

Dublin

Nouvelle destination
avec l'ouverture
d'une ligne
Montpellier-Dublin

Bordeaux

La belle du
Sud-Ouest inaugure
la Cité du Vin
et reçoit l'Euro 2016

Dossier

Montpellier
au cœur du plus
grand vignoble
du monde

Découvertes

Château Castigno
initie un village
à l'œnotourisme
et à l'art de vivre

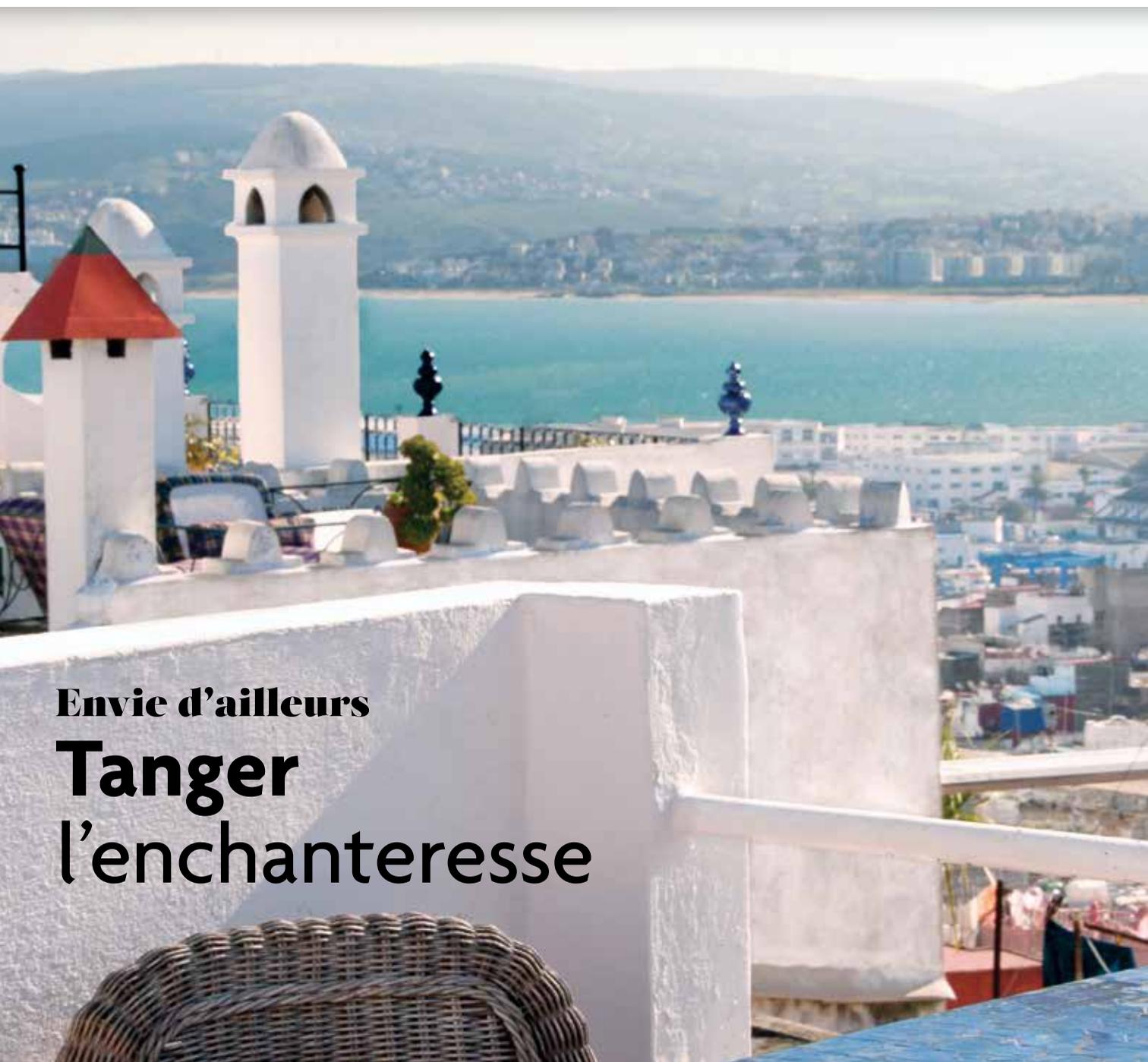
Airlife

MAGAZINE

Le magazine de l'Aéroport Montpellier Méditerranée - N°1 - avril-juin 2016

Envie d'ailleurs

Tanger
l'enchanteresse





Dossier



LES VINS DU LANGUEDOC À L'EXPORT

La viticulture régionale a le vent en poupe. Dans les trois ans à venir, l'interprofession entend consolider cette notoriété en développant son offre premium et de nouveaux volumes à l'export sous la dénomination Terres du Midi, la nouvelle IGP d'assemblage régionale.

