croissance se double aussi d'une dynamique de valorisation.

Pour l'année qui vient, **le Val de Loire entend soutenir plus particulièrement la montée en puissance de l'oenotourisme** avec une série d'actions dédiées.

Ainsi, une conférence de presse, prévue en mars, présentera les résultats d'une étude inédite sur la fréquentation du territoire et son impact sur la vente directe tandis qu'un nouveau dossier de presse et l'accueil d'influenceurs permettront de mettre en valeur la diversité de l'offre oenotouristique. Une importante opération digitale sera dévoilée prochainement et un plan média activé à l'automne



credit photo : S. Fremont

Par ailleurs, plusieurs grands rendez-vous sont inscrits dans les agendas professionnels et grand public :

- le salon professionnel Wine Paris (14-16 février 2022)
- le Concours des Vins du Val de Loire (21-22 avril 2022)
- Val de Loire Millésime (26-29 avril 2022)
- Vignes Vins Randos (VVR), le week-end phare de l'oenotourisme (3-4 septembre 2022).

À PROPOS D'INTERLOIRE : Au sein de la troisième région viticole française de vins d'appellation, InterLoire, l'interprofession des vins du Val de Loire, rassemble 3 000 opérateurs (vignerons, maisons de négoce et coopératives) et représente 80 % des volumes du bassin viticole. InterLoire regroupe les appellations et dénominations du Nantais, de l'Anjou-Saumur et de la Touraine, ainsi que l'IGP Val de Loire, réparties sur 42 000 hectares et 14 départements de la Vendée au Puy-de-Dôme. Avec un budget de 6 millions d'euros, ses missions sont le pilotage économique et prospectif de la filière, la recherche et l'expérimentation, la défense et la promotion collective des vins du Val de Loire, l'animation et la coordination des acteurs de la filière ligérienne.

⁽¹⁾Source observatoire économique d'InterLoire- fin octobre 2021.