

A small brown and white striped bird, possibly a sparrow, is perched on a dark vine. The bird has a yellow beak and is looking to the right. The background is a soft, out-of-focus green. In the top left corner, there are several green leaves on a vine.

Rapport d'activités 2018-2019

Rosette
Bergerac
Montravel Pécharmant
Monbazillac
Duras Saussignac

L'IVBD, une Interprofession au
service de son vignoble

P réambule

Ce rapport annuel reprend les principales activités menées pour l'IVBD durant l'exercice 2018-2019. Il s'adresse à vous tous, professionnels de la filière vitivinicole, partenaires et amateurs de nos vins de Bergerac et Duras.

Cette année a été particulièrement riche en actions porteuses d'avenir avec la mise en place de la nouvelle gouvernance, le renforcement de notre communication basée sur nos valeurs du territoire et le suivi du chantier pour la création de la Maison du Vin et du Tourisme, Quai Cyrano s'ouvrant au public au début de l'été 2019.

Vous retrouverez en détail toutes ces actions dans les pages qui vont suivre.

A vous tous, je vous souhaite une bonne lecture de ce rapport, beaucoup de courage et de volonté pour aborder cette nouvelle année avec force et conviction d'évoluer vers le meilleur, et je vous présente tous mes meilleurs vœux pour 2020.

Bergerac, le 2 janvier 2020

EDITO

Ce début d'exercice est marqué dès le 22 octobre par le premier Comité Stratégique de notre nouvelle gouvernance, réuni pour réfléchir et décider des orientations pour notre filière des vins de Bergerac-Duras en matière de transition environnementale dont nous avons fixé les objectifs en lien avec le projet Vitirev. Notre ambition est simple, faire qu'à échéance rapide (2 à 5 ans), 80% de notre vignoble soit certifié HVE3, avec l'aide et le soutien du Conseil Régional Nouvelle-Aquitaine qui nous accompagne. Il en est de même pour la mise en place du Laboratoire d'Initiatives Territoriales qui porte notamment les projets de la section Pécharmant et de robotique de la Cave de Monbazillac.

Au niveau du chantier Transmission, nous avons aussi bien avancé, en lien avec la FVBD bien sûr, mais aussi la Chambre d'Agriculture de Dordogne et la SAFER.

Le 10 avril 2019, nous étions en Sous-Préfecture pour présenter aux élus ces actions qui sont structurantes pour notre territoire. Ce service proposé est aujourd'hui activé.

Enfin, nous poursuivons la mise en œuvre du plan de communication, tel que décidé pour cette campagne. La communication et la promotion de nos vins restent bien la mission principale de notre interprofession, notamment via les opérations Périgord Attitude, le Mag 247, et les projets conjoints avec les sections.

Toutes ces actions : Communication, Transition environnementale, Transmission, n'ont un intérêt que si notre économie viticole est source de création de valeurs, de richesse.

Le Comité Stratégique réuni le 6 mars a ainsi eu pour objectif, sur la base du constat de nos marchés, d'identifier et d'analyser les leviers de valorisation.

Ce travail est le fruit de 12 mois de travail des équipes de l'IVBD, avec l'accompagnement d'un intervenant spécialisé extérieur pour dessiner des pistes concrètes. Les diagnostics-conseil à la suite du gel, la redéfinition des missions économie marketing ont été la matière de base.

Ensemble, nous avons pu réfléchir pour proposer des actions concrètes, afin que l'on puisse communément porter et diffuser ces éléments de valeurs, par des formations, des éléments de langage communs et partagés, des postures...

Nous sommes donc sur une réflexion aboutie pour une mise en action sur le moyen long terme. Tout commence ici... au fil des pages qui vont suivre.

Alors continuons à construire l'avenir de notre filière pour en assurer sa pérennité, tous ensemble et en équipe, je compte sur vous !



Marc LECOMTE,
Président de l'IVBD (mandat 2018-2020)

SOMMAIRE

Le Vignoble de Bergerac-Duras	3
L'IVBD Interprofession des Vins de Bergerac et Duras	
Fonctionnement	17
Bilan financier	25
Stratégie	27
Communication	37
Missions Techniques	89

2018/2019

Présentation du **V**ignoble de **B**ERGERAC et **D**uras



Le vignoble de Bergerac et Duras



VINS DE PLAISIR ET DE TERROIR, ICI, TOUT LE MONDE EST SERVI !

Une continuité géographique du paysage et des terroirs, une philosophie d'artisan vigneron et des valeurs gasconnes qui se partagent, autant de signes d'alliances entre les deux vignobles de Bergerac et Duras qui regorgent de prestigieux témoignages historiques (châteaux, chartreuses, manoirs, bastides, abbayes comme s'il en pleuvait ...) au milieu de paysages idylliques.

Au tour de nos vignobles fleurons du Sud-Ouest, c'est un véritable itinéraire d'enfant gâté par la nature et l'architecture que nous parcourons. Des coteaux de Pécharmant et Rosette qui dominent la vallée de Bergerac, chemins plein sud vers le majestueux Château de Monbazillac et sa fameuse côte nord qui suit la Dordogne. Côté Ouest, au-delà des coteaux de Saussignac, autre écrin de liquoreux, on se recueille en toute quiétude autour des vins de Montravel, où Montaigne, veille encore sur un vignoble empreint de philosophie et de sagesse...

Le Château des Ducs de Duras sur son piton calcaire domine les collines qui vont tutoyer les versants des vignes bergeracoises.

Sur une terre âpre à conquérir, fière, véritable explosion géologique, des générations se sont succédées pour défendre fièrement une culture, un savoir faire et un art de vivre uniques qui portent la signature du Périgord. L'histoire de tous les vigneron de Bergerac et de Duras, c'est celle dictée par le labeur, l'obstination mise au service de la qualité et la passion.

Dans nos vignobles de Bergerac et de Duras, qui ont l'accent prononcé du Sud-Ouest, le terroir est à l'honneur. Morceau de campagne, part de nature, bout de terre, de calcaire et de silex : le goût brut vient de là, issu du respect. La main de l'homme, l'art de nos vignerons en fait jaillir l'éclat, affinant, polissant cette matière noble que le temps, parfois le bois et toujours le soin transformeront en vins de Bergerac et Duras.

Généreux comme la gouaille gasconne : pas moins de 17 appellations pour un vignoble qui décline toute la palette des vins dans ses cinq couleurs.

Terroir et AOP, Appellation d'Origine Protégée

Un petit brin d'information sur ces AOP que l'on trouve à profusion en Périgord, terroir regorgeant de produits d'excellence, afin de clarifier toute l'offre de notre Vignoble. Le vignoble de Bergerac et Duras en compte déjà 10 (Bergerac, Côtes de Bergerac, Rosette, Saussignac, Monbazillac, Montravel, Côtes de Montravel, Haut Montravel, Saussignac, Côtes de Duras) sans compter les déclinaisons de ces appellations : Montravel sec et Montravel rouge, Bergerac sec, rosé et rouge... Une palette complète de vins.

L'appellation d'origine protégée (AOP) désigne un produit dont les principales étapes de production sont réalisées selon un savoir-faire reconnu dans une même aire géographique, qui donne ses caractéristiques au produit. C'est un signe européen qui protège le nom du produit dans toute l'Union Européenne ; On retrouve cette notion de protection de la dénomination des produits sur le territoire français par le terme d'appellation d'origine contrôlée (AOC).

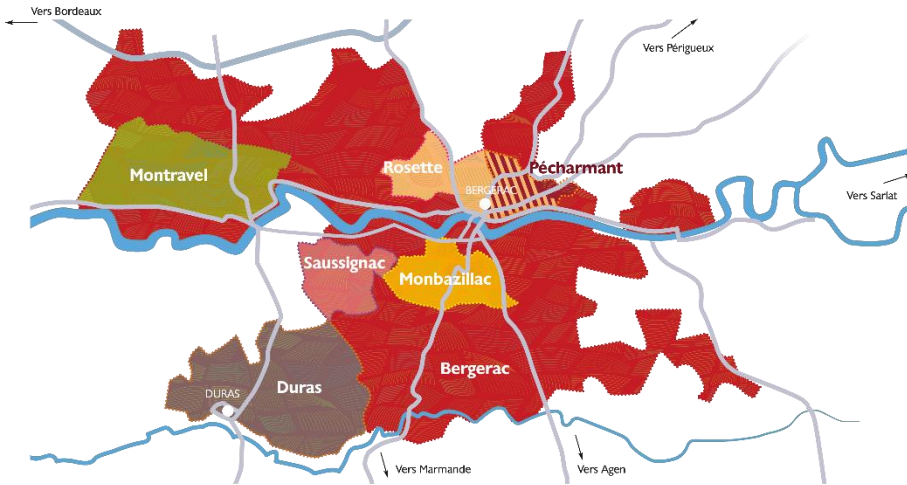
C'est la notion de terroir qui fonde le concept des Appellations d'origine. Un terroir est une zone géographique particulière où une production tire son originalité directement des spécificités de son aire de production. Espace délimité dans lequel une communauté humaine construit au cours de son histoire un savoir-faire collectif de production, le terroir est fondé sur un système d'interactions entre un milieu physique et biologique, et un ensemble de facteurs humains. Là se trouvent l'originalité et la typicité du produit. Le terroir recouvre de multiples notions qui font la typicité d'un vin : les cépages, le climat, la géologie, l'exposition et la main de l'homme...



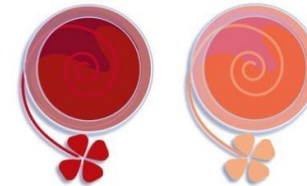
15 mai 1936 : AOC MONBAZILLAC | 11 sept 1936 : AOC BERGERAC
| 16 février 1937 : AOC CÔTES DE DURAS | 31 juillet 1937 : AOC
MONTRAVEL, CÔTES DE MONTRAVEL et HAUT MONTRAVEL |
12 mars 1946 : AOC PECHARMANT et ROSETTE | 15 juillet 1955 :
AOC CÔTES DE BERGERAC | 28 avril 1982 : AOC SAUSSIGNAC

Finalement, même si les premières appellations viticoles ont été créées en 1936, c'est une notion d'identité plutôt tendance et rassurante pour le consommateur en recherche de traçabilité et d'identité ! Monbazillac et Bergerac font partie des premières appellations dont les décrets furent signés en 1936.

Le vignoble de Bergerac-Duras



Surface : 11 600 ha
Production : 510 000 hl
17 AOC et 5 couleurs



Les cépages rouges :
Merlot - Cabernet Sauvignon
Cabernet franc - Malbec



Les cépages blancs :
Sauvignon - Sémillon - Muscadelle
Ondenc - Chenin - Mauzac - Ugni blanc

Ses structures professionnelles



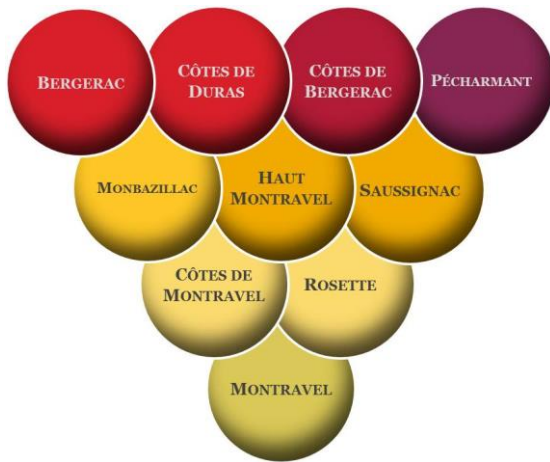
Le terroir

- Influence océanique (à 100 km de l'Atlantique) pour la zone de Montravel → prolongement climatique du Libournais et Saint Emilion.
- Climat continental pour le reste du vignoble.
- Températures douces en moyenne avec des étés chauds et des hivers courts.
- Constitution du sol : l'argile et le calcaire dominant.



Le vignoble de Bergerac et Duras

La Grappe des Appellations du vignoble de Bergerac et Duras



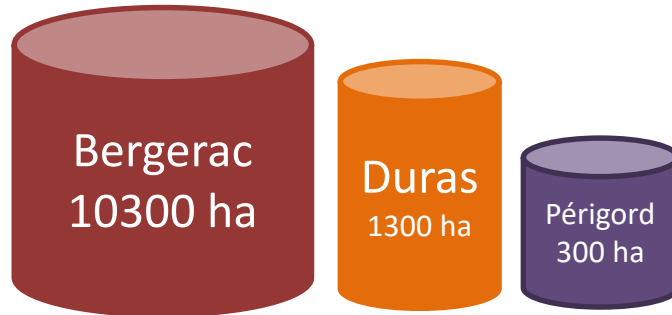
En AOC : 10 Appellations, 17 produits différents

- ▶ Bergerac (rouge, rosé, blanc sec)
- ▶ Côtes de Bergerac (rouge, blanc moelleux)
- ▶ Côtes de Duras (rouge, rosé, blanc sec, blanc moelleux)
- ▶ Montravel (rouge et blanc)
- ▶ Côtes de Montravel (blanc moelleux)
- ▶ Haut-Montravel (blanc liquoreux)
- ▶ Pécharmant (rouge)
- ▶ Rosette (blanc moelleux)
- ▶ Saussignac (blanc liquoreux)
- ▶ Monbazillac (blanc liquoreux)
- + mention « sélection de grains nobles »

1 IGP, 6 produits différents

- ▶ IGP vins du Périgord (rouge, rosé, blanc)
- + mention « Vin de Domme »

Nos vignobles en quelques chiffres



11900 hectares au total (AOC et IGP), soit environ 2,8% de la surface viticole en AOC française

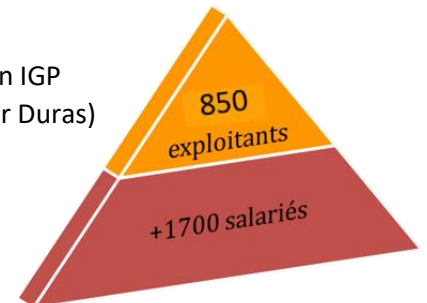


15 ha
Taille moyenne des exploitations viticoles

510 000 hl de vin en production d'AOC

+ DE 1700 EMPLOIS DIRECTS À TEMPS PLEIN

- 7 AOC et 5 couleurs
- 850 producteurs (710 à Bergerac, 140 à Duras)
- 55% sont indépendants et 45% coopérateurs.
- 11 600 ha de vigne en production AOC et 300 ha en IGP
- 510 000 hl de vin (dont 70 000 hl en moyenne pour Duras)
- 6 caves coopératives et 1 cave en IGP
- 1 union de cave (UNIDOR)
- 1 groupement d'indépendants
- 150 négociants



Les Chiffres clefs de la filière vin française

Economie

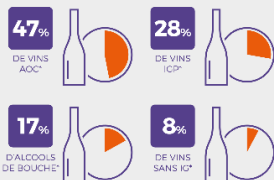
LA FILIÈRE VITICOLE FRANÇAISE COMPTE PRÈS DE

750 000 ha

SOIT **10%** DE LA SURFACE MONDIALE DE CUVE



LA FRANCE PRODUIT :



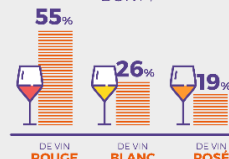
EN 2018, LA FRANCE A PRODUIT **4,6 MILLIARDS DE LITRES DE VIN** SOIT

17%

DU VIN DE LA PLANÈTE



LES 3/4 DES VINS PRODUITS SONT DES VINS TRANQUILLES, DONT :



66

DÉPARTEMENTS VITICOLES



* EN TERRITOIRE NON DÉLOCALISABLE

LA FRANCE COMPREND :

368

AOC VITICOLES

74

IGP



LE VIN REPRÉSENTE

15%

DE LA PRODUCTION AGRICOLE EN VALEUR

POUR SEULEMENT **3%** DES SURFACES AGRICOLES FRANÇAISES



1 EXPLOITATION AGRICOLE SUR 5 A UNE ACTIVITÉ VITIVINICOLE EN FRANCE

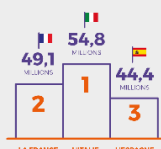


85 000

EXPLOITATIONS À TAILLE HUMAINE

292,3 MILLIONS

D'HECTOLITRES DE VIN PRODUITS EN 2018 DANS LE MONDE :



51% CONSOMMATEURS OCCASIONNELS

1 À 2 FOIS PAR SEMAINE OU PLUS RAREMENT



33% NON CONSOMMATEURS

QUASIMENT JAMAIS SAUF À DE TRÈS RARES OCCASIONS



16% CONSOMMATEURS RÉGULIERS

SOIT TOUS LES SEMAINES OU PLUS

RÉPARTITION DE LA CONSOMMATION DE VIN EN 2018



LA VITICULTURE EST LE

1er

SECTEUR AGRICOLE FRANÇAIS EN VALEUR



ALORS QUE LA SURFACE DES VIGNES DE CUVE REPRÉSENTE **3%** DES SURFACES AGRICOLES FRANÇAISES

LA VITICULTURE EST LE

1er

SECTEUR AGRICOLE FRANÇAIS EN VALEUR



ALORS QUE LA SURFACE DES VIGNES DE CUVE REPRÉSENTE **3%** DES SURFACES AGRICOLES FRANÇAISES

EN 2018, LA FRANCE EST LE

1er

EXPORTATEUR MONDIAL DE VIN EN VALEUR



LE VIN EST LE

2ème

SECTEUR D'EXPORTATION EXCÉDENTAIRE FRANÇAIS



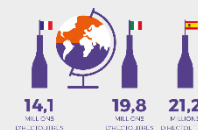
AVEC 11,7 MILLIARDS D'€ DEVANT LES COSMÉTIQUES ET DERRIÈRE L'AÉRONAUTIQUE

30%

DE LA COMMERCIALISATION DES VINS PART À L'EXPORT DONT :



LA FRANCE, L'ITALIE ET L'ESPAGNE DOMINENT LE COMMERCE MONDIAL DU VIN, EN GÉNÉRANT PLUS DE LA MOITIÉ DES EXPORTATIONS



LES EXPORTATIONS FRANÇAISES DE VIN ONT REPRÉSENTÉES UN CHIFFRE D'AFFAIRES RECORD DE

9,36 MILLIARDS D'€

EN 2018



Les Chiffres clefs de la filière vin française

Consommation

EN 2018,
5,4 MILLIONS

D'HECTOLITRES DE VIN TRANQUILLE ONT ÉTÉ **COMMERCIALISÉS EN HYPERMARCHÉS** POUR UN CHIFFRE D'AFFAIRES CORRESPONDANT **DE 2,6 MILLIARDS D'€**



SUR LES SEULS VINS TRANQUILLES, SUR

10

BOUTEILLES CONSOMMÉES EN FRANCE



51% CONSOMMATEURS OCCASIONNELS (1 À 2 FOIS PAR SEMAINE OU PLUS RAREMENT)

33% NON CONSOMMATEURS (QUÉLQUEMENT JAMAIS SÛR À DE TRÈS RARES OCCASIONS)

16% CONSOMMATEURS RÉGULIERS (SOIT TOUTS LES JOURS OU TROIS JOURS)

85%

DES MÉNAGES FRANÇAIS ONT ACHÉTÉ DU VIN POUR LEUR CONSOMMATION À DOMICILE PENDANT L'ANNÉE



39%

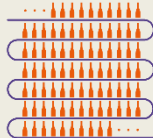
C'EST LE POURCENTAGE DE VIN (EN VOLUME) VENDU EN BAG IN BOX EN SUPERMARCHÉ. EN CONSTANTE ÉVOLUTION



PLUS DE

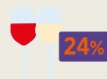
3,7 MILLIARDS

DE BOUTEILLES DE VIN ONT ÉTÉ CONSOMMÉES EN FRANCE EN 2018



Le socle principal des consommateurs de vin se situe sur une fréquence de consommation de

1 À 2 FOIS PAR SEMAINE ou **MOINS SOUVENT**



Tendance

86%

des français pensent que le vin est une composante de l'art de vivre à la française auquel ils sont très attachés.



Les français associent les valeurs au vin de partage et convivialité à **88%**



96%

des français pensent que le vin fait partie de l'identité culturelle de la France.



94%

des français interrogés pensent que le vin donne une bonne image de la France à l'étranger et permet à lui seul d'attirer des touristes dans certaines régions de France.



92%

des français associent l'image du vin au repas.



Les français pensent que la filière viticole doit faire face à des défis :

« le réchauffement climatique »

54%

des citations



« la concurrence des vins étrangers »

48%

des citations



« les maladies de vigne »

29%

des citations



70%

des français déclarent souhaiter « en connaître davantage sur le patrimoine viticole français »



93%

des français pensent que les « vignerons sont perçus comme détenteurs d'un savoir-faire particulier qu'il convient de protéger ».



