

Quels sont les atouts et les limites des Vins du Val de Loire pour répondre aux attentes du consommateur de demain?



TechniLoire

Saumur, le 24 Novembre 2017

Les Français sont les plus gros consommateurs de vins du Val de Loire avec 80% des volumes produits

Sur 10 bouteilles d'AOP du Val de Loire en 2016 :



8/10
En France

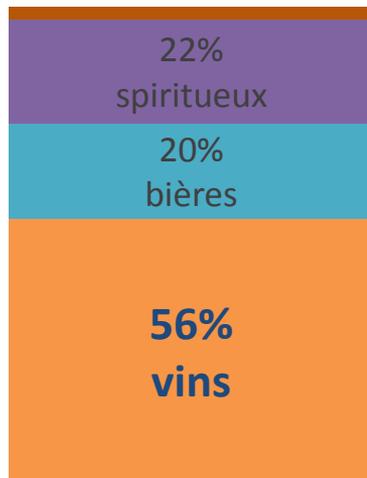


La France est le 2^{ème} marché de consommation de vin après les Etats-Unis

Données clés du marché des vins



**27,2 millions d'hl
consommés** en
France, l'équivalent
de 3,6 milliards de
bouteilles



Répartition des ventes
d'alcool par produit



**35,5 millions de
consommateurs**

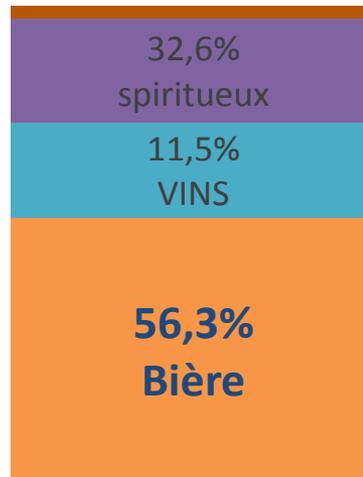


Les Américains sont les 2^{ème} plus gros consommateurs de vins du Val de Loire

Données clés du marché des vins



**31 millions d'hl
consommés aux
USA**, l'équivalent de
4,3 milliards de
bouteilles



Répartition des ventes
d'alcool par produit

**77 millions de
millénials
consommateurs**

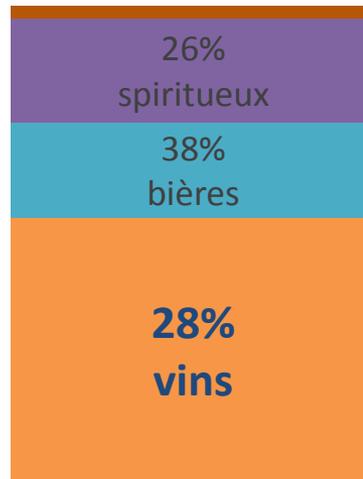


Le Royaume Uni = 3^{ème} marché de consommation des vins du Val de Loire

Données clés du marché des vins



**13 millions d'hl
consommés au
Royaume Uni,**
l'équivalent de 1,7
milliards de bouteilles



Répartition des ventes
d'alcool par produit

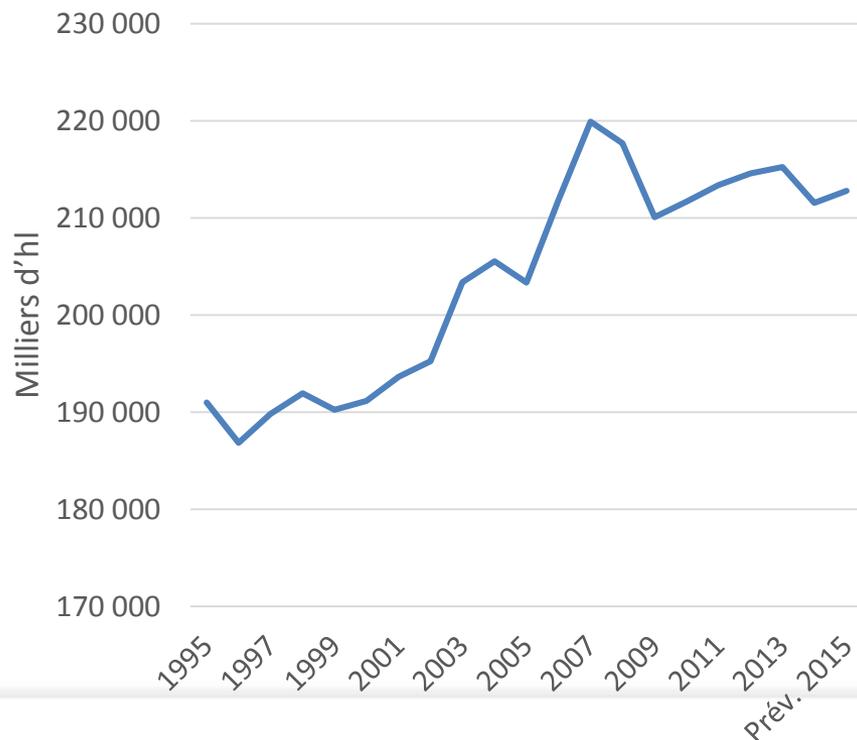
**65 millions
d'habitants et 30
millions de buveurs
réguliers**