The area's wine industry has the wind in its sails. During the next three years, its trade board has decided to strengthen its reputation through the development of premium products and export sales, marketed under the Terres du Midi denomination, a new PGI, promoting regional blended wine.



Faut-il le rappeler ? Avec 22 000 exploitations viticoles, la viticulture est le 1^{er} secteur économique du Languedoc-Roussillon. Fait encourageant, ce secteur vient d'enregistrer cinq années de croissance. « Avec 1,4 million d'hectolitres commercialisés et un chiffre d'affaires de 450 M€, la progression des AOC Languedoc est de +58% sur 5 ans. Avec 335 M€ de chiffre d'affaires et 1,7 hl commercialisés, les IGP Sud de France enregistrent une croissance de +25% sur 3 ans », souligne Xavier de Volontat, président du Conseil Interprofessionnel des Vins du Languedoc (CIVL). Pour preuve, en Île-de-France, 9 cavistes sur 10 référencent aujourd'hui des AOC du Languedoc. Une grande majorité des restaurants français en proposent sur leurs cartes contre à peine un quart il y a seulement 8 ans.

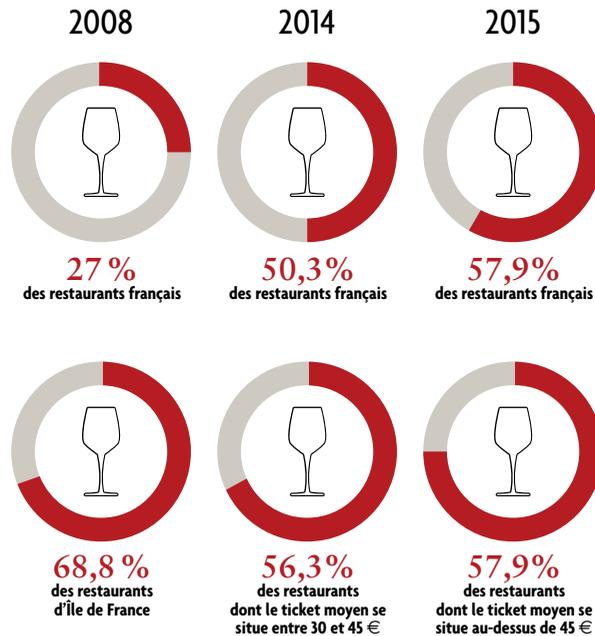
LA « PREMIUMISATION » DE L'OFFRE

« Depuis 2 ans, l'AOC Languedoc progresse en grande distribution aussi bien en volume qu'en valeur et dépasse désormais le seuil des 4 € pour devenir l'appellation la mieux valorisée, hors Bourgogne. Un dynamisme en parti dû au succès du rosé, en croissance de 17% en volume et de 22% en valeur », explique Jérôme Villaret, directeur du CIVL. La premiumisation basée sur la reconnaissance des vins haut de gamme est au cœur des préoccupations

RESTAURATION

LES RESTAURATEURS TOUJOURS PLUS NOMBREUX À PROPOSER UNE RÉFÉRENCE EN AOC DU LANGUEDOC-ROUSSILLON

SOURCE : CHED EXPERT FACTS CHR 2015



de l'interprofession. Cette démarche va servir de locomotive pour tirer le Languedoc vers le haut. Mais elle impose de clarifier et de préciser la segmentation actuelle qui s'appuie sur une pyramide à trois étages : les crus, les grands vins et l'appellation étendard ou socle (l'AOC Languedoc). Sur ces vins premium, la profession table sur 15% de la production (rouge, rosé, blanc) vers le marché américain, plutôt gourmand de ce segment.

DES VINS PLUS DYNAMIQUES À L'EXPORT

Avec 527 117 hl de vins exportés et 176 M€ de chiffre d'affaires, le poids économique des vins du Languedoc-Roussillon fait mouche. Non content

Need we remind you about the importance of wine to this area? With 22,000 estates throughout the region, viticulture is the leading economic sector in Languedoc-Roussillon. It is also encouraging to note that this industry has registered non-stop growth over the past 5 years. "With 1.4 million hectoliters sold and a turnover of €450 million, the Languedoc appellation has increased by 58% since 2010. And over the past 3 years, some 1.7 million hectoliters of the PGI Sud de France were commercialized, representing an increase of 25% and €335 million in sales," pointed out Xavier de Volontat, President of the Languedoc Wine Trade Board. Ample proof of this trend has been remarked in the Ile-de-France region, where 9 stores

out of 10 currently propose Languedoc AOCs. In addition, most French restaurants include them on their menus, only a quarter did so, 8 years ago.