Société et Oenotourisme

70%

des français ont déjà visité et/ou fait une dégustation dans une cave ou dans un lieu de production de vin.



48%

des français estiment « bien s'y connaître en vin ». Près d'1 Français sur 2.

55%

62%

des français reconnaissent pratiquer « des activités telles que des visites des Cités des vins, des rencontres avec des vignerons ou des balades dans les vignobles » pendant leurs vacances.



déclarent s'intéresser à la culture du vin.

10 MILLIONS

D'ŒNOTOURISTES PAR AN EN 2016

5,2 MILLIARDS D'€

ESTIMATION DE LA DÉPENSE GLOBALE DES ŒNOTOURISTES EN FRANCE EN 2016.



42%

D'ŒNOTOURISTES ÉTRANGERS



PLUS DE

10 000

CAVES ŒNOTOURISTIQUES



31

MUSÉES / SITES THÉMATIQUES LIÉS AU VIN



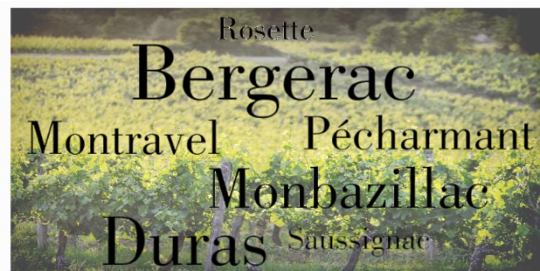
1 256 € EN MOYENNE DÉPENSÉS POUR UN SÉJOUR ŒNOTOURISTIQUE (POUR L'ENSEMBLE DES PERSONNES PARTICIPANT AU SÉJOUR), COMPRENANT UNE ACTIVITÉ LIÉE AU VIN ET À LA DÉCOUVERTE DES VIGNOBLES DONT 240€ DE DÉPENSES EN MOYENNE LIÉES À L'ACHAT DE VIN SUR PLACE, COMMANDÉ, VOIRE CONSOMMÉ IN SITU ET LES DÉPENSES PÉRIPHÉRIQUES (VISITES, DÉGUSTATION, STAGES ET AUTRES...)



La Campagne 2018 - 2019



Chiffres clés

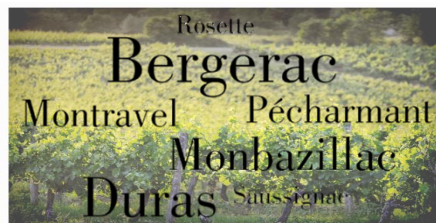


Sur la totalité de la campagne 2018-2019 (01/08/2018 au 31/07/2019), il a été contractualisé 791 contrats d'achats vrac-vmc et 18 contrats d'achats vrac-bouteilles correspondant pour le vrac-vmc à 151 547 hl soit -21,14% par rapport à n-1 et à 1 355 hl pour le vrac-bouteilles soit -60% par rapport à la campagne précédente.

Concernant la mise en marché, 423 657 hl ont été vendus contre 467 629 hl en n-1, soit -9,4%.

Les sorties sous contrat vrac représentent 165 154 hl soit 39% des volumes. Les sorties DRM portent sur un volume de 258 503 hl soit 61% du global des sorties.

En comparatif, sur la campagne 2017-2018 nous étions à 48% des volumes sous contrat vrac et donc 52% en bouteilles.



Les Rouges :

59 826,83 hl ont été contractualisés durant cette campagne 2018-2019, soit -37,90% par rapport à n-1, dont 59 361 hl en vrac-vmc. Au niveau des sorties, 204 443 hl de vin rouge sont sortis des chais, soit -13,45% par rapport à n-1, dont pour 2018-2019 35% sous contrat et 65% sous DRM.

Le **Bergerac rouge** représente 54 950 hectolitres, soit -33% par rapport à n-1, dont 54 770 hl de vrac-vmc. Le cours moyen de campagne est de 1 059,63 €/T, soit -0,77% par rapport à n-1 ; et pour le millésime 2018 qui correspond à 66,75% des ventes, le cours moyen est de 1 002,86 €/T. Les sorties du Bergerac rouge représentent pour cette campagne 2018-2019 152 069 hectolitres, soit -20,25%.

Pour les **Côtes de Duras rouges**, 3 650,20 hl ont été contractualisés, contre 13 288 hl en n-1. Le cours moyen de campagne du Côtes de Duras rouge est de 1 128,38 €/T, soit +3,98% par rapport à n-1 ; celui du millésime 2018 qui représente 35,34% des volumes, est de 1 153,49 €/T. Pour le Côtes de Duras Rouge, 35 212 hl sont sortis des chais, soit +29,82% par rapport à n-1.

Pour **Pécharmant**, 1 226,70 hl ont été contractualisés, soit +17,26% par rapport à n-1. Le cours moyen de campagne est de 2 480,24 €/T, soit -2,64% par rapport à n-1. Au niveau des sorties, 14 270 hl sont sortis des chais soit un volume quasi identique à n-1.

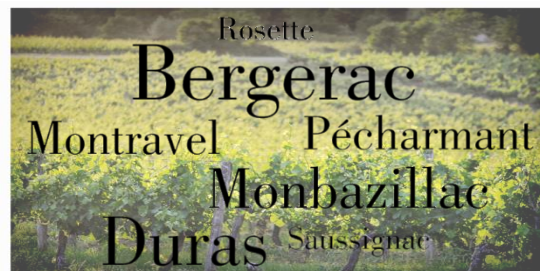


Les Rosés :

14 790 hl ont fait l'objet d'un contrat d'achat, soit +42% par rapport à n-1. Au niveau des sorties, 51 722 hectolitres sont sortis des chais, soit +6,95% par rapport à n-1.

Le **Bergerac Rosé** représente 97% des ventes avec 14 333 hl, soit +40% par rapport à n-1, dont le prix moyen est de 1 114,58 €/T tous millésimes confondus, soit -4,50% par rapport à n-1 ; et de 1 124,23 €/T pour le millésime 2018 qui correspond à 92% des volumes. Sur la campagne, 45 663 hl de Bergerac Rosé ont été sortis des chais, soit +7,6% par rapport à n-1.

Le **Côtes de Duras Rosé** représente 456,75 hl de contrats d'achats, uniquement sur du millésime 2018, au cours moyen de 1 105,83 €/T, soit -0,84% par rapport à n-1. 6 059 hl de Côtes de Duras Rouge ont été sortis, soit +2,6% par rapport à la campagne précédente.



Les Blancs secs :

Sur la campagne 2018-2019, 26 188 hl ont fait l'objet d'un contrat d'achat, soit une hausse de 27,60% par rapport à n-1. Sur cette campagne, 56 661 hl sont sortis des chais, soit -3,43% par rapport à n-1.

Le **Bergerac sec** représente 22 399 hl contractualisés, en hausse de 41,27% par rapport à n-1.

Le prix moyen campagne est de 1 026,12 €/T, soit -4,61% par rapport à la campagne précédente.

42 657 hl de Bergerac sec sont sortis des chais, soit -2,2% par rapport à n-1.

Pour le **Côtes de Duras blanc sec**, 3 838,70 hl ont été contractualisés durant la campagne 2018-2019, soit -16,70% par rapport à n-1. Le cours moyen campagne est de 1 021,41 €/T, soit -4,32% par rapport à n-1 ; celui du millésime 2018 est de 992,15 €/T et représente 71% des volumes.

11 722 hl de Côtes de Duras Sec ont été sortis des chais, soit -5,6% par rapport à n-1.



Les Blancs moelleux :

Sur la campagne 2018-2019, 26 227 hl ont été contractualisés, soit -12,60% par rapport à n-1. Le volume sorti est de 52 449 hl, soit -21,5% par rapport à la campagne précédente.

Le **Côtes de Bergerac Blanc** représente 26 051,43 hl, soit une baisse de 13% par rapport à n-1. Le cours moyen campagne est de 1 096,58 €/T, soit -6,3% par rapport à n-1. Celui du millésime 2018 est de 1 094,26 €/T ; ce millésime représentant plus de 90% des volumes.

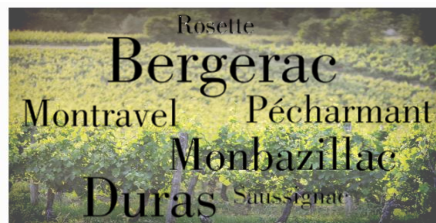
49 716 hl de Côtes de Bergerac moelleux ont été sortis, soit -22,2% par rapport à n-1.

Pour les autres vins blancs moelleux, les sorties se détaillent comme suit :

Côtes de Duras, 1 208 hectolitres ont été sortis des chais, comparé à 897 hl en n-1.

Côtes de Montravel, 668 hectolitres sortis, comparé à 1 036 hectolitres sortis lors de la campagne précédente.

Rosette, 858 hl sont sortis des chais, comparé à 995 hl en n-1.



Les Blancs Liqueureux :

25 819,79 hectolitres ont été contractualisés, soit -32,57% par rapport à la campagne précédente. Les sorties représentent sur cette campagne 58 381 hl, soit -3,3% par rapport à n-1.

Le **Monbazillac** représente 25 820 hl ayant fait l'objet d'un contrat d'achat, soit -32,5% par rapport à n-1. Le prix moyen campagne est de 3 070,06 €/T, soit +0,57% par rapport à n-1 ; et de 3 065,72 €/T pour le millésime 2018 qui représente la moitié des volumes.

Pour le Monbazillac, 57 893 hectolitres sont sortis des chais, soit +3,47% par rapport à n-1.

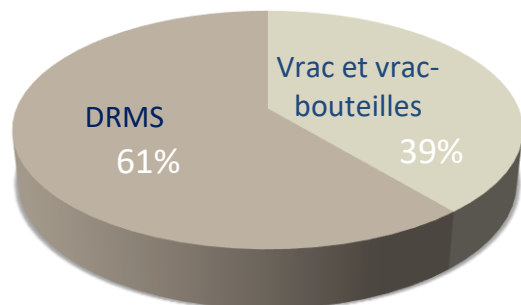
Pour les autres vins liqueureux, les sorties se détaillent comme suit :

Haut Montravel, 25 hectolitres, comparés à 119 hl sortis lors de la campagne précédente.

Saussignac, 462 hectolitres sur cette campagne, comparés à 437 hl sortis en n-1.

Les Sorties

On estime à 68% les volumes mis en marché qui transitent par le négoce, puisque celui-ci achète l'intégralité du vrac (soit 50% et une partie des vins conditionnés).

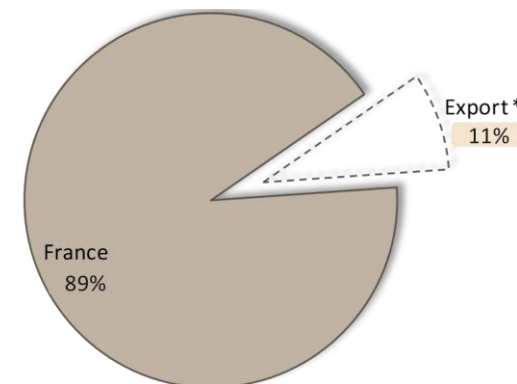


■ Vrac et vrac-bouteilles ■ DRMS

Le Marché France

Répartition des ventes

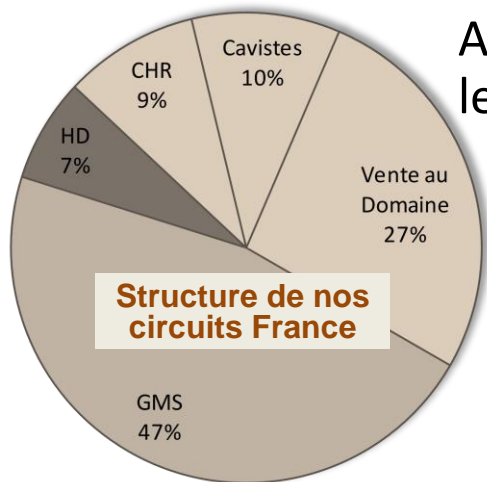
Le marché des vins de Bergerac et Duras est essentiellement un marché français, en particulier Paris, le Nord et l'Ouest.



Le Marché France

Bergerac & Monbazillac **LEADERS**
des appellations du vignoble du Sud-Ouest avec **84%** et **80%** de notoriété.

Au sein du marché français, le 1^{er} marché est la Grande Distribution.



LES VALEURS ASSOCIÉES AU VIGNOBLE DE BERGERAC & DURAS

- 42% L'authenticité liée aux terroirs, aux paysages, aux vigneronns
- 22% La qualité des savoir-faire et des vins
- 19% La convivialité l'accueil
- 17% La diversité des paysages et des vins



L'IVBD communique tout au long de l'année ses données marketing...

Le 26 juillet 2019, l'interprofession organisait une journée spéciale marketing en restituant les résultats de la seconde Etude de notoriété réalisée fin 2018, confortant le déploiement de la stratégie de valorisation engagée sur cet exercice.

LA NOTORIÉTÉ DES VINS DE BERGERAC ET DURAS

Extrait de l'étude de notoriété réalisée par le cabinet EXPANSIAL en septembre 2018

Report de la médiacritique

LE COMPORTEMENT DES EXPERTS

NIVEAU DE CONNAISSANCE des consommateurs*

- Novices 38%
- Amateurs 59%
- Experts 3%

Plus on est expert, plus on est prêt À INVESTIR DANS UN ACHAT DE VIN

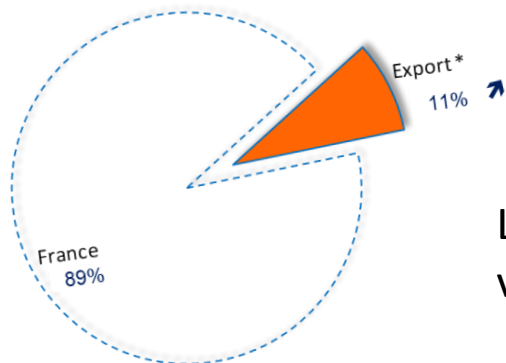
47€ Très haut de gamme
Contre 32€ et 39€ pour les novices et amateurs

LE PRIX que les consommateurs SONT PRÊTS À PAYER

Plus on est expert, plus on a une PERCEPTION QUALITATIVE ÉLEVÉE des vins de Bergerac & Duras.

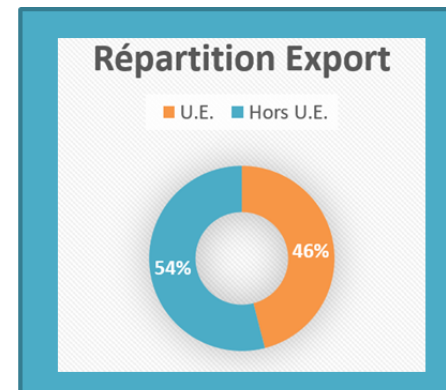
	Novices	Connaisseurs/Amateurs	Experts
Monbazillac	39	48	58
Bergerac	35	45	55
Pécharmant	35	45	55
Duras	35	45	55
Sauzignac	35	45	55
Montravel	35	45	55
Rosette	35	45	55

Les Marchés Export



Répartition des ventes en 2018

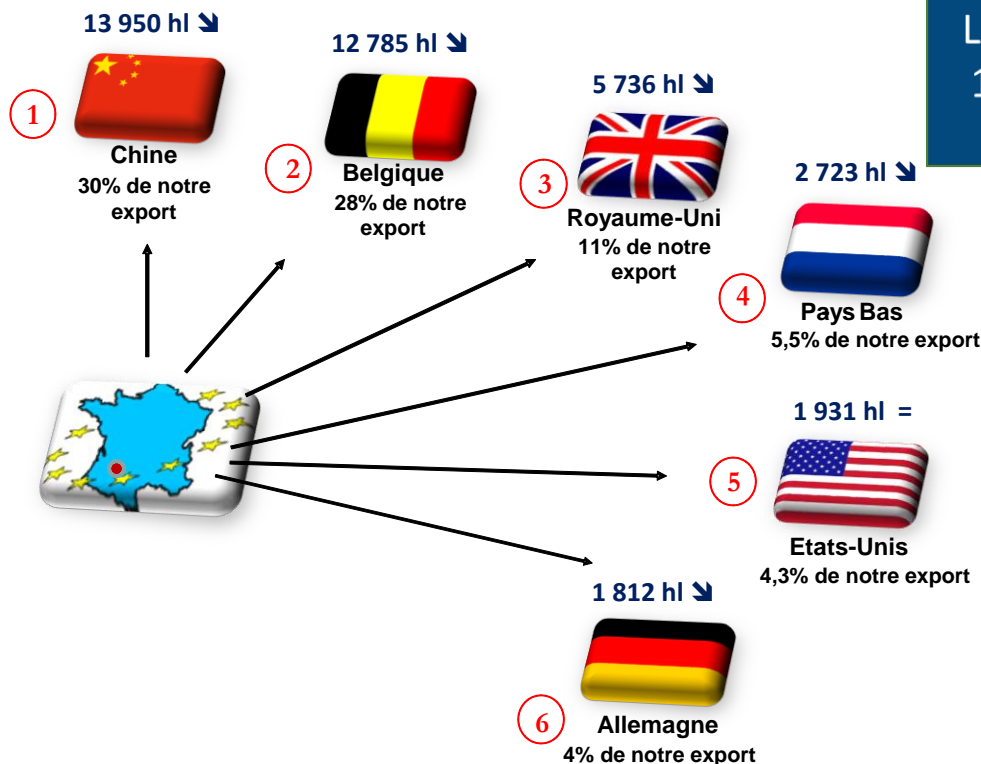
L'export représente en 2018 **11%** des ventes de vins de Bergerac et Duras.



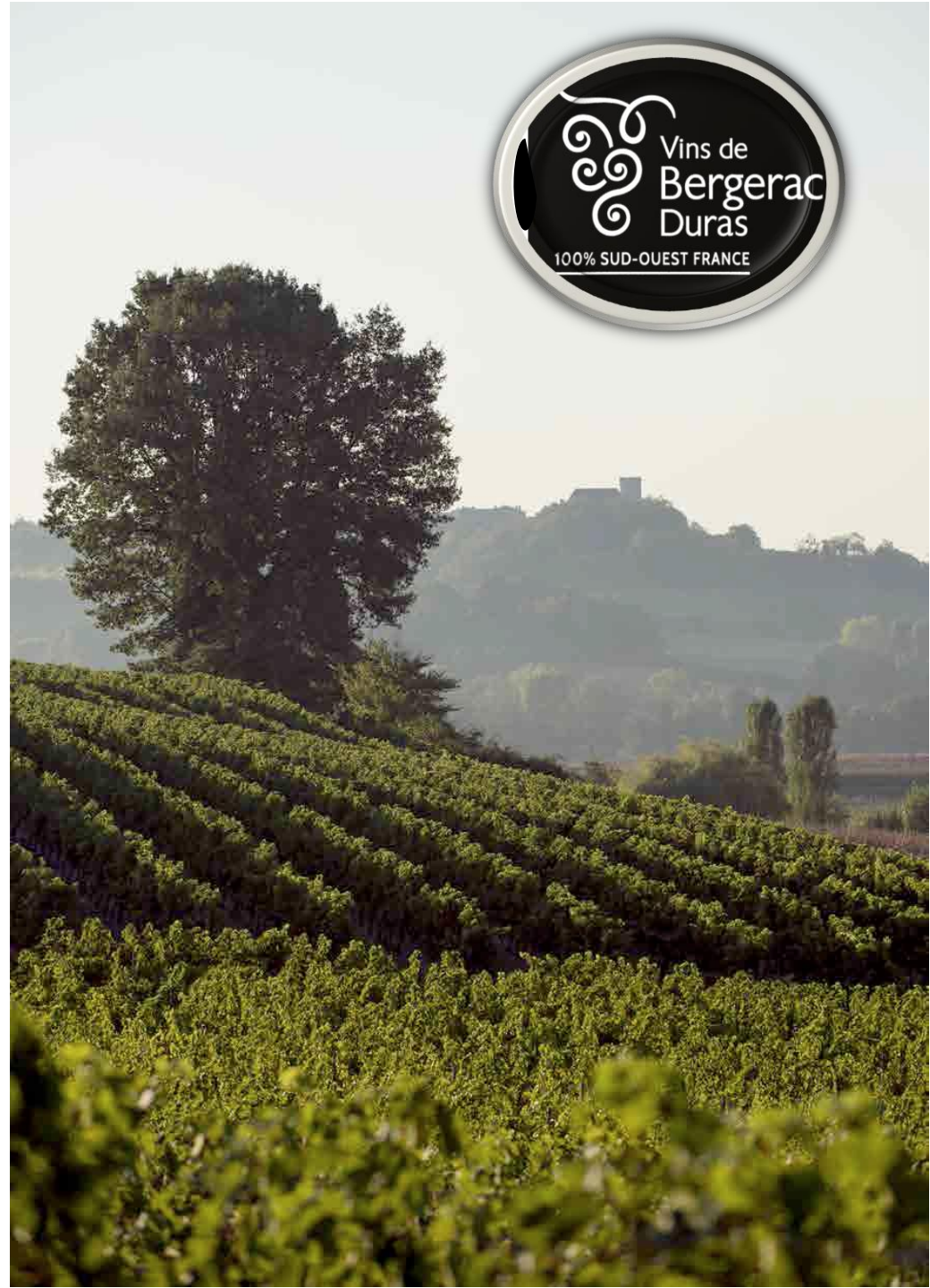
Le marché Chine conserve sa 1^{ère} place dans le top 6 de nos pays exportateurs



Total export 2018 :
45 765 hl



Alors que l'Union Européenne représentait 75% de nos exportations jusqu'en 2016, nous assistons à un rééquilibrage entre Union européenne et le grand export, avec les marchés Chine et Etats-Unis en tête qui prennent désormais le tiers de nos marchés à l'export.