**2,4 bouteilles
par mois par
habitant**

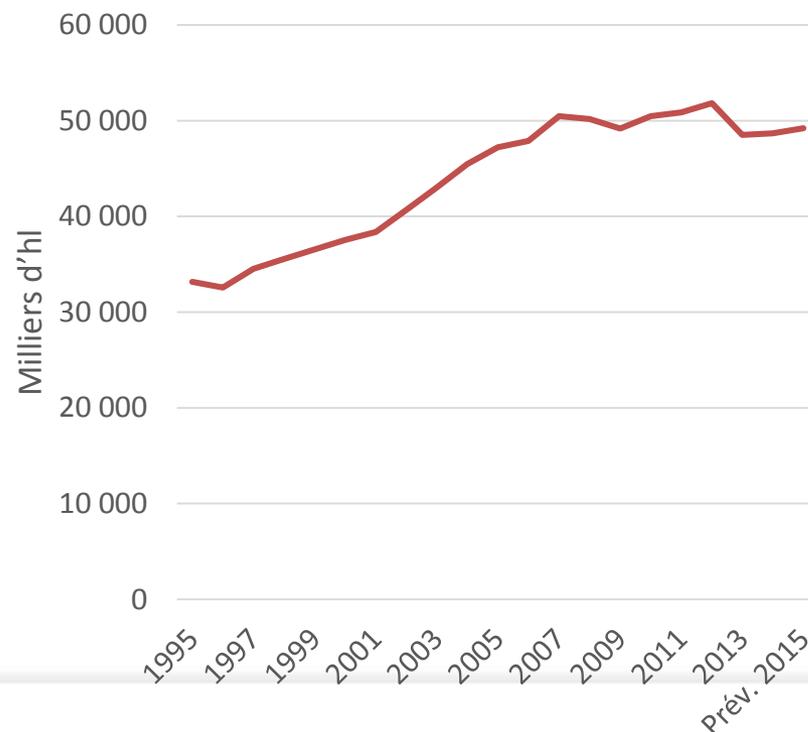


La consommation mondiale de vin progresse, en particulier dans les pays anglo-saxons

Evolution de la consommation mondiale de vin depuis 20 ans, hors France



Evolution de la consommation de vins dans 4 pays anglo-saxons*



1. Les caractéristiques des vins du Val de Loire forment des atouts indéniables pour répondre aux attentes de demain

Les vins du Val de Loire ont un positionnement différenciant avec leur caractère léger, fruité et frais.

Qualificatifs les plus cités par les consommateurs français à l'évocation des vins du Val de Loire



Les autres atouts des vins du Val de Loire

Leurs degrés
d'alcool plus
bas

Leur diversité

Leur
vinification en
monocépage

Leurs cépages,
internationaux

2. L'image des vins du Val de Loire et leur enveloppe symbolique leur sont favorables

Les vins du Val de Loire ne sont pas considérés comme des vins référents par les consommateurs français

Le paysage des vins français construit par les cibles interrogées repose principalement sur les vins rouges et parmi ceux-ci, sur les grandes références

1

• **Les Bordeaux**

• Lalande, Pomerol, saint Emilion, Saint Estèphe, Pauillac

2

• **Les Bourgogne et Cotes du Rhône**

• Cotes de Beaune, Chablis, Nuit Saint Georges, Chambertin, Mercurey, Juliéas
• Gigondas, château neuf du pape, saint J, Vaqueras, Hermitage et Croze Hermitage

3

• **Les grands champagnes**

• Veuve Clicquot, Ruinart, Moët et Chandon, Dom Pérignon, Taittinger

Zone de confort et de légitimité, consensus sur la qualité de ces vins

Les autres vins apparaissent beaucoup moins en spontané.