PREMIUMISATION STRATEGY

Over the past 2 years, the Languedoc appellation is making good inroads in the supermarket sector, both in terms of volume and value, and has now exceeded the threshold of 4 euros, thereby becoming the appellation with the best added value, outside of Burgundy. "This activity is partly due to the success of rosé, that has grown 17% in volume and 22% in value," explained Jerome Villaret, Managing Director of the Languedoc Wine Trade Board. This premiumisation strategy, based upon the recognition of up market wines, is at the heart of the trade board's preoccupations. It is a price positioning that will raise the quality of Languedoc wines. But it requires a clearer and more precise definition in that which concerns the area's current segmentation, based upon a three-level pyramid: first growths, great wines and a generic appellation (AOC Languedoc). When it comes to premium offerings, the trade plans on exporting 15% of its production (red, rosé and white wines) to the United States – where this category is in high demand.

EXTREMELY DYNAMIC ON THE EXPORT FRONT

The economic weight of Languedoc-Roussillon wines has made its mark abroad, with 527,117 hl exported, representing a turnover of €176 million. The region is the



©CIVL

... d'être le premier vignoble bio de France avec plus de 20 000 ha, le Languedoc-Roussillon possède 9 % des surfaces en Agriculture Biologique au monde. Il représente encore un quart des vins français à l'export. Avec près de 477 millions de cols vendus et un chiffre d'affaires de 813 M€, la croissance annuelle à l'export est de l'ordre de 7 %. Une production supérieure à celle du Chili, de l'Australie, de l'Argentine ou de l'Afrique du Sud et qui représente 5 % du vin produit sur l'échiquier mondial. Les AOC du Languedoc-Roussillon occupent le second rang des régions d'AOC françaises en Chine et en Allemagne.

La profession est unanime sur l'engouement de la classe moyenne chinoise pour les vins languedociens dans les années à venir. Même au Royaume-Uni, pourtant friand de vins du Nouveau Monde (hémisphère sud), le marché semble aujourd'hui majoritairement conforté (+52 %). Dans le Languedoc, la part du rosé (13 %) est aujourd'hui supérieure aux blancs (10 %), les rouges restant majoritaires (77 %). Si les rosés en AOC Languedoc sont bien implantés sur le marché intérieur, ils devraient conquérir les États-Unis, un marché à fort potentiel historiquement acquis par la Provence.

leading producer of organic wines in France with over 20,000 ha under vine. And in terms of organic farming in general, it represents 9% of the surface area used for this purpose worldwide. At present, it still supplies a quarter of the French wines shipped abroad. Exports represent 477 million bottles in sales and a turnover of €813 million, boosted by an annual growth of 7%. This volume is higher than the wine production of Chile, Australia, Argentina or South Africa and represents 5% of the global wine market. The AOCs of Languedoc-Roussillon are the second most popular French appellation wines in China and Germany. The trade is confident that the Chinese middle class

will most especially appreciate the region's wines in the years to come. And demand is strong (+52%), even in the United Kingdom, where New World (Southern Hemisphere) wines have gained favor. The demand for Languedoc rosé (13%) has overtaken the market for regional white wines (10%), but is still largely behind the area's popular reds (77%). If Languedoc appellation rosé wines are doing well at home, they should soon win over the United States, a promising outlet, traditionally fond of rosés from Provence.

IN ALL MARKET SEGMENTS ABROAD

“Even though we are the world's leading producers

...

SEGMENTATION : UNE OFFRE SE STRUCTURE

SOURCE : COMMISSION D'ENQUÊTE WAD, 11 JANVIER 2012

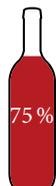
99 000 hl



Crus du Languedoc

Vins de terroirs à image, complexes et expressifs, produits en petites quantités, avec des rendements parmi les plus faibles de France. L'élevage affirme ses vins, apportant élégance et douceur des tanins.

1 044 000 hl



Grands vins du Languedoc

Vins de terroirs typiques, structurés et aromatiques, créés selon un cahier des charges exigeant et représentatifs des grandes AOC du Languedoc ainsi que des principaux cépages traditionnels régionaux (grenache, syrah, carignan, mourvèdre).

253 000 hl



AOC Languedoc

L'appellation régionale rassemble des vins d'origine, reconnaissables et accessibles, permettant des assemblages entre l'ensemble des terroirs des AOC du Languedoc et du Roussillon.