L' INTERPROFESSION

DES VINS DE BERGERAC ET DURAS

Rosette
Bergerac
Montravel Pécharmant
Monbazillac
Duras Saussignac



FONCTIONNEMENT DE L'INTERPROFESSION



Bergerac
Duras

L' Interprofession des Vins de Bergerac et Duras

La filière viticole et l'IVBD en quelques dates

1^{er}, II^e, III^e s. L'avènement de la civilisation gallo-romaine permet la naissance des vignobles de Bergerac et Duras.

XIII^e s. Les premiers écrits datant du XIII^e siècle montrent que les vignes appartenaient à l'Eglise. À la fin du XIII^e siècle, le Pape Clément V favorise l'expansion du vignoble de Duras dont son frère Gaillard de Got est le seigneur.

Sous l'occupation anglaise, Bergerac et Duras obtiennent le droit de libre circulation de leurs vins jusqu'à l'embouchure de la Gironde et voient s'ouvrir les portes de l'exportation.

1922 : 6 mai - Création du Syndicat des Vignerons de la Dordogne

1924 : Création du Syndicat de défense des vins du canton de Duras.

1935 : 30 juillet - Création du Comité National des Appellations d'Origine, préalable à la reconnaissance des 1^{ères} AOC...

1936 : 15 mai – Naissance de l'AOC **Monbazillac**, l'une des premières AOC de France.

11 septembre – Naissance de l'AOC **Bergerac**, également dans les premières AOC de France.

1937 : 16 février – Naissance de l'AOC **Côtes de Duras**.

31 juillet – Naissance des AOC **Montravel** (Blanc), **Côtes de Montravel** et **Haut Montravel**.

1946 : 12 mars – Naissance des AOC **Pécharmant** et **Rosette**.

1953 : Loi du 26 février – Naissance du **CIVRB, le Conseil Interprofessionnel des Vins de la Région de Bergerac**.

1954 : 9 janvier - Renaissance de l'antique **Consulat de la Vinée** par la volonté du CIVRB pour commémorer le 7^{ème} centenaire des franchises municipales de Bergerac.

20 novembre – Le CIVRB se dote d'un siège prestigieux en achetant l'ancienne demeure du Dr Cayla et le cloître des Récollets.

1955 : 15 juillet – Naissance de l'AOC **Côtes de Bergerac**.

1963 : Naissance du Laboratoire interprofessionnel d'analyse-conseil ; c'est aussi la naissance de la première Route des Vins.

1975 : 10 juillet – Loi reconnaissant un certain nombre de prérogatives aux interprofessions et leur autorisant la perception d'une cotisation interprofessionnelle obligatoire.

1978 : Le CIVRB opte pour l'insertion dans le cadre de la loi de 1975.

1982 : 28 avril – Naissance de l'AOC **Saussignac**.

1991 : Modification des statuts du CIVRB: passage en association loi 1901 & intégration complète du concept de la loi de 1975: représentativité, équilibre paritaire, unanimité et arbitrage.

1995 : Le CIVRB réaménagement de fond en comble son bâtiment qui devient la vitrine incontournable du vignoble.

2001 : 23 novembre – Naissance de l'AOC **Montravel Rouge**.

2014 : 3 novembre – Naissance de l'**IVBD : Interprofession des Vins de Bergerac et Duras**. Celle-ci est issue de la fusion du CID (Conseil Interprofessionnel des vins de Duras) et du CIVRB (Conseil Interprofessionnel des Vins de la Région de Bergerac).

2018 : 13 juillet – **Nouvelle gouvernance** pour l'IVBD qui modifie ses statuts pour créer un nouvel organe de gouvernance commun, de réflexion et de définition d'une politique globale de la filière en réunissant l'IVBD, la FVBD (Production) et la FNVBSO (Négoce).

2019 : L'Interprofession partage désormais ses locaux avec l'Office de Tourisme de Bergerac en créant la nouvelle **Maison des Vins et du Tourisme** baptisée **Quai Cyrano** le 6 juillet 2019.





NOTRE FONCTIONNEMENT

L'organisation interprofessionnelle peut être définie comme un organisme privé, reconnu par l'autorité publique, regroupant en son sein les partenaires de l'amont et de l'aval d'une même filière pour assurer la gestion et la valorisation d'une production agricole, visant le développement des performances de la filière et de défense de ses intérêts, et auquel ont été attribuées les prérogatives nécessaires à la réalisation de ces objectifs. Elle est le lieu de rencontre de l'amont et de l'aval au niveau de la région de production.

L'accord interprofessionnel est l'outil dont dispose l'Interprofession pour exercer ses missions. Il s'agit également d'un moyen de rendre obligatoire à tous les ressortissants, les disciplines collectives, au travers de la procédure d'extension sous réserve qu'aient été respectés un certain nombre de grands principes tels que la représentativité, la parité et l'unanimité.

Son financement découle essentiellement des cotisations professionnelles.

Pourquoi des Cotisations Volontaires Obligatoires (CVO) ?

- Ce sont des cotisations parce qu'il s'agit de contributions à des actions collectives pour la promotion, l'analyse économique et la technique (recherches et expérimentations).
- Elles sont volontaires parce que les professionnels de la filière, via leurs représentants au Conseil d'administration de l'Interprofession issus de la FVBD et de la FNVBSO, décident librement de leur principe, de leur montant, de leur finalité et de leur mise en oeuvre.
- Elles sont obligatoires parce qu'une fois votées à l'unanimité des familles de la Viticulture et du Négocio au sein de l'Assemblée Générale de l'interprofession, elles sont étendues par arrêté interministériel, ce qui les rend obligatoires à tous les ressortissants.

Dans le cadre des contrats d'achat vrac, les cotisations sont supportées à moitié par le négociant et à moitié par le vigneron.

Les cotisations interprofessionnelles (CVO) pour la campagne 2018-2019, pour les transactions effectuées à partir du 1^{er} août 2018 (par hectolitre, hors taxes)

AOC Côtes de Duras : 3,40 €/hl HT

AOC Bergerac sec, Bergerac rosé, Bergerac rouge, Côtes de Bergerac blanc : 3,76 €/hl HT

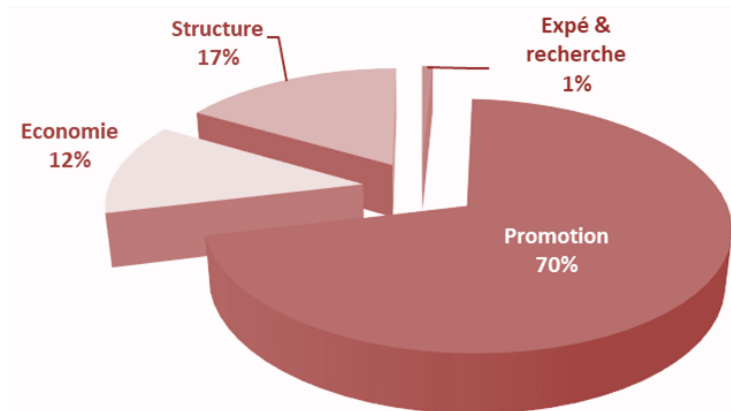
AOC Montravel sec, Côtes de Montravel, Rosette : 4,00 €/hl HT

AOC Côtes de Bergerac rouge, Montravel rouge et Pécharmant : 5,80 €/hl HT

AOC Haut-Montravel, Saussignac et Monbazillac : 6,00 €/hl HT

NB. Pour la campagne 2019-2020 ces cotisations restent inchangées.

UTILISATION DES COTISATIONS INTERPROFESSIONNELLES (CVO), RÉPARTITION PAR PÔLE



Utilisation de la CVO 2018/2019

Source IVBD

Les principes de fonctionnement de l'interprofession

La représentativité des familles professionnelles est assurée par la FVBD (Fédération des Vins de Bergerac et Duras) pour la viticulture et par la FNVBSO (Fédération des Négociants en Vins de Bergerac et du Sud-Ouest) pour le Négoce.

Il existe un **équilibre paritaire entre les familles professionnelles du négoce et de la viticulture**.

La prise de décision, lors des moments majeurs de la vie interprofessionnelle, se fait toujours à l'**unanimité** des deux familles.

** Nous vous présentons ici le modèle de fonctionnement établi depuis juillet 2018, l'IVBD étant passé à un nouveau mode de gouvernance. Voir le détail présenté en page suivante.*

Le fonctionnement *

Le **Directoire** constitué de 5 membres (de droit), se compose du président de l'IVBD, de 2 vice-présidents choisis par le président au sein de chacune des familles (viticulture/négoce), et de droit les présidents en fonction de la FNVBSO et de la FVBD.

Le **Bureau Exécutif** est constitué de 18 membres : 11 issus de la viticulture (de la FVBD) et 7 du négoce (de la FNVBSO).

L'**Assemblée Générale** est composée de 49 membres qui constituent le Comité Stratégique, à voix délibérative (38 délégués de la viticulture et 11 délégués du négoce).



Les Assemblées Générales

A minima, deux Assemblées Générales sont organisées chaque année : celle de janvier, ouverte, et celle de juin, qui se déroule à huis clos.

Leurs fonctions :

- Définir la politique générale et les objectifs,
- Contrôler l'action du Conseil d'Administration,
- Approuver les comptes et voter le budget,
- Sur proposition du Conseil d'Administration, prendre les décisions qui peuvent bénéficier de la procédure d'extension,
- Élire le Président selon la règle d'alternance tous les 2 ans et le Conseil d'Administration (renouvellement par moitié de ses membres tous les 2 ans par alternance dans chaque collège).



L'IVBD, aujourd'hui et demain...

Juillet 2018,
La nouvelle
gouvernance de
la filière des Vins
de Bergerac et
Duras

Une Gouvernance
d'avenir et
innovante avec un
Comité Stratégique
pour définir et
orienter, un Bureau
Exécutif pour
contrôler et exécuter,
et un Directoire de 5
membres pour
appuyer et assister le
président dans ses
missions.

L'IVBD devient l'organe de gouvernance, de réflexion et de définition de la politique globale de la filière

Depuis le 13 juillet 2018, L'IVBD va désormais, grâce à une modification des statuts et de la représentativité mieux répartie, coordonner la gouvernance des structures actuelles, FVBD, FNVBSO et IVBD, sous réserve des pouvoirs régaliens exclusifs de chacune des Fédérations.

Les statuts ont été modifiés en date du 13 juillet 2018 afin de permettre la création d'un organe de gouvernance commun, de réflexion et de définition d'une politique globale de la filière.

L'Assemblée Générale statuant en qualité d'Assemblée Générale statutaire et/ou **Assemblée Générale Comité Stratégique** de la filière dont le rôle est de définir la stratégie et la politique générale de la filière et donc de l'IVBD, est ainsi composée :

- **38 administrateurs** de la Fédération des Vins de Bergerac et Duras (FVBD), dont le président de la FVBD et les responsables des sections ODG (Bergerac, Monbazillac, Duras, Pécharmant, Montravel, Rosette, Saussignac) doivent obligatoirement être l'un de ces membres.
- **11 membres** de la Fédération des Négociants en Vins de Bergerac et du Sud-Ouest (FNVBSO), dont le président de la FNVBSO doit obligatoirement être l'un de ces membres.

L'ancien Conseil d'Administration est remplacé par un **Bureau Exécutif** auquel sont membres de droit les présidents en fonction de la FNVBSO et de la FVBD ainsi que les responsables en fonction des 7 sections ODG. Le Bureau Exécutif met en oeuvre la politique définie par le comité stratégique.

Ces nouveaux statuts prévoient aussi un **Directoire** composé du président de l'IVBD, des 2 vice-présidents choisis par le président au sein de chacune des familles (viticulture/négoce), et de droit les présidents en fonction de la FNVBSO et de la FVBD. Ce Directoire a vocation principale de représentation politique et de validation de l'action des équipes de l'IVBD.

Ainsi, à tous les niveaux de gouvernance de l'interprofession, les responsables élus et en fonction sont présents pour assurer ainsi la cohérence d'action entre l'interprofession et les structures qui la composent : FNVBSO et FVBD. Ce nouveau schéma assure désormais une représentation renforcée de la Viticulture et de ses sections au sein de l'IVBD.

Cette nouvelle gouvernance est une vraie réforme démocratique impliquant une vraie cohérence de l'interprofession et de la filière toute entière sur ses 3 missions régaliennes :

- la **mission Communication**, toute la communication est désormais gérée par l'IVBD ;
- la **mission Technique**, toute la technique est dévolue à la FVBD ;
- la **mission Economie** est partagée entre les 2 structures - IVBD et FVBD - en y intégrant bien évidemment le négoce, indispensable.

Le Directoire, pour le mandat en cours 2018-2020

Collège Négoce		Collège Production		
Marc LECOMTE Président IVBD	Jean-Marc PARSAT Vice-Président IVBD	Jacques RODRIGUEZ Président FNVBSO	Paul-André BARRIAT Vice-Président IVBD	Eric CHADOURNE Président FVBD



Le Comité Stratégique / Assemblée Générale de l'IVBD

Les administrateurs de l'IVBD, mandature 2018-2020

De haut en bas, et de gauche à droite, sur les photos :



Collège Négoces

Marc Lecomte, Jean-Marc Parsat, Jacques Rodriguez, Jean-Marc Fontaine, Luc De Conti, Matthieu Ressiot, Alain Tingaud, Benoît Berger, Nicolas Bouilhac, Julien Montfort, Pierre Vieillefosse.

Collège Viticulture (représentants de sections) :

Bergerac (16) : Philippe Allain, Paul-André Barriat, Benoît Beigner, Doriane Boucher, Didier Fourcaud, Thierry Fourcaud, Jean-François Fruttero, Gilles Gérault, **Jean-Jacques Lacoste**, Muriel Landat-Pradeaux, Michel Le Naour, Jean-Marc Piazzetta, Jean-Louis Pointet, Alain Queyral, Laurence Rival, Pierre-Jean Sadoux.

Monbazillac (7) : Sylvie Alem, **Guillaume Barou**, Daniel Duperré, Benoît Gérardin, Annette Goulard, Jean-Marie Labaye, Joël Lajonie.

Duras (6) : Thibault Beauplan, **Patrice Combaud**, Anthony Larrue, Roland Lespine, Fabrice Pauvert, Alain Sounalet.

Pécharmant (4) : Bertrand Baudry, **Eric Chadourne**, Jérôme Morand-Monteil, Didier Roches.

Rosette (1) : **Franck Decouroux**

Saussignac (1) : **Gabriel Cuisset**

Montravel (3) : Patrick Barde, **Quentin Deffarge**, Daniel Hecquet.

Durant ce mandat,
le Bureau Exécutif
est composé de :

Collège Négoces

Marc Lecomte (Président), Jean-Marc Parsat (Vice-Président), Jacques Rodriguez (Président famille Négoces), Jean-Marc Fontaine (Secrétaire), Luc De Conti, Matthieu Ressiot, Alain Tingaud.

Collège Viticulture

Paul-André Barriat (Vice-Président), Eric Chadourne (Président famille Viticulture), Joël Lajonie (Trésorier), Jean-Jacques Lacoste (Section Bergerac), Guillaume Barou (Section Monbazillac), Patrice Combaud (Section Duras), Quentin Deffarge (Section Montravel), Franck Decouroux (Section Rosette), Gabriel Cuisset (Section Saussignac), Philippe Allain, Muriel Landat-Pradeaux.



Les Missions de l'Interprofession

Les Missions

• 3 sites

Bergerac,
Maison des Vins,
siège de l'Interprofession



Duras,
Maison des vins et boutique



Aéroport de Bergerac,
Corner Vins de Bergerac-Duras,
en zone d'embarquement de Roumanières



■ Communication

Le **Pôle Communication** est en charge de la promotion des Vins de Bergerac en France et à l'Export. Il **informe** la presse, informe les prescripteurs des marchés, **communique** auprès des consommateurs et **accompagne** les entreprises dans le cadre d'actions de promotion. En matière de marketing servant à la définition des stratégies, il analyse les marchés des vins et les circuits de distribution.

■ Oenotourisme

Gestion et animation de la Route des Vins et des boutiques des Maisons des Vins sur les 3 sites : Bergerac, Duras et aéroport.

■ Economie et Etudes

L'observatoire du marché sur 4 axes :

- Maîtriser l'environnement économique et juridique de la filière
- Etudier les données, circuits et marchés
- Echanger les informations avec les opérateurs
- Diffusion de statistiques et études des marchés.

C'est aussi le suivi des audits du Plan « Passage ».

■ Technique et Qualité

Le Pôle **Technique et Qualité** coordonne les actions de **recherche et d'expérimentations** viti-vinicoles, en lien avec les programmes régionaux et nationaux. Cette mission est aujourd'hui dévolue à la FVBD, dans le cadre de la nouvelle gouvernance.

Il s'ouvre aujourd'hui à la mise en œuvre de la Transition Environnementale en travaillant sur le projet VitiREV-TIGA.

L'IVBD, c'est aussi ...



La défense des intérêts de notre filière en participant, relayant et finançant les actions du **CNIV** et de **VIN & SOCIÉTÉ**.

Un rôle majeur au sein du **Conseil Spécialisé Vin FranceAgriMer** et du **Conseil de Bassin Aquitain**.



Une participation active aux travaux de l'**AANA** [l'Agence de l'Alimentation Nouvelle Aquitaine] et des partenariats avec l'**IVSO** [l'Interprofession des Vins du Sud-Ouest].

Un suivi régulier de la « **vie du Pôle Viticole** » de Bergerac et de la Maison des Vins de Duras.