• **Les vins de Loire**

• Anjou, Muscadet, Touraine, Chinon, Vouvray, Saumur, Champagne, Cabernet d'Anjou, Pouilly

• **Les vins d'Alsace**

• Gewurztraminer, Sylvaner, Riesling

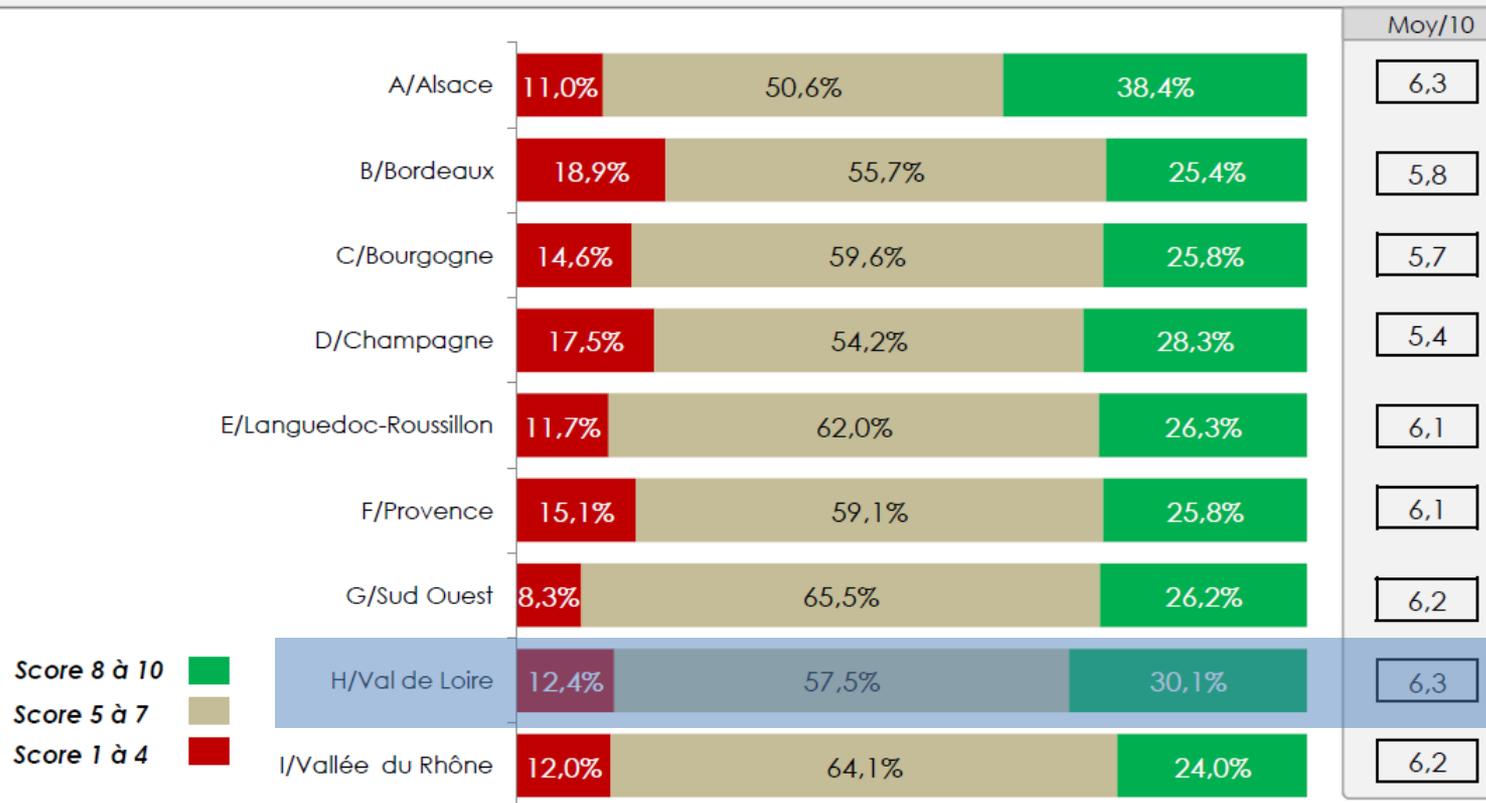
• **Les vins du Languedoc Roussillon et Provence Côte d'Azur**

• Corbières, Banyuls, Collioure, Fitou, Rosé de Provence, Côtes de Provence, Bandol

Zone d'inconfort : une mauvaise bouteille peut décrédibiliser, pas de consensus sur la qualité du vin et manque de notoriété

Le rapport qualité-prix-plaisir des vins du Val de Loire est reconnu par les consommateurs français

Un vignoble qui présente un bon rapport qualité / prix / plaisir



Les consommateurs français jugent les vins du Val de Loire comme des vins de qualité, respectueux de l'environnement