... À L'EXPORT SUR TOUS LES SEGMENTS

« Bien que premiers producteurs mondiaux d'Indications Géographiques Protégées (IGP, ex-vins de pays), notre production d'appellations (AOC/AOP) reste supérieure à celles du Beaujolais et de la Bourgogne réunis », argumente Philippe Coste, président du cru Minervois. Et dans le segment des IGP de départements aussi, la valorisation est en marche.

AOC DU LANGUEDOC

176 M€
C'est le CA export des AOC du Languedoc-Roussillon
+41%
Entre 2010 et 2015

SOURCE DOUANES : UBIFRANCE

Avec 245 965 ha plantés, le vignoble languedocien compte 70 000 ha d'AOC et 136 000 ha d'IGP en production. Le bassin Languedoc-Roussillon-Midi-Pyrénées a enregistré en 2014 une récolte supérieure à 16 millions d'hectolitres, des IGP à 67%. La classification est répartie en Pays d'Oc (1^{er} exportateur français en volume) pour les vins de cépages, des IGP de territoires et de départements. La viticulture régionale ambitionne de devenir un relais de croissance sur le segment des rosés et des rouges d'assemblage à identité géographique. La toute

nouvelle dénomination Terres du Midi réunissant les IGP de département de l'Aude, de l'Hérault et du Gard a vocation à devenir une IGP d'assemblage socle. Elle se place entre les vins de Pays d'Oc (51% de la production viticole régionale), vins de cépages aux cours plus élevés, et la nouvelle catégorie Vin de France (ex-vin de table, sans indication géographique). Selon Frédéric Jeanjean, représentant du négoce au CIVL : « Avec Terres du Midi, le négoce va pouvoir répondre aux marchés export ce qui est pour la région une nouvelle opportunité de valorisation. Ce marché représente 40% du chiffre, la défense des marques communes et la qualité premium des vins sont deux axes forts des trois prochaines années. » L'argument a le mérite d'être clair : disposer d'une catégorie forte de vins d'assemblage (IGP Terres du Midi) capable d'atteindre et de répondre à de nouveaux marchés export. Elle vient donc compléter l'offre de vins de cépages Pays d'Oc. Le regroupement de l'offre des trois IGP de département représente 1,3Mhl. L'interprofession souhaite utiliser cette dénomination dès la vendange 2016. Le Languedoc entend ainsi battre le fer pendant qu'il est chaud face à la concurrence des vins d'Espagne. Esprit de conquête, résultats satisfaisants, progrès qualitatifs, les acteurs de la production et du négoce travaillent plus que jamais main dans la main. ♦

of Protected Geographical Indication wines (former vins de pays), our production of appellation wines (AOC/AOP) is superior in volume to all of the wine made in Beaujolais and Burgundy combined,” stressed Philippe Coste, President of the Minervois Wine Council. And quality is also the name of the game, when it comes to the local PGI categories. Representing 245,965 ha under vine, Languedoc includes 70,000 ha of AOC wines and 136,000 ha of PGI wines. In 2014, the Languedoc-Roussillon Midi-Pyrénées area produced over 16 million hectoliters of wine, 67% of which was marketed under a PGI denomination. The classification is divided into Pays d'Oc (France's most exported wine) for varietals, and various local PGIs. The ambition of this winegrowing region is that of becoming a source of growth for geographically identified products. The vocation of the newly created Terres du Midi denomination, bringing together the PGIs of the Aude, Hérault and Gard departments, is that of becoming the foundation of a blended PGI. This category is situated between the Pays d'Oc wines (51% of the region's wine production), well priced varietals, and the new

Vin de France denomination (former vin de table, without a geographical indication). According to Frédéric Jeanjean, who represents the Languedoc Wine Trade Board's merchants: “Terres du Midi will allow the region's operators to supply export markets, with a new value-added product. This market generates 40% of the local wine industry's turnover. Over the next three years, we will focus on two key priorities – defending common brands, as well as premium quality wines.” This argument has the merit of being clear: establishing a strong blended wine brand (PGI Terres du Midi), catering for the requirements of developing export markets. The new denomination will complete the Pays d'Oc varietal range. Together, the three departmental PGIs represent a total volume of 1.3 million hectoliters. The Languedoc Wine Trade Board would like to use this new category as of the 2016 harvest. The region wants to strike the iron while it is hot in response to Spanish competition. With their winners' mentality, satisfying results, and qualitative improvements, all the actors of the wine industry, are more than ever, working closely together. ♦