Une implication forte avec les autres filières **SIQO Périgord** :

Fédération Produits SIQO | le Plan d'actions **FEADER** porté par l'**IVBD** | **Périgord Attitude**
Fédération Origine & Qualité Périgord



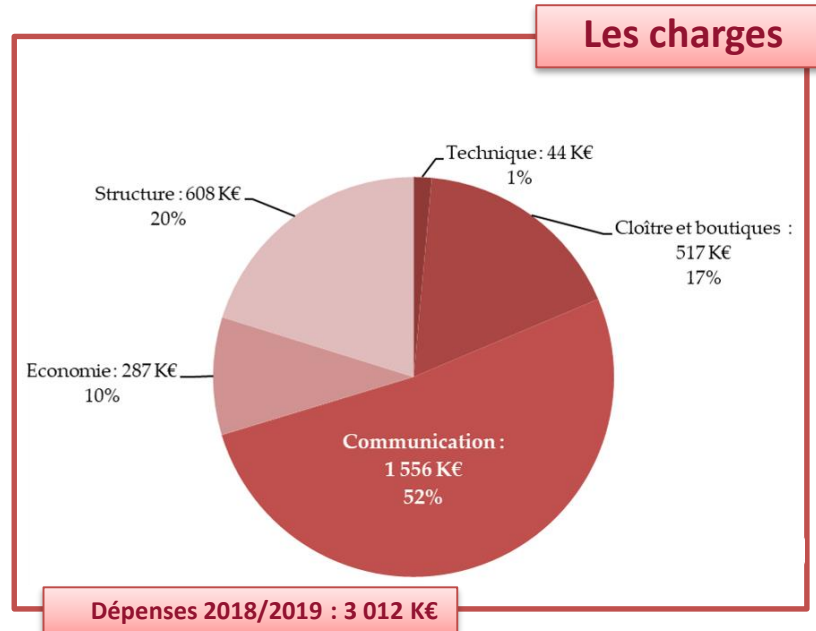
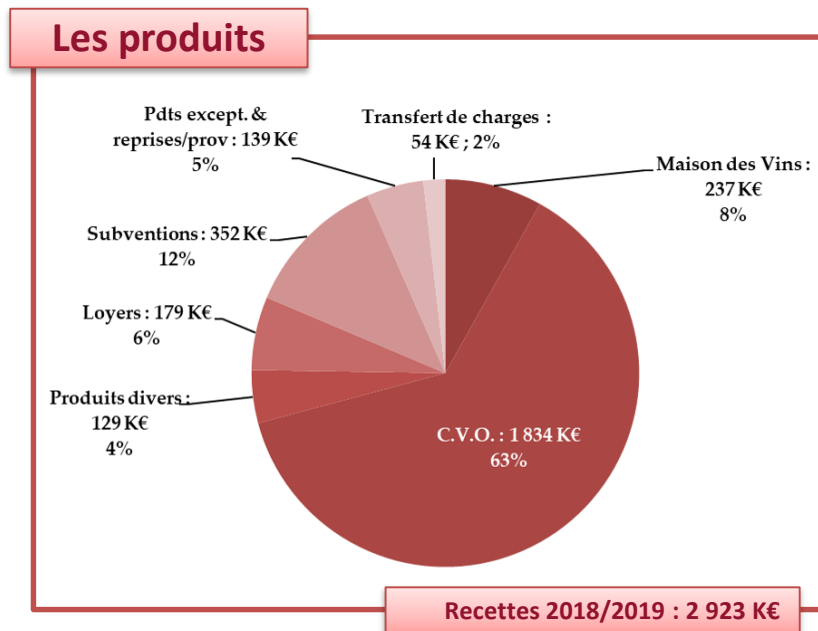


Bilan financier de L'INTERPROFESSION Exercice 2018-2019





Les comptes de l'IVBD : Bilan 2018-2019



Bilan 2018-2019

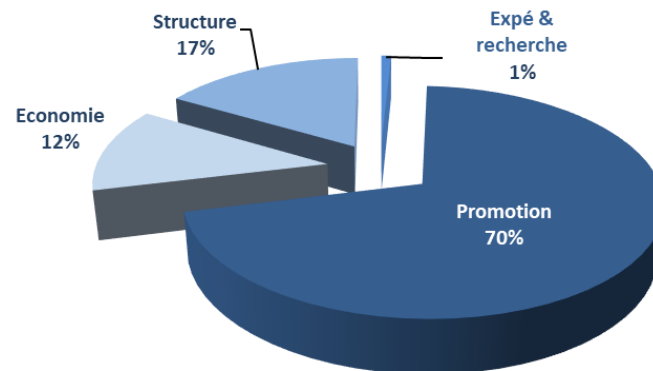
Les CVO pour l'exercice 2018 /2019 s'élèvent à 1 834 k€ ; elles représentent 63% des produits dont le montant total est de 2 923 k€.

Les charges de communication représentent 1 556 k€, soit 52% du montant total des charges qui s'élèvent à 3 012 k€.

Le résultat est déficitaire de 89 k€. L'IVBD maintient les équilibres financiers.

L'utilisation de la CVO 2018/2019

Les missions régaliennes de l'interprofession sont financées par 83% du montant des CVO, à savoir, les missions de communication pour 70%, les missions économiques pour 12% et les missions techniques pour 1%.



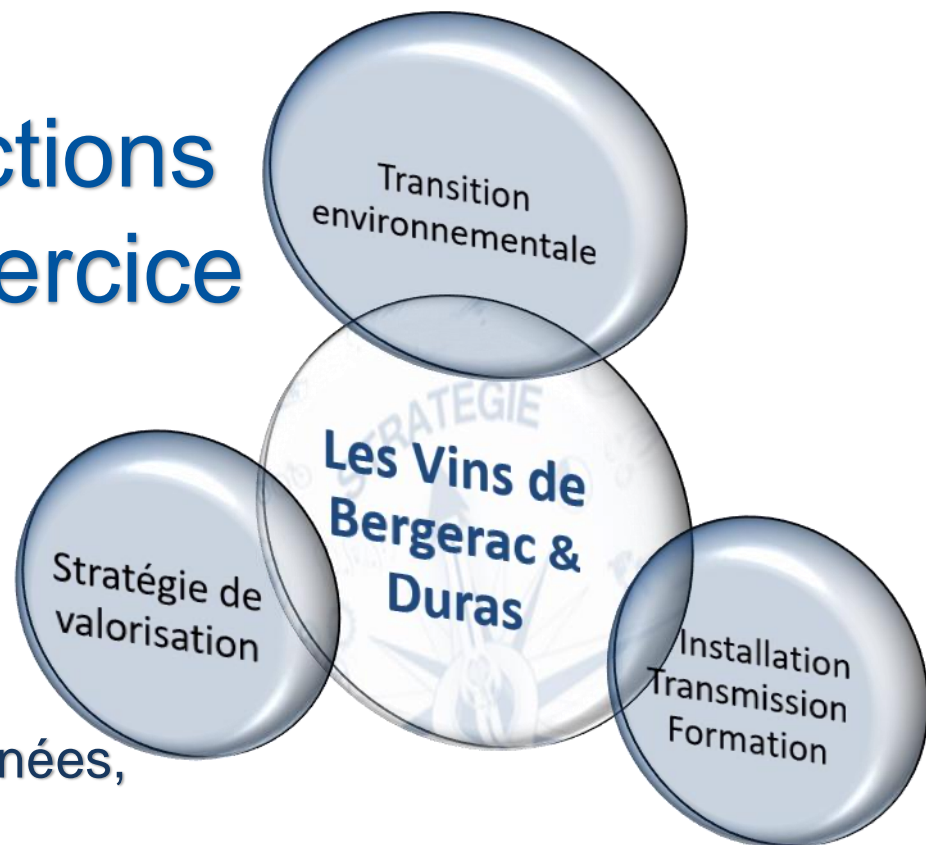


Les grands axes d'actions de cet exercice



Les choix stratégiques de l'interprofession pour le développement de la filière viticole de Bergerac & Duras sur les prochaines années,

servant de fil conducteur à la Communication des Vins de Bergerac et Duras



Dans le prolongement de l'Etude prospective de la filière viticole 2016-2025, et du Plan PASSAGE amorcé suite au gel du printemps 2017, l'Interprofession a défini ses axes de travail tout au long de cet exercice pour aboutir à une véritable stratégie de valorisation répondant aux thématiques actuelles et aux enjeux de demain.

Stratégie de Valorisation

Un pour tous, tous pour un

*Notre vignoble a beaucoup à offrir aux consommateurs, notamment concernant leur soif **d'authenticité, de nature, à un rapport qualité/prix exceptionnel.***

*La perception des consommateurs en termes de qualité et de valeurs associées est **plus que réconfortante**, les comportements d'achats poussent à la valorisation, une conjoncture qui laisse entrevoir des **opportunités pour notre vignoble.***

*Nous sommes, collectivement et individuellement, dans une démarche de valorisation afin de **se positionner sur des marchés cœur et haut de gamme.** C'est tout un territoire qui souhaite répondre à cette demande.*

*L'interprofession des vins de Bergerac & Duras poursuit la stratégie de valorisation en accompagnant ses ressortissants autour de 3 grands axes : **la transition environnementale, la valorisation par le prix et le discours, ainsi que l'accompagnement à l'installation et la transmission des propriétés.***

*Ces 3 axes prioritaires cette année ont été soutenus par le Comité Stratégique et ont d'ores et déjà pu être travaillés par les équipes de l'IVBD, en collaboration avec de nombreux partenaires (FVBD, Chambre d'Agriculture, WAB, CAB, Ville de Bergerac, Vins & Ventes...) et ont abouti à **3 programmes d'accompagnements.***

Il est temps de passer de la théorie à la pratique !





Plan Stratégique pour la filière viticole de Bergerac-Duras :

Mise en œuvre sur 2018-2019



Tout au long de cet exercice, en Directoire, Bureau Exécutif et Comité Stratégique, des propositions des professionnels ont émergé pour aborder cette année 3 thèmes fondamentaux pour le développement de la filière :

- La stratégie de valorisation
- La transition environnementale
- La transmission-Installation-Formation

Le 1^{er} Comité Stratégique réuni en octobre 2018 a décidé de déployer l'axe de la TRANSITION ENVIRONNEMENTALE.

** voir le nouveau mode de fonctionnement présenté et détaillé en page 17.*



Objectifs

Avec la nouvelle Gouvernance de l'interprofession *, mise en place en septembre 2018, plusieurs cellules de réflexion se sont ouvertes durant l'exercice afin de définir les axes de travail et définir les actions collectives à mener par l'IVBD.

3 axes : COMMUNICATION VALORISATION - TRANSITION ENVIRONNEMENTALE - TRANSMISSION & FORMATION



La transition environnementale

Le 22 octobre 2018, le premier comité stratégique de la nouvelle gouvernance de l'IVBD s'est réuni pour valider collectivement l'intérêt pour le territoire à répondre au projet VitiREV (Viticulture Respectueuse de l'Environnement) de la Région Nouvelle-Aquitaine, en réponse à l'appel à projet TIGA.



L'IVBD s'implique dans la réalisation du projet régional Aquitain, TIGA (Territoire d'Innovation de Grande Ampleur). Un projet créé pour accompagner une viticulture innovante et offrir une marge de progression après ecophyto pour défier le changement climatique et défendre la préservation de notre biodiversité. En initiant une dynamique territoriale l'IVBD a ainsi souhaité accompagner la filière pour qu'elle adapte ses pratiques et devienne une référence en termes de respect de l'environnement et de biodiversité.

Lors du comité, quatre ateliers participatifs ont permis de révéler les priorités d'actions pour la mise en place du projet :

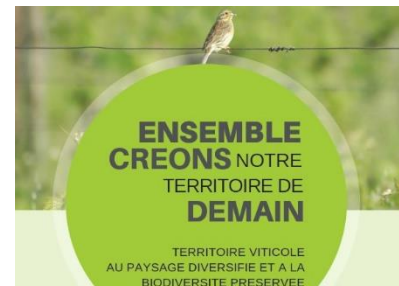
- Communiquer et valoriser auprès des opérateurs, des citoyens sur ce qui se fait et se fera.
- Animer le territoire, travailler en réseau pour partager et faire savoir les actions et projets.
- Accompagner les viticulteurs pour tester et mettre en place de nouvelles pratiques permettant de préserver la biodiversité, le maintien des paysages, la diminution des intrants.
- Faciliter la formation agro-environnementale des futurs vignerons et acteurs de la filière.
- Valoriser économiquement les pratiques environnementales des viticulteurs.
- Créer du lien avec les citoyens.

Pour avancer vers cette transition environnementale, l'IVBD s'est adjointe une Collaboratrice en charge de coordonner l'ensemble des opérateurs, acteurs et partenaires de ces projets.

En charge de cette mission au sein de l'IVBD, Cecile Lelabousse est le relais entre la Région, le Département et le vignoble pour initier un laboratoire d'innovation territoriale avec l'ensemble des parties prenantes pour faire émerger des expérimentations et des réflexions autour de la préservation et l'amélioration des écosystèmes.

Contact : Cécile Lelabousse, cecile.lelabousse@vins-bergeracduras.fr

Ce projet collectif autour de la viticulture durable a pour objectif de voir émerger des actions expérimentales et collectives sur les territoires à l'échelle locale comme sur le territoire de l'appellation de Bergerac-Duras. VitiREV accompagnera financièrement des actions collaboratives ayant pour finalité la diminution des intrants en viticulture, des projets en étroite collaboration avec les autres acteurs du territoire. Riche d'un paysage diversifié, d'une valeur oenotouristique et d'un engagement environnemental fort des exploitations, notre territoire est en bonne marche pour une transition environnementale.



Un état des lieux des pratiques environnementales a permis une première photographie du territoire et est surtout une boîte à outil informant sur ce qui se fait et auprès de qui les vignerons peuvent se référer pour un engagement environnemental.

Objectifs

- Améliorer les performances économiques de nos entreprises.
- Pérenniser et développer l'activité économique et l'emploi de la filière.



La Cellule de réflexion sur l'Economie

Ce groupe de travail a eu pour objectif de faire des propositions pour :

- Mettre en place des audits techniques de terrains et financiers des entreprises viticoles
- Proposer un dispositif de suivi technique et financier des entreprises viticoles;
- Etablir un tableau de bord de suivi de la pérennité de nos entreprises de gestion des besoins en main d'œuvre et formation.



Mise en place de l'axe Transmission-Installation

Fin Avril 2019 : finalisation du plan (budget et engagement)

- Diagnostics pris en charge à 50 % par FranceAgriMer, soutenus également par un financement de la Région.
- Mise en place d'une convention entre les différentes structures engagées (Maison des paysans, Cerfrance, Chambre d'agriculture, Safer, IVBD, FVBD). Celle-ci sera officialisée le 18 décembre 2019.

Début Mai 2019 : Lancement de la communication du plan transmission

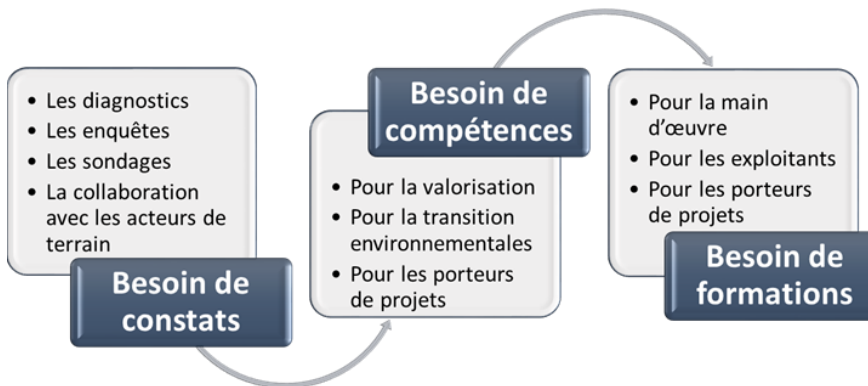
- Communiqués de presse et édition d'une plaquette d'information.
- Le séminaire marketing du 26 juillet a fourni l'opportunité d'informer les exploitants.
- S'appuyer sur le réseau de prescripteurs.

De Mai à Décembre 2019 : accompagnement de 15 exploitations, premiers constats et accompagnement vers les différents dispositifs existants.

Objectif du plan : accompagner à la transmission 40 exploitants par an via des diagnostics et dispositifs territoriaux.

33 Diagnostics-Conseils réalisés entre août 2018 et février 2019

ont permis de dégager des pistes et d'engager un travail de fond sur les problématiques des exploitants en lien avec les acteurs du territoire.





En 2019 : L'IVBD lance le plan Transmission - Installation

Transmission et
installation



Et s'investit aux côtés des opérateurs pour leur permettre d'avancer dans leurs démarches.
Un ensemble de dispositifs sont proposés grâce à la collaboration et l'engagement des structures et institutions accompagnant notre filière.

LES TEMPS CHANGENT...

Aujourd'hui la transmission familiale n'est plus automatique et ouvre le secteur agricole et les exploitations viticoles aux passions et rêves de nouveaux arrivants.

Les enjeux de notre territoire sont multiples (climatiques, environnementaux, économiques, sociétaux...) et invitent à envisager ces nouveaux venus avec un regard neuf. Ces porteurs de projets vont pouvoir accompagner les mutations de notre territoire et redynamiser nos campagnes et nos exploitations.

Pour autant la transmission du travail d'une vie n'est pas simple et demande un temps de préparation pour l'exploitant et pour l'entreprise.

Chaque cas est unique. La viticulture est elle-même à part... Dans ce sens, nous avons souhaité proposer un programme adapté pouvant satisfaire au mieux le cédant et le futur installé.

Le maître mot ... Anticipation ...

L'installation >>

Notre objectif :

Structurer et accompagner les projets | Proposer des formations adaptées aux besoins | Accompagner durant les premières années d'installation.

Nos outils :

Le Point accueil Installation | Les formations | La mise en relation avec un cédant | Un réseau de Parrains.

La Formation :

La formation accompagne tous les projets professionnels et soutient le développement de la filière et du territoire. Une offre complète et adaptée a été développée en partenariat avec : Un lycée d'enseignement agricole | Un centre de formation agricole | Des structures agréées.

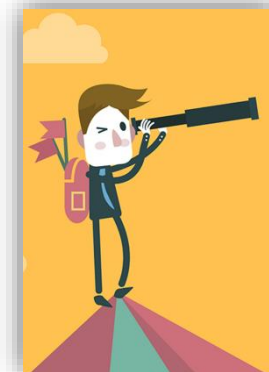
« La transmission

Un nouvel outil :

Anticiper (à partir de 50 ans) :

Les diagnostics d'exploitation | L'étude de faisabilité | Le prévisionnel
Une équipe expérimentée audite chaque structure sous tous ces aspects et identifie les axes et étapes à privilégier pour faciliter la transmission future.

Un travail collectif engagé avec les partenaires de notre filière sur la Transmission et l'Installation.



UN REFERENT POUR TOUS CES PROJETS EN VITICULTURE :
Mathilde VANQUAETHEM, Chargée de mission Plan Passage à l'IVBD



Groupe de travail Marketing et Communication

Groupe de travail animé par le Service Communication de l'IVBD en lien avec la FVBD et les Sections ODG

Sur la base de ses réflexions, différents outils de communication et lieux de réflexion ont été mis en place par l'IVBD.

Les objectifs retenus :

1. **Mobiliser le plus d'opérateurs possibles à la stratégie de valorisation**, présenter le programme d'accompagnement (plaquette avec les éléments de discours commun, programme de formation, échanges et débats avec des acheteurs, retours d'expériences d'opérateurs ayant appliqué une stratégie de valorisation)
 - ↳ Mise en place d'un Séminaire marketing, qui s'est déroulé le 26 juillet 2019
2. **Proposer des formations et un accompagnement adaptés aux viticulteurs**
 - ↳ Programme de formations en 3 axes, planifié d'août 2019 à juin 2020
3. **Proposer un accompagnement adapté au négoce**
 - ↳ Challenge négoce, à programmer sur 2020 à juin 2021

La stratégie de valorisation de la filière des vins de Bergerac et Duras intègre le volet Notoriété du Plan Stratégique 2016-2025. Elle est le 3^{ème} pilier de PASSAGE (le Plan d'Actions suite au gel de fin avril 2017) car elle a pour objectif de redonner de l'attractivité au territoire, pour la transmission des exploitations notamment, mais également de structurer l'offre environnementale en devenir VitiREV. Cette stratégie de valorisation est conçue pour apporter à chaque élément ressource de la filière (prestataires, opérateurs, metteurs en marché...) une analyse partagée, basée sur le consommateur et ses attentes et non sur le contexte.

La création de contenu pour les vins de Bergerac et Duras est d'une part alimentée par les événements et actualités du vignoble, d'autre part par les créations de contenu inhérentes au vignoble (vidéos de présentation, relai du contenu créée par les opérateurs,...).

Stratégie Marketing : Etude de notoriété

SEPTEMBRE 2018

Étude de notoriété n°2 : des résultats rassurants qui confirment la première étude, et bien plus !

Bergerac & Monbazillac **LEADERS**
des appellations du vignoble du Sud-Ouest
avec **84%** et **80%** de notoriété.

La première étude de notoriété réalisée en 2017 auprès d'un public 25-65 ans, toute France et tout public, montrait déjà la bonne notoriété des vins de Bergerac & Duras.

3 groupes se distinguaient :

- « Les Stars » Bergerac et Monbazillac avec plus de 80% de notoriété assistée (cela veut dire que le consommateur les connaît quand on lui demande), de façon assez homogène en France.
- « Les en devenir » avec une notoriété moyenne et de grosses disparités entre la région de production et le reste de la France (bien connu dans sa propre région mais peu au-delà).
- « Les à découvrir » avec une notoriété faible, appellations très confidentielles très peu connues de façon homogène, que ce soit en région ou alentour.

La perception en termes de qualité a clairement été dévoilée : le consommateur a globalement une perception qualitative élevée de nos appellations.

Pour la deuxième étude, il nous a été demandé de creuser plusieurs notions :

Perception qualitative : qu'entend le consommateur par « bas de gamme », « haut de gamme » ? Quel prix est-il prêt à mettre ?