L'image du Val de Loire repose sur l'histoire et la douceur de vivre

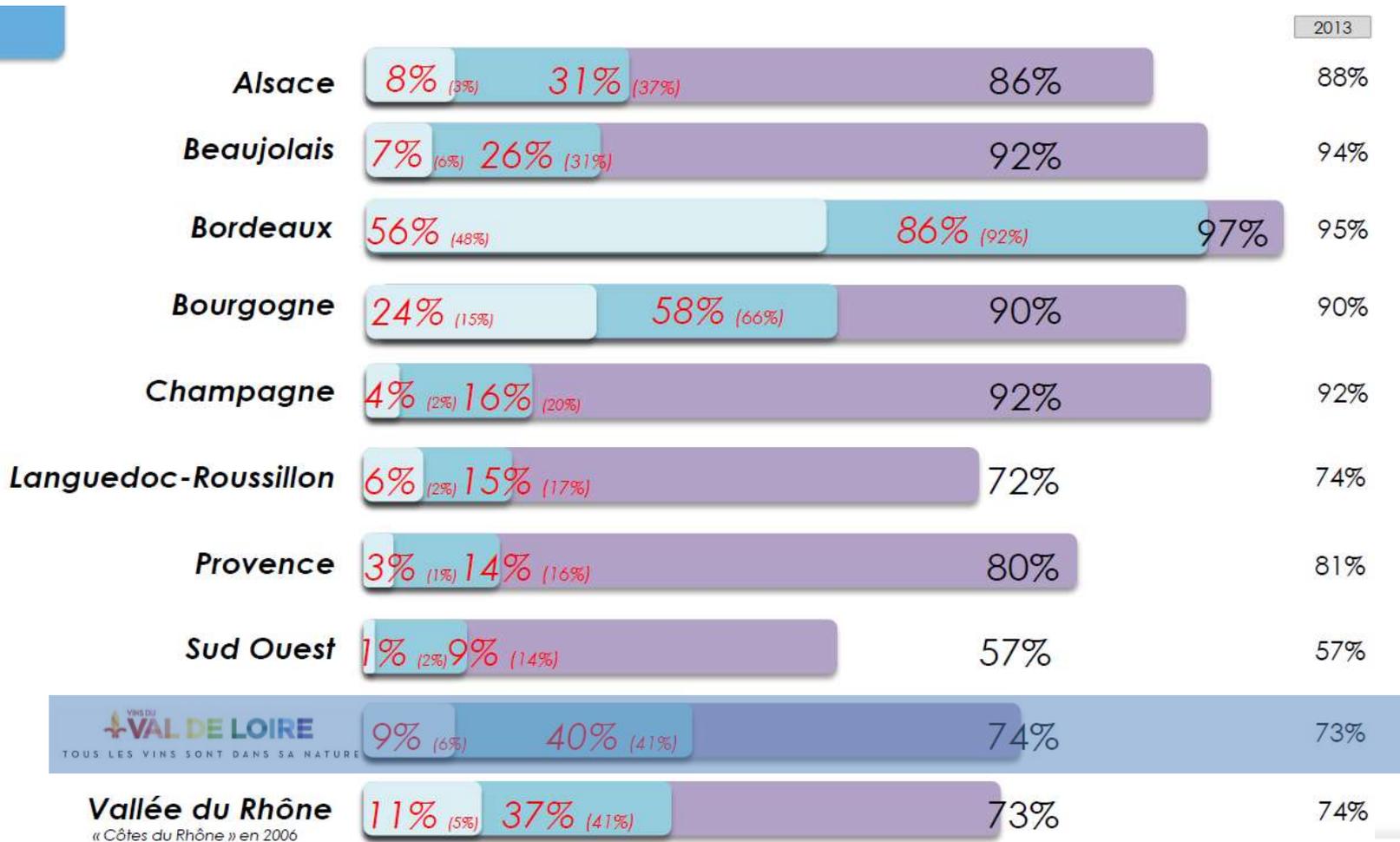


3. Les consommateurs des vins du Val de Loire ont un taux de fidélité exemplaire

Le vignoble doit capitaliser sur la fidélité de ses consommateurs

55% des consommateurs français ont acheté au moins 2 fois en 2017 un vin du Val de Loire

La notoriété des vins du Val de Loire augmente



Une amélioration simultanée de l'envie de faire découvrir les vins du Val de Loire par les consommateurs français : des ambassadeurs plus nombreux