Typologie des consommateurs (novice, connaisseurs ou expert) peut également avoir une influence sur les résultats. Quelle est la perception qualitative de nos vins d'un novice comparée à celle d'un expert ? est-ce qu'un expert connaît mieux nos appellations qu'un novice ?

La notion de Périgord est porteuse en termes de notoriété, mais le consommateur sait-il qu'il y a du vin produit en Périgord ?

Quelle sont les valeurs qui sont associées au vignoble ?

L'ensemble des résultats de cette étude nous a permis d'avoir une meilleure compréhension des consommateurs et de la perception qu'ils ont de nos vins. Cela permet de se connecter avec lui, et de ne pas avoir une image faussée de la perception du consommateur. Au vu des résultats sur deux études de suite, faites par un cabinet extérieur sur deux échantillons représentatifs différents, **nul doute que le consommateur nous apprécie !**



Séminaire marketing

26 juillet

11H - 17H

CTIFL - Prigonrieux
STRATÉGIE DE VALORISATION

Créons ensemble une dynamique de valorisation



OUVERT A TOUS

Marketing : la stratégie de valorisation

Le principe des tables rondes

Matin : table ronde Acheteurs,

L'idée : VENIR APPORTER LEUR VISION D'ACHETEUR ET CONSTRUIRE ENSEMBLE LE POSITIONNEMENT DE NOS VINS

Dans le cadre du séminaire marketing, communication et commercialisation 2019 organisé par l'Interprofession des vins de Bergerac et Duras le 26 juillet, nous avons souhaité apporter aux opérateurs un constat de territoire, de marché et de consommation. A cet effet, étaient invités négociants, caves, exploitants à assister à notre séminaire marketing.

Le vignoble de Bergerac et Duras a beaucoup à offrir aux consommateurs notamment concernant leur soif d'authenticité, de nature, à un rapport qualité/prix exceptionnel.

Les exploitants du vignoble sont dans une démarche de valorisation, avec l'appui et l'accompagnement de l'IVBD, pour se positionner sur des marchés cœur et haut de gamme. Suivant les tendances de premiumisation du marché c'est tout un territoire et ses 10 AOP qui souhaite répondre à cette demande. Les acheteurs des différents réseaux de distribution ont participé comme suit : une intervention de 15 minutes pour nous exposer leur point de vue, puis participation à une table ronde pour répondre aux diverses questions de la salle.

Après-midi : l'expérience de chacun est l'affaire de tous,

L'idée : VENIR TEMOIGNER D'UNE STRATEGIE DE VALORISATION REUSSIE

Nous sommes convaincus que le consommateur acceptera un prix plus élevé sur certaines de nos appellations, notamment sur l'AOC Bergerac. Plusieurs de nos opérateurs qui y ont cru et pratiquent déjà des prix plus adaptés aux marchés cœur et haut de gamme sont venus nous faire part de leur expérience lors d'une table ronde animée par Fabrice Chaudier, consultant pour l'IVBD.

Comment Valoriser ? était le thème du Séminaire marketing organisé par l'interprofession le 26 juillet pour ses opérateurs

Le séminaire marketing de l'IVBD, c'est l'occasion de se retrouver pour partager notre vision du marché avec votre expérience, mais aussi de construire ensemble la stratégie de valorisation avec l'appui d'intervenants extérieurs, et du vôtre !

PROGRAMME :

9h00 : Qu'attendent nos acheteurs ? Comprendre et échanger avec nos distributeurs

Présentation puis table ronde.

En présence de responsables des achats de plusieurs circuits de distribution (négoce, grande distribution, cavistes, CHR, site web...)

Présentation puis table ronde

12h00 : Présentation des nouveaux enjeux stratégiques du territoire

14h30 : Quels sont nos outils pour valoriser ?

Outils de communication générique pour adopter une posture commune

Communication par appellation

Plan de formation à partir d'août 2019

Challenge négoce

Table ronde : témoignages d'exploitants qui ont réussi leur stratégie de valorisation.



Stratégie de valorisation

En route vers demain !





COMMUNICATION & Promotion

Vins de Bergerac Duras
100% SUD-OUEST FRANCE

MISSION COMMUNICATION
LES VINS DE BERGERAC ET DE DURAS
sur 2018-2019

100%
DYNAMIQUES

IVBD

Interprofession des Vins de Bergerac et Duras



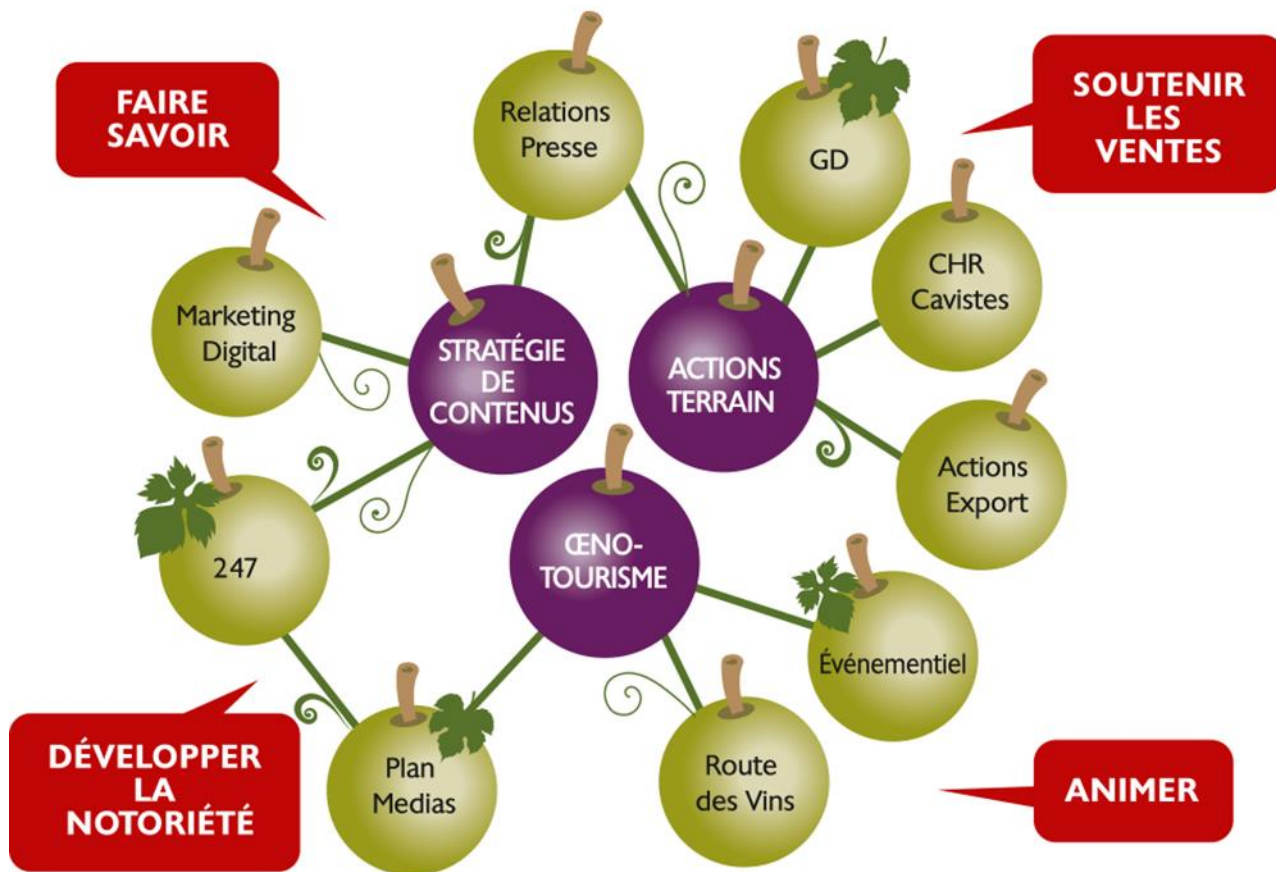


Les Champs d'Action 2018-2019

- Stratégie de contenus
 - 247
 - Marketing digital
- Relations Presse France et Export
- Plan Média
- Actions terrain
 - GD
 - CHR Cavistes
 - Actions Export
- Oenotourisme
 - Route des Vins
 - Événementiels

1 060 K.€uros engagés

pour les Actions de Communication 2018-2019



Rosette
Bergerac
 Montravel Pécharmant
 Monbazillac
 Duras Saussignac

100 % Sud-Ouest de la France

Cet exercice marque la continuité de notre stratégie de communication basée sur le contenu de nos atouts et richesses.



Des atouts de poids

- De **jeunes talents** qui émergent chaque année.
- Une **authenticité** qui correspond à la demande des consommateurs d'aujourd'hui.
- Des prix de **cœur de marché** dans un secteur ultra concurrentiel.
- Des appellations **historiques** connues du grand public : Monbazillac, Pécharmant, Bergerac, Côtes de Duras.
- Les AOP rouges du vignoble Bergerac-Duras sont **leaders** du Sud Ouest sur leur 1^{er} marché, la GMS France.
- Le **1^{er} vignoble** producteur de **vins moelleux et liquoreux** du monde.



DES ENJEUX À LA STRATÉGIE ...

- Valoriser nos marques AOP en capitalisant sur tout l'environnement gastronomique et culturel du Périgord Agenais.
- Développer notre notoriété par une communication en phase avec les consommateurs du XXI^{ème} siècle.
- Redonner de la fierté aux vignobles : donner envie aux acteurs de se positionner en tant qu'ambassadeurs de Bergerac et de Duras en leur faisant prendre conscience du capital sympathie que le marché a pour eux.
- Développer nos ventes en capitalisant sur l'image de marque du Sud-Ouest de la France.

LE PÉRIGORD AGENAIS, UN ÉCRIN FORMIDABLE





L'Interprofession aujourd'hui a plus d'une quinzaine d'AOP en gestion en Bergerac et Duras, des valeurs en commun à mettre en exergue, et doit faire face à un monde où les nouvelles technologies de communication sont en évolution perpétuelle, et la façon dont ses cibles reçoivent ses messages également.

Nous assistons par ailleurs à une tendance générale de la consommation de plus en plus forte en Europe consistant à un « retour aux sources ». Notre consommateur final aujourd'hui est à la recherche de produits vrais, frais, porteurs d'une origine identifiable, et n'est plus sensible qu'à un discours sincère et transparent en lien avec ledit produit.

C'est à cette même conclusion que nous a mené l'inventaire exhaustif de nos cibles en matière de communication. La méthode est donc de construire un « véhicule » pour notre communication, un système qui nous permette de diffuser de l'information pertinente, actualisée, de façon aussi fréquente que nécessaire à la fois au consommateur final sur l'ensemble de nos marchés cibles, mais également aux prescripteurs qui sont porteurs de message jusqu'au consommateur (journalistes de la presse grand public, sommeliers, restaurateurs et personnels du secteur traditionnel, cavistes).

Ce véhicule est un journal, dont les articles sont publiés sur internet de façon continue, et des éditions papier sont éditées pour diffusion par achat d'espace dans la presse papier grand public nationale; pour diffusion sur des événements via des « Editions Spéciales »; pour diffusion lors d'actions de terrain auprès du consommateur.

**Voilà 3 ans que nous déployons
LE MAGAZINE 247, SUPPORT DE
NOTRE STRATÉGIE DE CONTENUS**



Le déploiement de cet outil de communication à compter de Janvier 2016 nous a permis d'assurer l'ensemble des grands pôles d'action qui sont les nôtres de façon plus fine et efficace. Il s'agit :

- du **Plan Média Grand Public** : en France et à l'Export
- de **la sensibilisation des circuits de distribution**, via des actions d'information du consommateur en grande distribution, chez les cavistes, etc...
- de **la Formation** : en France (via notre Ecole du Vin pour la saison touristique, et l'Ecole des Oenophiles hors saison pour les locaux, et au sein des sections sommellerie des Ecoles Hôtelières de toute la France) et à l'Export (mais dans le cas de l'Export, il s'agira principalement de formation des prescripteurs en lien direct avec les consommateurs).
- des **Relations Presse** : en France et à l'Export
- des **Relations Publiques** : partenariats avec des événements grand public d'envergure (type Festival du Film de Sarlat, Fête de la Truffe de Sarlat, Salon International du Livre Gourmand de Périgueux,...), organisation d'évènements (Journée gourmande périgourdine avec notamment le Prix Ragueneau (Prix Culinaire récompensant une équipe « Un Chef-Un Sommelier » autour de la Truffe de Sainte Alvère, et d'un produit SIQO du Périgord imposé...), participation à des événements grand public (type « Bordeaux Fête le Vin » à Bordeaux, ou « Megavino » en Belgique..).
- du **Développement Oenotouristique et de l'animation du territoire** : avec notamment une volonté de créer en 2016 un label des fêtes viticoles responsables dans le Périgord-Agenais, de façon à créer un agenda qui sera diffusé localement pendant la saison touristique ainsi que nationalement dans le cadre des éditions du journal.

Retrouvez tous ces grands thèmes de notre communication dans les pages qui suivent.

LE MAGAZINE 247, SUPPORT DE NOTRE STRATÉGIE DE CONTENUS

Nos vins n'existent pas seuls, ils font partie d'un univers qui fait leur unicité dans un monde globalisé ultra-concurrentiel.

Notre ambition à compter de 2016 est de développer une stratégie de contenus pour :

- devenir la locomotive de toutes les filières sous SIQO du Périgord et de l'Agenais
- promouvoir leur territoire en tant que destination
- faire rêver professionnels & consommateurs.

• Avec le **247**, l'outil phare de notre stratégie de contenus...



Un mode de prise de parole dans les médias stratégiques

- Judicieux, de par la richesse de notre vignoble et son environnement privilégié,
- Légitime
- Personnalisé, c'est notre contenu, il est unique
- Un contenu « fait maison » et de qualité
- En cohérence parfaite avec notre environnement et les valeurs de notre territoire.

Des sources inépuisables de contenu !

Notre Vignoble : les hommes et les femmes du vin, leur talent, leur parcours, leur entreprise, leur terroir, leur passion...

Et autour du Vignoble : La richesse du patrimoine, l'environnement, la gastronomie, les paysages mais aussi les belles initiatives, les belles histoires de notre territoire...



Faire la part belle au contenu !

Pour ainsi gagner en efficacité

- Toucher plus directement de nouveaux clients
- Être plus lisible sur les moteurs de recherche et générer un trafic qualifié sur son site web ou ses réseaux sociaux en attirant l'internaute via des contenus qui lui parlent
- Sortir des canaux traditionnels de la publicité en étant plus économique et ciblé que les plans medias traditionnels grâce à cet apport d'actualités, articles, anecdotes, portraits, vidéos, photos...



Notre contenu est riche, varié à l'infini et de qualité. C'est ce que nous déployons depuis 2016 sur l'ensemble de nos actions de communication !

Le magazine 247 vit au fil des saisons

247



Le 247 N°7 Hiver 2018 : Spécial Fêtes

- Diffusé à 15 000 exemplaires sur l'ensemble du territoire « 247 »
- Distribué pendant les salons et événements locaux et via les opérateurs,
- **Du contenu** interpellant, riche, impertinent, amusant et informatif, toujours sérieux dans le fond mais pas dans la forme,
- Cible : grand public, touristes et locaux, Cavistes et CHR
- Inclus : livret recettes de fêtes PERIGORD ATTITUDE

NBI!

Edité par l'IVBD, 247 le mag est avant tout le fruit d'une collaboration entre rédacteurs passionnés et acteurs passionnants qui font de ce terroir un sujet intarissable.

Le magazine 247, septième numéro, sorti fin novembre 2018 50 pages exprimant la quintessence de l'art de la table et des plaisirs gourmands, un numéro spécial associant nos vins à la période de fêtes via des suggestions cadeaux, recettes de fêtes, sujet sur un réveillon idéal en Périgord avec des accords mets-vins.

Le magazine 247, « very mag trip en périgord agenais » se veut un concentré de notre art de vivre, autour des vignobles de Bergerac et de Duras. Ce numéro met tout spécialement à l'honneur le vignoble dans une ambiance de « Noël en Périgord-Agenais ».

Ce septième numéro cible également les professionnels du CHR et les Cavistes au moment des fêtes; l'objectif est de mettre en avant nos vins dans un univers festif.

Dans ce magazine « 247 % vrai », on parle de recettes, de culture, de balades, de shopping, on raconte les histoires des gens qui forgent ce territoire et lui donne sa personnalité.

Le magazine 247 est diffusé à 15 000 exemplaires et est réalisé par l'Interprofession des Vins de Bergerac et de Duras, qui, loin de mettre au service uniquement du vignoble cet outil de communication a fait le choix de valoriser tout ce qui fait de notre région ce site idyllique que l'on nous envie. En ces temps où le pessimisme règne, c'est peut-être déjà un moyen de rappeler aux acteurs de notre territoire que nous sommes le potentiel exceptionnel de notre région, et d'en être fiers !

247 se fait le porte-parole de tous les talents et richesses de notre belle région au fur et à mesure que les numéros se succèdent et on le retrouve dès cette fin d'année 2018 en version web, encore plus vivant, avec de l'actualité mise en ligne toutes les semaines. Par ce biais, sont annoncés tous les grands événements que l'Interprofession orchestre.

Notre ambition est, au fur et à mesure des numéros, de raconter toutes les belles histoires du territoire 247 et les trésors qu'il recèle.

Pour accompagner le **247**, l'outil phare de notre stratégie de contenus...

NOUS DECLINONS UNE STRATÉGIE WEB POUR DÉPLOYER LE CONTENU 247

- Avec la **démultiplication** de l'outil sous différents formats
 - ↳ web et réseaux sociaux, publications hebdomadaires d'informations, duplication vers l'export...

Vous aimez ce que vous avez entre les mains ? Alors n'attendez pas la prochaine édition : rendez-vous sur la toile toutes les semaines pour des articles, chroniques, vidéos, et infos exclusives !

Le Webzine : www.247lemag.fr

Les réseaux sociaux :  @lemag247  @247lemag  @247lemag  Le Mag 247

Toute une stratégie web pour une communication 247% connectée

- Nous déployons la même philosophie de contenus dans tous les axes de notre communication, que vous retrouverez dans les pages qui suivent :
 - Les relations presse
 - Les relations publiques
 - L'oenotourisme
 - L'export
 - Les circuits et réseaux de distribution

UNE STRATEGIE TRANSVERSALE !

Ce contenu vit dans tous nos axes de communication

Si le **247** est l'outil phare de notre stratégie de contenus, nous nous attachons à déployer la même philosophie dans toutes nos actions de communication et de promotion : Les relations presse, les relations publiques, l'oenotourisme... et **de saisir ainsi toutes les opportunités d'intéresser nos différents publics par la richesse et la diversité des thématiques que nous avons à leur offrir.**

CULTIVER LES RELATIONS PRESSE

Développer la présence des vins de Bergerac et de Duras dans **les supports presse grand public et spécialisés**

- Mettre en avant nos producteurs et leurs grandes cuvées, tout en mettant en valeur leur atout qualité-prix-plaisir
- Générer des retombées presse, articles et reportages
- Toucher les bloggeurs prescripteurs

Type d'actions : dégustations, Championnat de France de dégustation de la revue des Vins de France, Accueils presse France/export en France, Europe et USA presse, déjeuners, ateliers bloggeurs, partenariats Vinocamp...

FAIRE VIVRE L'OENOTOURLISME

3 millions de visiteurs viennent chaque année en Dordogne. Ce flux touristique est un enjeu majeur. La gastronomie demeure une motivation majeure du département et devance la découverte des vignobles et du vin.

Structurer et faire la promotion de l'offre oenotouristique à Bergerac et à Duras.

Coordination des actions des différents acteurs : Offices de tourisme, institutions vin, séminaire interne oenotourisme, événement annuel phare, Itinéraires thématiques, optimisation de la signalétique, diffusion via les outils web et journal...

SAISIR LES OPPORTUNITÉS DE RELATIONS PUBLIQUES

Véhiculer l'image de nos vins au travers d'événements viticoles et gastronomiques en lien avec notre territoire ou saisir l'opportunité d'un événement majeur dans le monde des arts, des médias, du sport...

Types d'actions : Soirée vendange à la Maison d'Aquitaine, Festival du film de Sarlat, salon International du livre gourmand, Fête de la truffe à Sarlat, salon international de l'agriculture de Paris, Tour de France...

C'est aussi ...

POURSUIVRE LES ACTIONS TERRAIN EN FRANCE & SOUTENIR NOS ENTREPRISES A L'EXPORT

À l'Export,

Accompagner les entreprises dans leurs démarches de développement à l'export et conforter ainsi les AOP de Bergerac et Duras sur ces marchés.