Des vins que j'ai envie de faire découvrir

2015

VINS DU
VAL DE LOIRE
TOUS LES VINS SONT DANS SA NATURE

15,3%

50,9%

33,8%

6,4/10



2013

VINS DE LOIRE

20,4%

52,7%

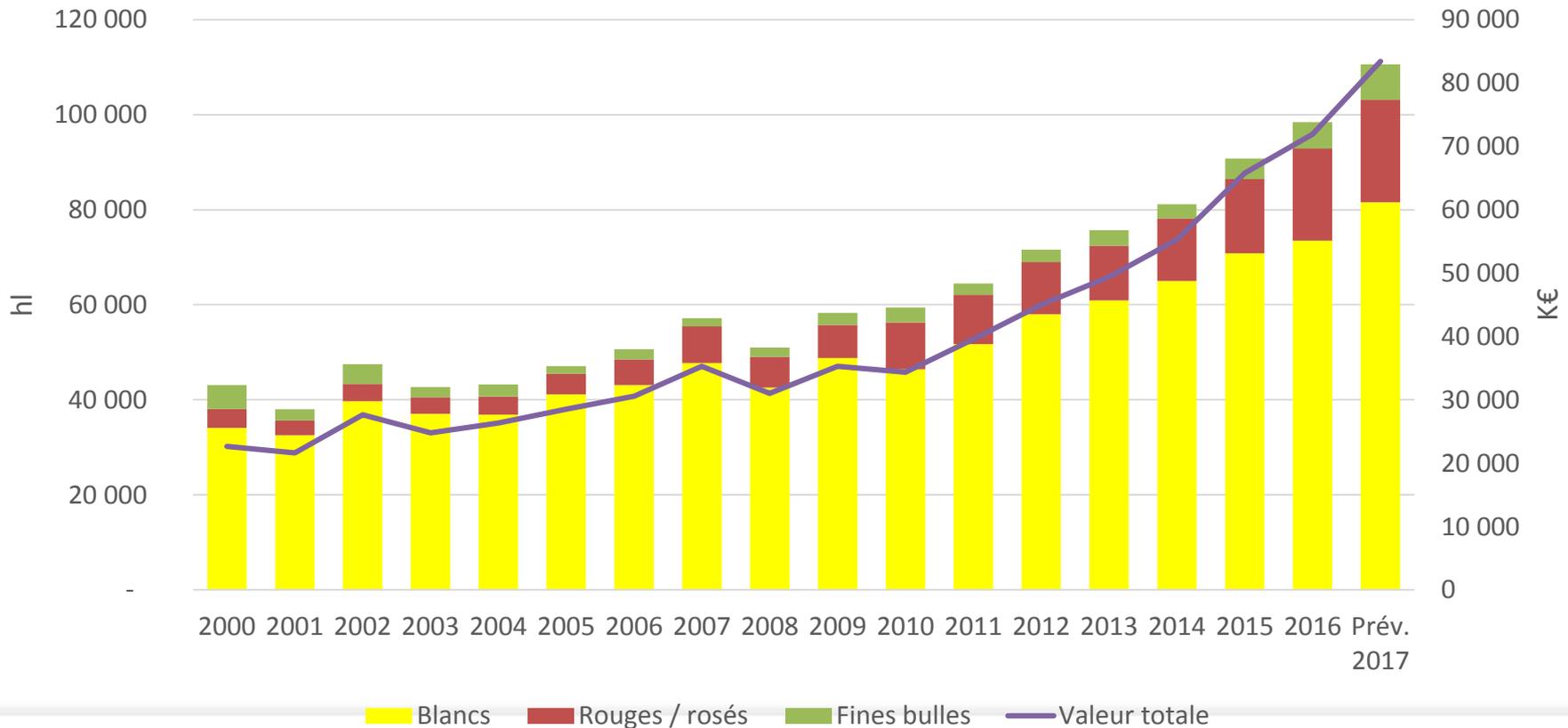
27%

5,9/10



Les vins du Val de Loire suivent une bonne dynamique à l'export, en particulier aux Etats-Unis, leur 1^{er} marché export

Exportations des vins AOP du Val de Loire vers les Etats-Unis



En conclusion, les vins du Val de Loire doivent relever des défis pour répondre aux attentes de demain

- Maintenir **son potentiel de production**.
- **« Chasser en meute » et développer l'intelligence collective** (« seul, on va plus vite, ensemble, on va plus loin ») ;
- **Monter en gamme** pour augmenter la valeur perçue ;
- Rendre leur **offre plus lisible et cohérente** ;
- Accroître **l'association AOP / vignoble du Val de Loire** ;
- Devenir exemplaires en matière de **développement durable**.