Type d'actions : Espace collectif sur les salons [Wine Paris (ex Vinisud), Prowein], aide à la participation aux salons et concours internationaux, partenariats avec l'IVSO sur les marchés USA, Canada et Japon, etc...



Quai Cyrano, un espace pour faire rayonner le vignoble sur le territoire



Le concept

À Bergerac, le Quai Cyrano défend l'oenotourisme

La maison des vins de Bergerac et Duras et l'Office de tourisme partagent désormais une même adresse à Bergerac, face à la Dordogne. Le lieu inauguré en début d'été est conçu pour être un véritable outil au service de l'oenotourisme.

Inauguré le 6 juillet à Bergerac, le Quai Cyrano réunit la Maison des vins de Bergerac et Duras et l'Office du tourisme dans un même lieu, pour mieux promouvoir l'oenotourisme.

Situé en face de l'ancien port de Bergerac, le Quai Cyrano offre une vue imprenable sur la Dordogne. La maison des vins de Bergerac et Duras et l'Office de tourisme y sont désormais réunis.

Objectif de ce lieu nouvellement créé : développer l'oenotourisme, un axe stratégique pour le vignoble.

Vaisseau amiral du vignoble de Bergerac et Duras, Quai Cyrano est le tout nouveau concept de Maison des Vins et du Tourisme, véritable figure de proue de l'oenotourisme en plein essor de la région.

Il permet aux visiteurs de déguster les vins de nos 7 grands terroirs (Bergerac, Duras, Monbazillac, Montravel, Rosette, Saussignac, Pécharmant) avec une vue imprenable sur le port de Bergerac et sur le Cloître des Récollets.

Les 140 références des domaines de la Route des Vins de Bergerac et Duras sont présentées à la vente dans cette toute nouvelle maison des vins.

*Horaires d'ouverture au public :
9h30 - 19h30 en juillet-août / 10h - 18h entre septembre et juin.*



Oenotourisme en Bergerac-Duras

QUAI CYRANO



Ici, 3 propositions en un seul lieu

Côté vin, les sept appellations des vignobles de Bergerac et Duras y sont représentées. Un bar à vin installé au rez-de-chaussée et en terrasse, associe vins et spécialités locales.

L'espace boutique propose 200 références de vins de Duras et de Bergerac à la vente et organise des dégustations.

Côté information, le lieu a pour mission de promouvoir la véritable éclosion d'activités oenotouristiques proposées dans le vignoble. Entre fêtes, concerts, parcours nature, chasses au trésor, randonnées, piqueniques, barbecues ou balades en gyropode ou cinéma en plein air, le livret édité pour l'été recensait plus de 120 animations, récurrentes ou ponctuelles.

Tout juste inauguré en début d'été, le lieu a déjà pu accueillir quelques soirées vigneronnes ; et bientôt, les espaces seront aussi investis pour l'organisation du concours des vins de Monbazillac en septembre.



Ici, l'esprit de la quiétude et de la convivialité... Là où règnent l'ancien et la modernité..., le côté minéral et nature de Quai Cyrano offre aux visiteurs un voyage dans l'intemporel...



Inauguré le 6 juillet 2019, QUAI CYRANO a ouvert ses portes au public à mi juillet dès sa mise en fonctionnalité, fruit de 9 mois de travaux.

Les Maisons des Vins de Bergerac et Duras



Boutiques et Maisons des Vins

Les Maisons des Vins, vitrines de notre Vignoble et en particulier de notre Route des Vins de Bergerac et Duras, sont devenues le passage incontournable de nos touristes.

Elles se positionnent en véritables portes d'entrées de part et d'autre du vignoble. Le Vin y est mis en valeur autour de nombreux produits du terroir, d'activités culturelles et ludiques.

Elles sont animées par une équipe commerciale performante, interactive et dynamique. De nombreux stagiaires sont accueillis, en préparation de formations très diverses : Vins et spiritueux, Tourisme, Sommellerie et Commercial ; ce qui permet de renforcer les liens avec nos partenaires éducatifs de proximité : Lycée du Cluzeau, LEPA de la BRIE, IUT TECH DE CO Périgueux, IPC Vin Bordeaux sont quelques exemples ; ainsi nos futurs prescripteurs viennent puiser leurs connaissances au cœur du vignoble.

L'équipe Maisons des Vins, ce sont aussi les Vignerons qui chaque jour durant la saison estivale œuvrent à la transmission des connaissances au travers de dégustations et, de leurs histoires passionnantes qui suscitent l'envie de voyager et surtout de revenir...



Saison 2019 : année de transition

Cet exercice voit le projet de Quai Cyrano se concrétiser. Après la phase de chantier et d'aménagement du nouvel espace vin de Quai Cyrano, les équipes se sont mobilisées pour se préparer à l'ouverture de ce nouvel outil.

Après l'inauguration officielle le 6 juillet, les portes se sont ouvertes au public à mi-juillet.



Visites et dégustations commentées



Et le Corner Vins de Bergerac Duras à l'aéroport de Bergerac-Roumanière



Belle envolée pour les Vins de Bergerac Duras ! Surtout pour notre visibilité auprès d'une clientèle internationale - plus de 300 000 passages par an et succès renouvelé pour cette troisième saison !

Rappelons qu'en 2017 l'IVBD avait répondu « présent » à la proposition faite par la CCI de Dordogne, gestionnaire de l'aéroport pour un projet de stand Vins de Bergerac Duras. Elle a relevé le challenge d'un cahier des charges rendant le contexte de dégustation pour le moins singulier (pas de bouteilles, de verres en verre, d'objets coupants sur le stand...). Plus qu'une boutique c'est véritablement un corner Bergerac-Duras dans la zone d'embarquement, conçu selon un design élégant et moderne.

C'est un enjeu de visibilité important pour l'image de notre vignoble. Ce Corner dispose de deux écrans vidéo projetant des mini-films sur le vignoble en boucle ; des goodies Vins de Bergerac-Duras, T-shirts, etc..) sont proposés à la vente. La dégustation est animée par nos assistantes commerciales en fonction du départ des avions. Elle se fait avec des vrais verres à dégustation (en plastique, sécurité oblige). La seule possibilité de contenant dans cet espace sous douane : le Bib en 1.5 et 3 litres maxi que les passagers peuvent emporter en cabine.

De la Route des Vins...

Pour cette saison, 120 vigneron et caves du vignoble adhèrent à la Charte Qualité de nos Routes des Vins.

Les actions en 2018 et 2019

Toujours dans le but de valoriser l'image du vignoble en cohérence avec la stratégie de communication et les initiatives des opérateurs, les Vins de Bergerac et Duras poursuivent leurs efforts pour donner élan et attractivité à la Route des Vins, en se consacrant aux 3 axes de travail suivants : le réseau, l'expérience, et la visibilité et l'accès à l'offre oenotouristique.

Concernant le réseau, il s'est agit de (re)mettre en réseau les opérateurs internes/externes : nous avons ainsi intégré de nouveaux vigneron bergeracois et les vigneron de Duras : 130 opérateurs adhèrent à la Route des Vins aujourd'hui. Nous avons travaillé en collaboration étroite avec les autres acteurs de l'oenotourisme du vignoble, notamment l'office de Tourisme, pour mieux structurer et développer la Route des Vins.

Au niveau de l'EXPERIENCE, nous nous attachons à garantir une expérience de qualité aux oenotouristes en proposant une Charte qualité et un règlement Route des Vins adaptés aux dispositions d'aujourd'hui et afin de dégager une identité forte, nous proposons un événement annuel phare. L'autre atout est de se challenger pour continuer à proposer des expériences uniques : depuis 2016 le **Challenge Top 10 expérience Route des Vins** consacre chaque année une dizaine de propriétés.

En matière de visibilité et d'accès à l'offre :

La Signalétique Route des Vins est réactualisée pour chaque nouvel opérateur qui en est équipé.

L'IVBD édite en supports de communication de la Route des Vins le Guide et la Carte de la Route des Vins, le Numéro spécial oenotourisme 247, sans oublier l'actualisation du web.

L'ensemble de mise en valeur de l'oenotourisme en Bergeracois et Duraquois a largement été diffusé via Webzine 247 et les réseaux sociaux, sans compter de nombreux articles spécifiques oenotourisme parus dans la presse durant la saison 2018 et 2019.



... vers l'Oenotourisme

Rappelons que le **Challenge TOP 10 Expériences**, qui met en lumière 10 expériences (activité, lieu d'accueil, hébergement, restauration au domaine) remarquables sur la Route des Vins, a été reconduit en 2018-19. Celui-ci est un moyen de créer de l'émulation au sein de vignoble, et de valoriser les belles - et nombreuses - initiatives des adhérents.

Pour la saison 2018, dix domaines de Bergerac et Duras ont été distingués. Les 10 offres récompensées ont été retenues pour la qualité de leur exécution, leur originalité, leur cohérence avec l'esprit du domaine et celui de la Route des Vins Bergerac Duras.



Château Haut-Fongrive (prix Hébergement), Château Thenoux (prix Land Art), Domaine de Perreau et Vignoble des Verdots (prix Evénement), Domaine du Grand Maine, Domaine du Haut Pécharmant, Julien de Savignac et Château Feely (prix dans la catégorie Activités), Domaine du Siorac (catégorie Restauration) ; et le coup de cœur de la Vinata revient à la Cave Coopérative Les Vignerons de Sigoulès (prix « Les Portes ouvertes ») sont les lauréats de cette édition, chacun dans leur rubrique respective.

Bourse à l'innovation 2019

2019 : LA BOURSE À L'INNOVATION SE POURSUIT ... VERS LA VOIE DE L'ENVIRONNEMENT. Il s'agit d'une enveloppe globale d'un montant total de 4 000 € destinée à être attribuée à 2 domaines (adhérents de la Route des Vins) sous forme de dotation de 2 000 € euros. Cette bourse, créée par l'IVBD, a pour but d'inciter la mise en place d'offres oenotouristiques innovantes dans nos vignobles.

Aide d'incitation à la valorisation du vignoble, issue des actions mises en place par l'IVBD dans le cadre du Plan Passage suite au gel de printemps 2017.

Oenotourisme : la Route des Vins multi-primée !

Prix ITER VITIS 2018

Ce prix permet d'obtenir une reconnaissance nationale et européenne comme étant une des meilleures destinations oenotouristiques. Pour la sélection européenne, une campagne média en Europe et un tournage vidéo est offert aux lauréats.

Première reconnaissance : nous avons été sélectionnés parmi 28 dossiers français, nous avons donc obtenu une reconnaissance nationale, premier palier d'accès à la candidature européenne.

Des concurrents redoutables...

Pour cette édition 2018 des Européen IterVitis Awards 2018, c'est finalement le Conseil Départemental du Rhône pour l'événement « Les Vinalia » le gagnant « France », et le coup de cœur du Jury 2018 s'est porté sur la Fondation pour la culture et les civilisations du vin pour l'ensemble de l'action et la réalisation de La Cité du Vin.



Parmi les 5 lauréats en sélection nationale, l'Interprofession des vins de Bergerac et Duras a reçu la très belle distinction pour l'animation et la structuration de l'oenotourisme à l'échelle de nos deux appellations.

Prix Oenovideo



Le 17 octobre, le réalisateur Raphaël Reynier (société One Wineproduction) et l'Interprofession des vins de Bergerac et Duras recevaient le prix du meilleur film d'entreprise pour le film «Souvenirs de Vendanges». A retrouver sur notre page Youtube.

Best of WineTourism (Bordeaux)

Cette nuit du 23 octobre, Duras a fait mouche à Bordeaux avec le prix coup de cœur décerné au Domaine du Grand Mayne pour l'originalité et la diversité de leur offre oenotouristique.



♥ Propriété Coup de Cœur ♥



Best Of Wine Tourism
GREAT WINE CAPITALS | THE AWARDS OF EXCELLENCE



Oenotourisme : retour sur les événements phares 2019



La Vinata #3

Délocalisée pour sa 3^{ème} édition place Barbacane, de l'autre côté de la rivière, la Vinata a tout de même séduit son public et a mobilisé près de 35 vigneron de la Route des Vins tout au long de la journée pour faire déguster leurs vins.

Au total, ce sont plus de 700 personnes qui ont profité des dégustations, de la boutique éphémère et du marché de producteurs.

Les portes ouvertes sur la Route des Vins se sont poursuivies toute la journée du samedi.

Au total de ce vendredi de l'ascension, ce sont plus de 700 personnes qui ont profité des dégustations, de la boutique éphémère et du marché de producteurs. Les portes ouvertes sur la Route des Vins se sont poursuivies le lendemain, toute la journée du samedi.



Le Lancement de la saison oenotouristique sur la Route des Vins



Le saviez-vous ?

Au Moyen-Âge, la Vinata ou Vinée désignait l'ensemble du terroir viticole dépendant de l'autorité urbaine de Bergerac. C'est donc tout naturellement que les vigneron de la Route des Vins ont choisi la capitale du vignoble pour accueillir cet événement oenotouristique et festif. Le vendredi 31 mai, de 11h à 21h, ils ont transformé les places Cayla et de la Myrpe toutes deux situées dans le centre historique de Bergerac en grand showroom Route des Vins avec parcours découverte du vignoble, dégustations et ateliers. Et à partir de 21h, place à la fête avec au Cloître des Récollets, le grand bal de La Vinata et son bar à vin.

L'objectif ? Faire découvrir aux locaux comme aux touristes de passage la multitude de plaisirs et activités offerts par le vignoble à l'occasion du week-end de l'Ascension.



Oenotourisme : retour sur les événements phares de Duras

Édition Août 2018

Duras fête son vin !

Duras fête son vin en grande pompe -si l'on peut dire- dans le décorum nécessaire, le cadre spectaculaire du **château**.

Les **Côtes de Duras**, une appellation qui bouge... **Duras**, un terroir sportif... **Duras**, un mapping inédit en 4D sur le château en habit de lumière... sont les qualificatifs à retenir pour cette nouvelle édition de fête.

Afin d'animer au mieux le territoire du canton, les vigneron volontaires ont remis au goût du jour l'association St Vincent (patron des vigneron) avec le feu vert de tous les viticulteurs de l'appellation.

La fête du vin représente une occasion unique pour découvrir toute l'étendue de la gamme des vins de Duras : des rouges tanniques aux blancs légers et fruités, en passant par les rosés et moelleux dorés... **150 références de vin** y sont exceptionnellement réunies.

Au programme de ce week-end festif :

La bodega du rugby : Elle est indissociable de la fête du vin en servant le samedi soir et dimanche toute la journée des repas et rafraîchissements grâce à l'AOCO Duras XV. Le samedi 11 août à 18h au stade François Ballet, un match de gala opposait les Espoirs d'Agen à l'USM Marmande.

Salle des Maréchaux du château, le dimanche

Les vigneron étaient présents sur les stands dans la salle des Maréchaux du château de Duras. A 10h ouverture officielle du salon des vins, avec dégustation et vente. Pour le public, le pass-verre dégustation à 3€ donnait droit à déguster toutes les références de vins. Tout au long de la journée se sont succédés des animations musicales et mini-concerts variés, ponctués en milieu d'après-midi par le grand Chapitre d'intronisations du Maréchalat des Côtes de Duras. Pour les plus petits, un stand de maquillage et des magiciens (Yurgen et Florette) étaient présents sur le site toute la journée en animations gratuites. De 19h à la fin de la soirée, des concerts sur la place étaient organisés par Vins et Flots, Chez Régine, Chai et Rasade et AOCO Duras XV. Les restaurants de la place proposaient un menu vigneron. A 19h30, envol des montgolfières qui ont fait la réputation de cette fête. Des baptêmes étaient offerts afin de découvrir le pays de Duras si majestueux vu de la nacelle. A 23h, le spectacle innovant Mapping 4D sur les façades du château entrée, et sous-bois à l'arrière, clôturait cette journée pleine de magie.



Lors de la fête des vigneron de Duras, les Côtes de Duras célèbrent leurs vins en proposant une journée de fête !

Le ban des vendanges à Saint Astier de Duras



C'est le vendredi 21 septembre à 11h à Saint Astier de Duras qu'était proclamé le ban des vendanges qui ouvrait officiellement les vendanges 2018 sous la houlette du Maréchalat des Côtes de Duras. Les étudiants de l'école hôtelière d'Alost de Belgique en stage chez nos vigneron et professionnels étaient présents pour partager cette journée ; les écoles alentours également. Intronisation de personnalités, Vendanges à la main, pressage à l'ancienne et dégustation du 1er jus étaient au programme de cette belle journée.



Fort du succès des saisons précédentes, le mapping 4D du Château de Duras était de retour pour l'été



Cet impressionnant spectacle numérique, le mapping 4D, a été spécialement créé en 2017 pour fêter les 80 ans de l'appellation Côtes de Duras. Après tout l'été 2018, il a de nouveau animé la façade du château les mardis, jeudis et dimanches soirs à 22h30 en saison estivale 2019.

Oenotourisme : éditions de la Route des Vins en 2019

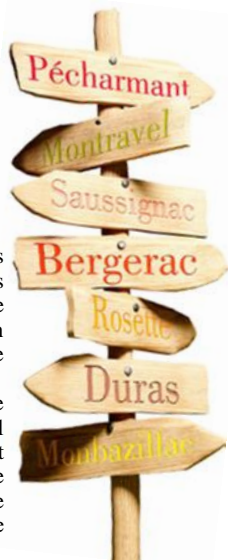
Un été sur la Route des Vins 2019

La Route des Vins Bergerac Duras

Démarche volontaire et collective, la Route des Vins est un réseau de 130 domaines et châteaux des vignobles de Bergerac et Duras, unis pour faire découvrir la vigne, le vin, le métier de vigneron mais aussi la culture, le patrimoine et l'art de vivre en Périgord Agenais.

Passionnés et passionnants, les vigneron(ne)s Route des Vins s'engagent à réserver le meilleur accueil aux visiteurs sur leur propriété. A cette fin, ils ont signé une charte qui garantit la possibilité de déguster dans de bonnes conditions des vins de qualité et de vivre un moment d'échange inoubliable avec les acteurs du vignoble.

Quelques heures ou quelques jours, touristes et visiteurs sont invités à vivre au rythme du vignoble avec les vignerons de la Route des Vins Bergerac Duras !



Notre stratégie de contenus, le dispositif Périgord Attitude ainsi que l'offre oenotouristique inédite et exceptionnelle de notre vignoble se traduisent par des outils de communication multiples pour servir aux attentes de nos opérateurs et aussi des nombreux touristes présents sur le territoire.

Le Mag 247 n°8 : Un été haut en couleurs, le spécial été pour séduire et guider nos visiteurs

247 « Un été haut en couleur », sorti début juin : ce nouveau numéro du Mag 247 met à l'honneur l'œnotourisme, la biodiversité et les différentes activités proposées pendant l'été sur le vignoble de Bergerac et Duras !

Ce numéro a été distribué dans tous offices de tourisme des départements 24 et 47, maisons des vins, hôtels, restaurants et autres point touristiques desservis par le réseau Echappée Belle, ainsi qu'un grand nombre à Lascaux.



Le GUIDE DE LA ROUTE DES VINS

| 92 pages organisées par zone d'attractions touristiques | Carte détachable incluse | Français/Anglais |
Distribution: offices du tourisme, aéroport, points touristiques à forte affluence, maisons des vins, opérateurs...

Et réédition de tous les outils de communication de la Route des Vins distribués par les réseaux de l'interprofession et à disposition des opérateurs :

La **CARTE DE LA ROUTE DES VINS** reste bien sûr également disponible seule pour les opérateurs souhaitant l'utiliser sans le guide, éditée en français et en anglais. C'est l'outil indispensable pour l'accueil à la propriété ou sur les salons, marchés gourmands...

La **CARTE DES APPELLATIONS** est disponible en français et en anglais, ainsi qu'en poster.

Le **FLYER ANIMATIONS ROUTE DES VINS**, reprenant toutes les animations de l'été sur la route des vins proposées par nos vignerons !



Egalement, à destination des jeunes

Documentation consommation responsable et brochures pédagogiques pour petits et grands :

Vin & Société édite chaque année de la documentation pour les enfants (Mon Quotidien, mon petit journal, incollables), en français comme en anglais, mais aussi pour les plus grands afin de faire de la pédagogie sur la vigne et le vin, que l'interprofession relaye en région. Des repères de consommation responsables sont aussi disponibles, la prévention fait aussi partie de notre métier !





Oenotourisme : LA COMMUNICATION PAR SECTION

Pour chaque Section,

Bergerac | Monbazillac | Duras
| Pécharmant | Montravel |
| Rosette et Saussignac |

l'interprofession apporte son soutien à la Communication sous divers angles :

- Rédaction de dossier de presse pour chaque grande appellation
- Tournage de film pour chaque grand terroir
- Evénements estivaux
- Bar à vin éphémères
- ...

Sur l'exercice 2018/19, actions et événements n'ont pas manqué... participant à la mise en valeur des terroirs côté convivialité et partage !



Un été Haut en Couleurs ! avec les Vins de Bergerac et Duras

On ne s'ennuie pas dans le vignoble de Bergerac & Duras, et pour cause, vous aurez l'embaras du choix pour découvrir la palette des vins et autres gourmandises du Périgord Agenais. Save the date !



Les Relations Presse, France



14 janvier 2019

Le diamant noir se marie à nos appellations pour un prix culinaire alliances-mets-vins haut en saveurs !



Plus qu'un prix culinaire, le Prix Ragueneau est un prix alliant mets et vins qui récompense une équipe et l'harmonie d'un plat avec son corollaire indispensable, le vin. Le chef réalise l'amuse-bouche et le plat avec la truffe de Sainte-Alvère. Le responsable vins sélectionne un vin de Bergerac-Duras sur ces deux mets et argumente l'alliance mets-vins.

Un bon plat, c'est un souvenir agréable, un mets dégusté avec le vin « juste » en harmonie, c'est un moment inoubliable, intense où les sensations gustatives sont à la fête ! Le vin donne presque une dimension philosophique au plat...

En Périgord, on trouve le vignoble de Bergerac-Duras et ses 7 grands terroirs qui se déclinent en pas moins de 17 appellations. Ce pays de cognac recèle l'ingrédient le plus magique de la gastronomie : la truffe du Périgord !

L'idée d'associer vins de Bergerac Duras et truffe de Sainte-Alvère est ainsi née. A Sainte-Alvère, à la limite du Périgord noir et du bergeracois, se trouve un marché à la truffe où qualité rime avec authenticité dans une ambiance des plus pittoresques. Abondance de biens ne nuisant pas du tout, les autres produits emblématiques du Périgord sous signe de qualité sont conviés naturellement autour du Prix Ragueneau. Chaque édition choisit un produit comme guest-star aux côtés de la Truffe et du Foie Gras du Périgord.

Dès début novembre était lancé l'appel à concourir auprès des restaurateurs pour ce Prix Ragueneau programmé à mi janvier 2019.

Pour cette 6^{ème} édition, et dans le prolongement de Périgord Attitude, le produit phare 2019 qui était à sublimer par les concurrents était le Chapon fermier du Périgord.

Au programme de cette journée du 14 Janvier :

- 10 h : marché à la truffe de Sainte-Alvère
- 12 h : casse-croûte sur le marché de Sainte-Alvère
- 14 h : début des épreuves devant le jury au Lycée Jean Capelle
- 18 h : fin des épreuves
- 21 h : palmarès et remise du trophée de la 6^{ème} édition du Prix Ragueneau. Soirée de gala en présence des équipes et des vigneronniers sélectionnés par les sommelières, le jury, journalistes et partenaires.



Le prix Ragueneau - clin d'œil au personnage du rôtisseur-pâtissier poète dans Cyrano - a mis en compétition, pour sa 6^{ème} édition, des binômes chef-sommelier venus de différentes régions françaises. Venu de Marennes, de Paris, du sarladais ou de la région de Bergerac, les cinq chefs en lice du concours et leur sommelier (ou chef de salle) devaient présenter un amuse-bouche et plat combinant truffe noire de Saint-Alvère, chapon et foie gras à un jury professionnel présidé cette année par le chef breton doublement étoilé Patrick Jeffroy (Le Carantec).

Nouveauté 2019 :
www.prixragueneau.com est le site Internet dédié au Prix Ragueneau servant notamment pour nos vigneronniers de relais d'info auprès de leur clientèle CHR.

14 janvier 2019



Un prix qui attire un jury et des finalistes de haute volée !

Un jury composé de belles personnalités, ambassadrices du Périgord comme Martin Walker et Julia Watson, Danièle Mazet Delpuch, des « récidivistes » comme le chef Patrick Jeffroy (2 macarons Michelin, Hôtel de Carantec) qui n'a pas hésité à « résigner » pour présider le jury cette fois, conquis par le charme d'une balade truffe et vins en Périgord en hiver.

Côté journalistes, nous avons accueilli pour la première fois : Antonia Mafra, journaliste culture et art de vivre pour le Progrès à Lyon ; Aymone Vigier D'Anval, journaliste vins pour Saveurs ; Elisabeth de Meurville ; Laure Goy, Terre de Vins. Tous ont été sensibles à l'atmosphère unique du marché à la truffe de Sainte Alvére, à la diversité de nos vins et de nos terroirs et à la personnalité de nos vigneron.

Outre les nombreuses retombées dans la presse locale et régionale (Sud-Ouest, France Bleu, France 3 Nouvelle Aquitaine, L'Echo, France Bleu Périgord...), la première retombée dans la presse spécialisée de la journaliste Laure Goy pour Terre de Vins est parue dès le 21 janvier.

Côté vigneron :

Les 10 vigneron dont les cuvées ont été sélectionnées par les 5 sommeliers finalistes étaient présents auprès des équipes, du jury et des partenaires pour la remise des prix ce 14 janvier au Bistrot de Malfourat.

- Château le Payral • Château Poulvère • Château des Eyssards • Clos l'Envègue-Julien De Savignac • Château Tour des Gendres • Le Clos des Figuiers • Domaine Mouthes le Bihan • Château de Tiregand • Château Monestier la Tour

L'équipe lauréate :

Le restaurant le Vin'Quatre à Bergerac a su convaincre le jury avec ce suprême de chapon du Périgord rôti, polenta de topinambour, croustillant de salsifis sauce vin blanc et truffe de Sainte Alvére accompagné de La Pie Colette 2016, côtes de Duras du domaine Mouthes le Bihan.



Les retombées sont nombreuses : **reportage sur France 3 National le samedi 6 Février (3 millions de téléspectateurs)**. Articles dans le magazine Régail, Réussir le Périgord, Sud-Ouest, Vitisphère...



Ci-dessus, en mode décontracté le matin du Concours : Mélanie Legrand et Charlie Rey, les vainqueurs du Prix Ragueneau 2019, ici au marché aux truffes de Saint-Alvére.

L'événement presse parisien, programmé au début d'été 2019...

Les 5 constantes retenues pour organiser ce dîner de presse

1. FAIRE (RE)DÉCOUVRIR aux journalistes et influenceurs les appellations de terroir de Bergerac-Duras. 2. PERMETTRE aux journalistes et influenceurs d'apprécier les «grandes» cuvées du vignoble de Bergerac-Duras. 3. PRÉSENTER l'offre œnologique du vignoble de Bergerac-Duras et annoncer l'ouverture de Quai Cyrano, la nouvelle Maison des Vins et du Tourisme de Bergerac. 4. RENFORCER les liens entre les vignerons et les journalistes/influenceurs en créant des moments d'échanges privilégiés. 5. ACCROÎTRE la présence des appellations de Bergerac-Duras dans les médias et notamment dans les sujets «œnotourisme».

Côté presse : 24 journalistes avec les spécialistes vins et gastronomie des magazines phares de la presse et les blogueurs influenceurs incontournables étaient présents.



Des retombées immédiates sont très vite apparues sur les réseaux sociaux ; rien que ce jour-là 17 stories Instagram publiées ont permis d'atteindre 30 317 personnes en audience totale cumulée.

Les retombées presse

Quelques-unes des retombées print que nous avons retenues, faisant la part belle aux sélections de cuvées présentées lors du dîner de presse ou échantillonnées ensuite :

Site web quotidien libre : article avec une dizaine de références sélectionnées. On retrouve également des cuvées sélectionnées dans les titres suivants : **Campagne Gourmande** (diffusion 60 000 ex) | **Saveurs Thermomix** (160 000 ex) | **Valeurs actuelles** (1 116 000 ex) | **Le Monde M** (265 000 ex) | **Cuisine et Vins de France** (150 000 ex) | **France Dimanche** (283 000 ex) | **Le Progrès** (198 000 ex) | **20 minutes** (769 000 ex).



Dîner de presse à Paris, le 19 juin 2019



Le parcours de dégustation

34 cuvées présentées lors du parcours de dégustation dont 14 (une de chaque opérateur) mises en scène avec les mets du talentueux Chef Hugo Pinto sur le dîner qui a suivi.



Le Point fort de réussite de ce dîner :

La diversité des médias représentés : presse écrite, radio, web, influenceurs

La Presse Vin et Nationale : Bettane & Desseauve | Terre de vins | VSB | La Revue du Vin de France | Vitisphère.com | Cuisine et Vins de France | Réussir Vigne | Sommeliers International & Beef | Dico du Vin | Quotidien Libre | Valeurs Actuelles & Le Particulier | Pratique | L'usine Nouvelle & Business et Marchés | Jours de Chasse | Claire en France | Cuisine & Tendances | France 3 |

Les Blogs nationaux : Envie d'apéro | Mademoiselle Bon Plan | Pleaz | Life & Style | Les Carnets de Lauralou | Le Fashion Post | Le Blog de Kat | Miss Tchintchin ...



Tout au long de l'année, l'Interprofession organise des événements d'actualité locale et reçoit dans le vignoble des journalistes tous azimuts...



Inédit, la 23ème édition du Concours de Monbazillac à Lyon

Une première : le 3 décembre, l'or de Monbazillac a brillé dans la Ville des Lumières !

L'objectif souhaité par la section Monbazillac était « d'exporter » le concours hors de notre vignoble et de cibler des professionnels. 30 **dégustateurs** (cavistes, blogueurs, journalistes, chefs et sommeliers) ont ainsi participé avec enthousiasme à ce concours par élimination directe dans un haut lieu « branché » vins, la L&J Winery.

*Le Palmarès de ce concours Millésime 2017 :
Domaine de Grange Neuve Monbazillac 2017, Anthony Castaing
Marquis de Chanterac, Monbazillac 2017, Cave de Monbazillac*

*Nos références Presse,
Nos valeurs sûres...*

Les Concours et dégustations de sélection des grands Guides des Vins font la part belle aux retombées médiatiques en Presse spécialisée, GD, CHR, gastro et news.

Chaque année nous veillons à leur réserver le meilleur accueil.

Parce qu'il est important de valoriser ses vins... les grandes dégustations de sélection pour les prochains grands Guides 2020 ont eu lieu cette année à la Maison des Vignerons de Duras. Avec tout d'abord la dégustation pour Le Guide Hachette le 27 février, puis...



Dégustation Bettane et Desseuve le 24 avril

Le 24 avril, nous avons accueilli Birt Jantzen, dégustateur en charge du Sud-Ouest pour les éditions Bettane et Desseuve, qui a fait sa sélection parmi plus de 200 échantillons présentés, toutes appellations confondues.



Dégustation Revue du Vin de France les 13-14 mars

La dégustation annuelle de la Revue du Vin de France pour le millésime 2018 a eu lieu les 13 et 14 mars à la Maison des Vins de Duras.

Cette année, c'est **Karine Valentin** (chef du service vins de Cuisine et Vins de France, magazine du même groupe de presse) qui était missionnée pour la sélection Sud-Ouest, et que nous avons eu le plaisir d'accueillir.

Sa sélection est parue dans le numéro de juin de la **RVF**, comme chaque année à l'occasion du « **spécial millésime** ».



Côté Presse...

[Presse professionnelle]

Promotion de l'opération caviste dans **V&S news** L'essentiel de l'actualité économique des Vins & Spiritueux Spécial CAVISTES & E- COMMERCE

L'objectif : Faire connaître l'opération caviste menée par l'interprofession et montrer notre dynamisme sur ce réseau de distribution (prescripteurs).



Diffusion : Professionnels cavistes et autres distributeurs, envoi automatique à 7500 cavistes en France.

Périodicité : bi-annuel, numéro de novembre à avril.

[Presse Grand Public]

Dossier Sud-Ouest dans **Le Monde**

Paru jeudi 19 juin - 274 00 exemplaires

A la suite de notre appel à échantillons en mai, les cuvées de 15 opérateurs ont été sélectionnées par les journalistes Ophélie Nieman et Laure Gasparotto (15 références sur 40 présentées ont été retenues, ce qui est un très bon score !)

Au-delà de la performance des vins présentés par nos opérateurs, à souligner le reportage très complet de 9 pages, avec notamment :

Le portrait d'un opérateur de notre vignoble, attiré par les paysages, la biodiversité et la qualité du terroir bergeracois (Karl Friedrich Scheufele, Château Monestier la Tour) ;

Ou cet autre portrait consacré à la famille Tingaud, propriétaire de Dame Bertrande en Côtes de Duras.

Le Hors-Série de la Revue du Vin de France, paru en juin met en évidence notre biodiversité !



Après Terre de Vins en mai, c'est la Revue du Vin de France (juin 2019) qui consacre 4 pages à l'oenotourisme dans notre vignoble dans le hors-série « Bio, nature et biodynamie» :

10 domaines sont mis en avant par Pierrick Jegu avec un carnet des bonnes adresses sur le territoire (hébergement, restaurants, sites...)

Publi-reportage et accueil-Presses d'automne...

L'objectif des accueils presse est avant tout d'entretenir notre présence dans la presse, notamment étrangère et US pour ce second semestre, en continuant à proposer des thématiques de voyages qui génèrent reportages et articles sur nos produits et notre vignoble de façon récurrente. Par ce biais, nous entretenons l'image et augmentons la notoriété des Vins de Bergerac-Duras en véhiculant les valeurs de notre vignoble et son potentiel œno-touristique, ainsi qu'en capitalisant sur la notion «du bien vivre en Périgord».



[PRESSE WEB] Journée blogueurs

L'idée : Communiquer auprès d'influenceurs web vins et/ou gastronomie, pour la période des fêtes notamment. Il s'agit de promouvoir la diversité de nos vins et de le suggérer pour les fêtes, en apportant du contenu web aux influenceurs pour qu'ils s'en fassent le relais. La journée du 8 septembre a permis d'organiser une rencontre dans le vignoble d'une vingtaine de blogueurs de notoriété.

INSTAMEET BERGERAC, 8 septembre 2018

20 influenceurs présents de Bergerac et Bordeaux lors de cette rencontre, aux retombées immédiates sur les réseaux.



Retombées enregistrées :
+ de 38 500 personnes touchées.





Les Partenariats Grands Evénements

- **Festival du film de Sarlat, 13 au 17 Novembre 2018**
Les vins de Bergerac & Duras y sont partenaires exclusifs « vins » durant tout le festival.
- **Salon International du Livre Gourmand de Périgueux, 23 au 25 Novembre 2018**
Les vins de Bergerac & Duras y sont partenaires exclusifs « vins » durant tout le Salon.
- **Fête de la Truffe à Sarlat, 19 et 20 Janvier 2019**
Les Vins de Bergerac-Duras sont partenaires exclusifs de ce grand événement gastronomique de Sarlat réunissant les plus grands chefs étoilés.
- **Sarlat Fest'Oie, 2 et 3 Mars 2019**
Les Vins de Bergerac présents lors de cet événement grand public : stands vins de Bergerac à la Bodeg'Oie et service exclusifs des Vins de Bergerac-Duras lors du banquet de 1000 convives.
- et en rappel, notamment :
 - ✓ **La Soirée presse sur le thème Périgord à l'occasion du Salon ITB Berlin** le 6 mars 2019 (80 prescripteurs)
 - ✓ **Salon International de l'Agriculture** à Paris du 18 au 20 mars 2019
 - ✓ **Congrès des offices de tourisme de Nouvelle Aquitaine** les 6 et 7 avril 2019
 - ✓ **Concentration nationale de cyclotourisme « Pâques en Périgord »**, 20-22 avril (étapes traversant le vignoble sur 3 jours, 800 cyclotouristes)
 - ✓ **Jazz Pourpre**, le festival de jazz dans le bergeracois en mai
 - ✓ **100^{ème} Félibrée à Périgueux**, les 5, 6 et 7 juillet
 - ✓ **Les Controverses de la biodiversité**, du 16 au 19 juillet (colloques sur l'environnement)
 - ✓ **Programme de partenariats sur les festivals de l'été** (juillet : Festival de Théâtre de Sarlat, Riber Art, Itinéraire Baroque)...



Le Dispositif de l'édition 2018
13-17 novembre

FESTIVAL DU FILM DE SARLAT

Partenaire depuis la création du festival, l'interprofession met en place un dispositif qui s'inscrit dans un triple objectif :

Conforter notre position de partenaire officiel des grands événements sarladais tout au long de l'année. Cette ville médiévale, une des cités les plus touristiques de nouvelle Aquitaine se donne les moyens **d'une ambitieuse stratégie d'animation pour booster le tourisme hors saison** : Festival du Film, Marché de Noël, Fête de la Truffe, Sarlat Fest'Oie, Journée du Terroir...

Entretenir notre image auprès des restaurateurs sarladais et de leur clientèle locale et touristique : 10 établissements renommés sont aux couleurs des Vins de Bergerac Duras pour le festival et le reste de l'année...

Impacter les 700 festivaliers présents (professionnels du cinéma, journalistes, partenaires...) pour véhiculer notre image dans le milieu du cinéma et de la culture.

Le festival en chiffres

- Plus de **14 000 entrées**
- 10 films** en Sélection Officielle en présence des équipes
- 10 restaurants partenaires**
- 50 films présentés
- 600 lycéens venus de 32 lycées de France section cinéma représentés, avec leurs 60 professeurs *
- 24 films en Sélection Tour du Monde
- 10 courts métrages

C'est LE festival de référence des terminales en Bac spécialité cinéma. Pendant une semaine ils profitent d'une programmation spéciale autour de leur programme du bac, accompagnée de projections de débats, d'ateliers et de conférences animées par des professionnels bénévoles.



7ème art et gastronomie

La réputation du Festival du film de Sarlat n'est plus à faire. Si tous les ans la programmation est toujours de qualité, c'est que sa réputation n'est plus à faire auprès des professionnels du cinéma. Mais il n'empêche que la réputation de la gastronomie du Périgord n'est pas pour déplaire aux participants. Il n'est pas rare de voir les acteurs et réalisateurs les plus gourmands parcourir les rues de Sarlat à la recherche de produits typiques. Et évidemment, vins de Bergerac et foie gras du Périgord font recette.

Les Vins de Bergerac-Duras, omniprésents lors du festival

En tant que partenaires exclusifs « vins », nos appellations étaient à « l'affiche » :

Lors des repas des festivaliers du mardi au samedi dans les **10 restaurants partenaires** (200 festivaliers accueillis à chaque repas dont les équipes de film)

Au dîner de la cérémonie d'ouverture mardi 13 Novembre (150 personnes avec l'équipe du film)

Au dîner de clôture au Centre Culturel (300 personnes) samedi 17 Novembre

Lors des apéros foie-gras au cinéma Rex à 18 h du mercredi 14 au vendredi 16 novembre (animés par Françoise Gautron-Brioul de la Maison des Vins).

Le Bar VIP : nos appellations sont également présentes à l'espace VIP du Festival, en fin de soirée, à l'Ancien Evêché, aux côtés des produits de la Distillerie Périgourdine.



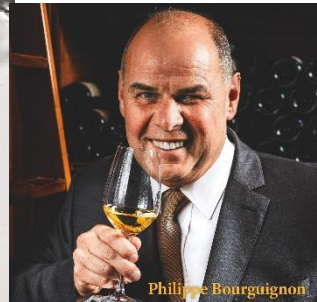
Le film Edmond, d'Alexis Michalik, grand vainqueur de ce Festival 2018 Paul-André Barriat, vice-président de l'IVBD, ici aux côtés du metteur en scène, réalisateur et acteur à succès qui raconte l'histoire d'Edmond Rostand et ses difficultés à monter sa pièce la plus célèbre "Cyrano de Bergerac".



Les vins de Bergerac et Duras présents au Salon International du Livre Gourmand 2018 de Périgueux



Cette année le stand de dégustation des Vins de Bergerac & Duras était animé par l'éminent sommelier Philippe Bourguignon.



UNE ÉDITION ANNIVERSAIRE !

LE SALON DU LIVRE GOURMAND DE PÉRIGUEUX ATTEINT DES RECORDS DE FRÉQUENTATION LES 23, 24 ET 25 NOVEMBRE 2018 POUR SA 15^{ÈME} ÉDITION !

Tous les deux ans, depuis 30 ans, le Salon du Livre Gourmand de Périgueux mêle la passion des mots et des mets. Première manifestation littéraire en France consacrée à la gastronomie, il est le rendez-vous incontournable des amoureux des livres et de la cuisine.

Événement populaire qui valorise toutes les tendances des plaisirs, de la production et de la réflexion culinaire, le Salon met en synergie l'ensemble des acteurs économiques du monde de la gastronomie (chefs, auteurs, éditeurs, oenologues, producteurs, distributeurs, filières agricoles...) à la grande satisfaction des professionnels comme du grand public.

Cette année, le Salon du Livre Gourmand de Périgueux valorisera : la francophonie dans l'assiette, les femmes qui font bouger les choses en cuisine, les savoir-faire et leur transmission ainsi que les nouveaux modes de consommation et de production.

Pour la première fois, le public devient acteur du Salon et sera invité à mettre la main à la pâte à travers des ateliers culinaires et sa participation à des débats sur l'alimentation et la santé.



LE SALON, C'EST...

20 000 visiteurs sur 3 jours

120 auteurs présents et 5 000 ouvrages autour de la gastronomie et des nouveaux modes de consommation : ouvrages pratiques, beaux livres de chefs, livres d'art et de photographies, essais polémiques, livres pour enfants, livres des régions ou des pays, cuisine et santé, oeuvres historiques, sociologiques, philosophiques.

Plus de 200 animations durant le salon : tables rondes, conférences, débats, dégustations, initiations et cours de cuisine, expositions, le tout réparti sur 5 400 m² dédiés aux livres et aux saveurs.

Périgueux vibre au rythme du Salon durant ces 3 jours et propose des parcours gustatifs dans toute la ville.

Les évènements Sarladais...

La Fête de la Truffe

Une édition 2019 une nouvelle fois très réussie, 19 et 20 Janvier 2019

Retour sur ce partenariat événementiel pour lequel l'IVBD a déployé un important dispositif et où les opérateurs ont participé avec enthousiasme pour aller à la rencontre des stars de la gastronomie.

Au-delà du cadre magique qu'offre la Place de la Liberté à l'évènement côté grand public, il s'agit d'un dispositif attirant à Sarlat immanquablement la fine fleur de la gastronomie, avec le **Trophée Jean Rougié** et l'**Académie culinaire du foie gras et de la Truffe**, qui déploie des moyens très conséquents.

Nos appellations ont ainsi depuis plusieurs années pignon sur rue comme partenaires officiels. Cette édition 2019, sous le parrainage de **Michel Guérard**, chef 3 étoiles vénéré par la profession et dont les ouvrages, précurseurs, sont plébiscités par le public, entouré d'une pléiade de chefs étoilés et de 40 journalistes *art de vivre*, a parrainé la fête et présidé le trophée Jean Rougié.

Sarlat est le rendez-vous hautement gastronomique en ce début d'année !



Côté grand public

Au cours des différents évènements, **7 vigneron**s ont participé et **les références de plus de 30 domaines-structures viticoles** ont été mises en avant.

✓ **Stands croustous sur la place de la Liberté** : aux côtés des chefs de la région qui préparaient des bouchées à la truffe en vente pour le public, **2 stands animés par Château Vari et Château Panisseau ont connu un record d'affluence.**

✓ **Le Wine Man Show by Eric Boschman** (une des personnalités du monde du vin les plus influentes en Belgique) samedi soir au Centre Culturel, **a affiché complet.** 3 références de nos appellations ont été mises en scène et dégustées au cours de ce spectacle (public de 450 personnes).

✓ **3 ateliers de dégustation alliances mets-vins** d'une heure ont eu lieu samedi et dimanche matin : **90 amateurs ont participé au total.** 4 appellations dégustées à chaque séance (soit 12 références différentes par jour).



Les temps forts du dispositif côté prescripteurs :

Les repas VIP (réunissant chefs, journalistes et partenaires) où **les vigneron**s se sont succédés pour faire déguster leurs belles cuvées.

Le Dîner de presse au Château de Beynac parrainé par Michel Guérard, en présence des propriétaires, Monsieur et Madame de Montgolfier et la participation de Vincent Alexis du *Château Barouillet*.

Le Déjeuner à la Lignée avec la participation de Lucile et Stéphane Dumoulin (nouveaux vigneron du *Château Cluzeau*), Florent Girou du *Château Combrillac* et M. Verhelst du *Château les Donats*.

Le cocktail dinatoire au chapiteau du Centre Culturel avec Sylvie et Yann Jestin de *Château Vari*, Emmanuel Guiot de *Château Panisseau*.

Le déjeuner à la Mairie de Sarlat avec les vins présentés par Pierre-Jean Sadoux du *Château Court les Mûts*.



2-3 mars 2019

Autre partenariat bien établi avec Sarlat, celui de FEST'OIE !

Un week-end de festivités gourmandes pour rendre hommage à la star du Périgord, emblème de sa gastronomie et symbole de prospérité. Des troupeaux d'oies qui parquent sur les pavés de la ville médiévale, des animations à chaque coin de rue (jeux anciens, marché primé, ateliers de cuisine...), autant de réjouissances à chaque fois prétexte à de savoureuses dégustations.

On peut s'attabler le samedi soir sous le chapiteau de la Bodeg'Oie, Place de la Liberté, et se régaler avec els produits artisanaux et fermiers proposés par les producteurs, sous forme d'assiette dégustation, au son des bandas et à marier subtilement avec les vins de Monbazillac, Pécharmant et Bergerac servis par les vigneron.

Et pour les marathoniens de la gastronomie, le grand banquet Fest'Oie, dimanche à 12h : un festival de quinze mets traditionnels autour de l'oie, accompagnés de jolies cuvées de Vins de Bergerac. Près de 1 000 couverts sont servis (à guichets fermés !), avec orchestre pour rythmer ce festival en « oie » majeur !



À Sarlat, le repas démesuré de Fest'oie continue de séduire, parce que "le gras, c'est la vie !"

Plus de 950 personnes se sont assises aux tables du repas périgourdin de Fest'Oie ce dimanche. Un repas tout en démesure, presque 100 % viande, accompagné des Vins de Bergerac où les mots d'ordre sont terroirs, tradition et bonne humeur.

C'est le moment phare de Fest'Oie à Sarlat : le repas périgourdin. Un repas tout en démesure, puisque **plus de 950 personnes étaient à table**, pour déguster pas moins de **quatorze plats à base d'oie**.

"Le gras, c'est la vie !" lance Marie-Pauline en éclatant de rire, avant de continuer : "Qu'est-ce qui est local ici ? C'est l'oie, c'est le canard, à un moment donné il faut être cohérent. Manger sainement, c'est bien, mais aujourd'hui, non." Elle vient de Limoges, ce repas est une première pour elle, hors de question de ne pas goûter à tous les plats.

Saucisses, magrets, foie gras, gésiers, steaks... au total, il y a **plus d'une tonne de viande d'oie en cuisine**.

À l'heure où le mouvement végan et les régimes en tout genre sont à la mode, en Dordogne, difficile de se passer de viande bien cuisinée et bien assaisonnée; le tout accompagné de bons vins de Bergerac.

« Nous on aime ce qui est bon, ce qui tient au ventre, qui a de la saveur, le terroir, c'est ça la vie ! » - Patrick est venu de Marseille pour profiter du repas géant et vivre la tradition et le terroir périgourdin à Sarlat, pendant Fest'Oie.

De la viande d'autant plus irrésistible ici puisqu'on ne mange que de l'oie, met d'exception. Et les gourmets sont formels : l'oie, une fois qu'on y goutte, on ne la quitte plus.



La Périgord Attitude, toujours en mouvement !

Après Paris, la Périgord Attitude débarque à Bordeaux



Les invitations lancées auprès des bordelais, sur la cible des 25-45 ans sensibles aux bons produits, ont fait carton plein.

Plus de 500 personnes ont fait connaissance avec les vins de Bergerac Duras associés aux produits sous signe de qualité Périgord.

Nous avons ainsi pu pérenniser le concept et la marque Périgord Attitude, lors de cette soirée organisée au restaurant Le Familia à Bordeaux, dans le nouveau quartier branché des Halles de Bacalan.





Soirée Périgord Attitude au Familia à Bordeaux

Le jeudi 29 novembre avait lieu la Soirée Périgord Attitude au Familia à Bordeaux réunissant 34 domaines viticoles représentant les 7 terroirs du vignoble de Bergerac et Duras ainsi que les 6 filières sous signe de qualité du Périgord. Plus de 500 personnes ont participé à la soirée à la découverte des vins de Bergerac et Duras et des produits du Périgord.

Périgord Attitude à Bordeaux

29 Novembre 2018





La PERIGORD ATTITUDE, C'est quoi ? Comment la définir ?

Pas banal ce Périgord, si actuel parce que justement si authentique et pas ringard pour deux sous. Parce que si, en vivant ici, on la respire, on la transpire, et on la pratique sans même s'en rendre compte, mettre des mots dessus est plus compliqué. En fait, le langage du Périgord, c'est l'art de vivre.

La **PERIGORD ATTITUDE**, elle ne se décrète pas comme une bonne résolution, elle ne se travaille pas comme un look, elle ne se recherche pas comme un graal. Bien au contraire, c'est elle qui nous prend, nous convertit et finalement nous connecte.

La **PERIGORD ATTITUDE**, c'est du virtuel bien réel, de l'impalpable bien concret. Plus qu'un concept : un art de vivre ! Et même, osons l'affirmer : la **PERIGORD ATTITUDE**, c'est l'art de vivre par excellence !

C'est le **bien manger et bien boire** : du local, du garanti avec des produits issus d'animaux élevés en plein air ou des productions végétales de qualité certifiées AOP, IGP ou encore Label rouge.

C'est le **savoir-faire gastronomique** avec des produits simples à cuisiner : la cuisine périgourdine regorge de recettes traditionnelles et, pourtant, les produits de son agriculture vont tellement bien, quasi bruts, avec la vie actuelle plus speed ! Un foie gras sur du pain, un magret sur la braise, un poulet au four, une salade de fraises, des marrons à la poêle, un gigot d'agneau rôti, des noix à croquer, un bon vin avec tout cela et le tour est joué.

C'est le **goût de l'autre** : en le conviant à sa table naît la convivialité. En lui ouvrant sa porte naît l'hospitalité. Le Périgord compte moult camping à la ferme, gîtes ou chambres d'hôtes : recevoir et accueillir est naturel, le goût pour les relations humaines franches, courtoises et directes est là.

C'est être **moderne et dynamique** : il y a tant à faire dehors entre sports et visites culturelles que cela induit un rapport à l'extérieur différent. Etre dehors, c'est être connecté avec la réalité. Quasi préhistorique comme attitude à l'heure du virtuel... à moins que ce ne soit plutôt l'aspiration ultime de beaucoup !

C'est au final un **certain hédonisme** rendu possible par une distance aux choses plus facile sous l'emprise d'une telle histoire et d'une telle nature qui aident à mettre en perspective quotidiennement le monde...

La **PERIGORD ATTITUDE**, c'est tout cela et c'est surtout ce que chacun peut en capter.

Alors, venez, goûtez, vivez !

savoir faire

*

Le label Périgord Attitude rassemble toutes les cultures et productions sous signes de qualité qui font toute la biodiversité du Périgord !

*

L'AGNEAU DU PÉRIGORD

LA FRAISE DU PÉRIGORD

LA NOIX DU PÉRIGORD

LE CANARD À FOIE GRAS DU PÉRIGORD

LE MARRON DU PÉRIGORD

LES VINS DE BERGERAC ET DURAS

LES POULET, POULARDE ET CHAPON DU PÉRIGORD

*

Communication spéciale PERIGORD ATTITUDE

Le Plan de communication spécial Périgord Attitude passe par

- L'information via le site internet portail : perigordattitude.com
- un Plan média print et Plan média web
- des Evénementiels prescripteurs et grand public amateur de vin et de gastronomie.



Plan média

Pour une marque collective impactante et rayonnante

Dans la stratégie Périgord Attitude, l'axe qui consiste à sensibiliser les médias spécialisés dans l'art de vivre et travailler en réseau au niveau local est primordial.

C'est pourquoi le plan média est pensé pour agir à la fois au niveau local (Périgord Découverte, Réussir le Périgord, Lascaux) et national (Saveurs, TF1, 750 grammes, réseaux sociaux).

Tous les canaux de communication sont exploités : presse, télévision, web réseaux sociaux, affichage.

Kits de présentation et objets publicitaires

Le concept ?

Tout est dans le détail... pour parfaire notre communication et avoir un fort impact visuel lors de nos événements, nous transformons et habillons l'espace, et proposons également aux partenaires de pouvoir s'approprier la marque (restaurateurs, producteurs, vignerons...).

- Présentoirs bois pour produits et bouteilles
- Caisses bois
- Set de table
- Kakemonos
- Sacs
- Tee-shirt
- Badges
- Chemin de table version été et version hiver.

Editions

Du contenu à mettre en forme et en valeur !

Pour susciter l'intérêt des consommateurs et attirer l'attention sur la particularité des produits sous signe de qualité, rien de mieux que l'édition de recettes et de conseils accords mets et vin !

Avec deux livrets recettes (recettes hiver 2018 et recettes de l'été 2019) sortis sur la période, la PERIGORD ATTITUDE se renouvelle et décline ses supports de communication en format carte postale; l'avantage de pouvoir être facilement diffusé, emporté et surtout gardé. C'est aussi la possibilité pour les filières de la PERIGORD ATTITUDE de pouvoir communiquer à la fois collectivement et individuellement.

Le magazine 247 édité par l'Interprofession des vins de Bergerac 2 fois par an est le support idéal pour diffuser à grande échelle les supports de communication et expliquer au consommateur la démarche collective entreprise grâce à des pages explicatives. Le 247 est diffusé dans des points à forte affluence touristique sur tout le territoire (Lascaux, offices du tourisme, aéroport de Bergerac, restaurateurs, hôtels...) mais aussi en dehors sur des événements, salons...



LES OUTILS propres à la ligne spécifique PERIGORD ATTITUDE, faits pour séduire...

Un livret de recette à diffusion nationale

pour faire connaître nos vins auprès d'un lectorat d'amateurs et connaisseurs (prescripteurs) et en augmenter la notoriété

Diffusion: France entière, **120 000 exemplaires**, abonnés et kiosques presse.

Périodicité: bimestriel, numéro de nov-décembre (spécial fêtes).



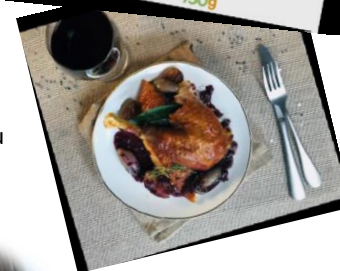
Des recettes et vidéos pédagogiques autour du vin sur 750 Grammes

Objectifs : créer du contenu de qualité et des vidéos pédagogiques autour du vin avec un site très influent auprès d'un public très large.

Diffusion: **3 millions d'abonnés** sur les réseaux sociaux, sur la période du 19 novembre au 16 décembre.

2 vidéos de recettes avec accords vin (Bûche de Noël aux Noix et idées de sauces pour accompagner une viande de qualité).

Et 4 vidéos motion design à visée pédagogique autour du vin sur 4 thèmes : Comment déguster un vin | Comment servir le vin | Comment lire une étiquette | Quel vocabulaire autour du vin pour se la péter à Noël !



Une charte graphique en édition limitée

Objectifs : marquer la période de fête, renouveler la marque en variant les graphismes.

Diffusion : livrets de recettes, bandeau site internet, goodies...



Et toute une gamme de goodies



Un livret de recette dans le 247 et à disposition des opérateurs

Conçu pour promouvoir les filières du Périgord et les vins de Bergerac Duras dans un livret utilisant les recettes parues dans Cuisine et Vins de France. Tirés à 15 000 exemplaires et diffusés gratuitement dans le 247 Le Mag spécial fêtes, ainsi que des exemplaires à part disponibles sur demande.



23 mai 2019

Périgord Attitude à Paris

Les vigneronns et les filières du Périgord montent à Paris !



Pour la deuxième saison, la Périgord Attitude s'installe sur le Concorde Atlantique en plein cœur de Paris pour faire découvrir au public parisien la richesse des produits du Périgord associés aux appellations des vins de Bergerac et Duras.



Opération réussie avec plus de 500 personnes présentes (au maximum de la capacité de remplissage de la péniche !) venue découvrir les vins et les produits du Périgord. Les coursives de la péniche Concorde Atlantique n'ont pas désempilé, les stands pris d'assaut pour déguster le Périgord sous toutes ses formes.



Périgord Attitude, toute une philosophie, tout un style !



Clin d'oeil

Nos viticultrices et productrices à la mode ont lancé la ligne Périgord Attitude... de la tête, jusqu'au bout des pieds !



Le Consulat de la Vinée

Par son action, le Consulat de la Vinée contribue à faire connaître l'ensemble des Vins de Bergerac. Le retour des traditions sert ainsi à des fins promotionnelles, le Consulat portant le pavillon des Vins de Bergerac dans ses déplacements et missions de représentation extérieure, et lors de son grand chapitre annuel.

Contact : Murielle VALENTINI - Tél. 05 53 63 57 62
murielle.valentini@vins-bergeracduras.fr



LE CONSULAT DE LA VINÉE DE BERGERAC

Le Savez-vous ?

Les Confréries maintiennent le souvenir et la mémoire ; elles sont le témoin vivant d'une partie de notre histoire, le rituel « confrérique » ayant pour unique objectif de préserver et respecter la connaissance et l'esprit d'une région, d'une province, d'une coutume.

Unissant ses membres dans des liens d'amitié et de solidarité, la confrérie de la Vinée de Bergerac s'attache à mettre en commun par les efforts répétés de ses ambassadeurs, la promotion de son savoir et la consommation des produits de son terroir : Les Vins de Bergerac !

Pour entrer dans la confrérie, il faut être un véritable amateur de vin et se sentir prêt à se dévouer à sa promotion et à la glorification du terroir viticole. Chaque futur impétrant doit être présenté et parrainé par un membre dignitaire du Consulat de la Vinée de Bergerac.



Les Consuls



Véritable émanation de l'Interprofession, dans ses actions de valorisation et d'ambassade, le Consulat de la Vinée de Bergerac est aujourd'hui constitué de 30 membres parmi ses consuls actifs formant sa lieutenance.

Le chapitre remarquable de cet exercice,

Celui du 12 avril, tout spécialement dédié à la future Maison des Vins et du Tourisme

Pour son grand chapitre du Printemps, le Chapitre de la Fleur s'est déroulé le vendredi 12 avril 2019, dans les caves voûtées de la Mairie de CREYSSE, en bordure de la Dordogne, exceptionnellement prêtés pour l'occasion compte-tenu des travaux en cours de la Maison des Vins qui se refait un nouveau visage !

Ce chapitre, tout spécialement dédié à la construction de la Maison des Vins et du Tourisme, fut l'occasion pour le Consulat de la Vinée de Bergerac de mettre tout particulièrement à l'honneur quelques-unes des personnalités locales qui participent et soutiennent ce projet depuis le début et suivent le cours du chantier de construction.

Ainsi, nous avons réuni sur le banc des intronisés, 5 impétrants dont les fonctions les ont amenés à soutenir, participer et collaborer au projet de notre très future Maison des Vins et du Tourisme qui a ouvert ses portes quelques mois plus tard : **Mme Sabine KROST-PÉTÉ**, Présidente de l'Office de Tourisme Bergerac Pourpre, Directrice de l'Hôtellerie « Le Manoir du Grand Vignoble » à St Julien-de-Crempe ; **M. Marc LETURGIE**, 1^{er} Adjoint à la Mairie de Bergerac et viticulteur à Pécharmant ; **Mme Christiane DELPON**, Conseillère communautaire déléguée Animation Culturelle à la CAB, Conseillère municipale à la Mairie de Bergerac ; **M. Roger LAPOUGE**, Conseiller communautaire délégué à la Voie Verte et Tourisme à la CAB, Maire de Mescoules ; **M. Christian REGNIER**, Président-fondateur de l'Association « Cyrano à Bergerac ».

... nul doute que cette cérémonie d'intronisations a encore largement rempli ses promesses d'avoir été un moment fort pour sceller les liens du Vignoble et des Vins de Bergerac à l'activité Tourisme de notre belle région !... Et assurément une page de plus dans le livre d'or du Consulat dédié à ces grands moments de convivialité partagée !





LE CONSULAT DE LA VINÉE DE BERGERAC

SUR TOUTES LES FESTIVITÉS ESTIVALES



Le Consulat de la Vinée de Bergerac a été créé le 09 janvier 1954 sur l'initiative du Conseil Interprofessionnel des Vins de la Région de Bergerac pour servir de vitrine à la région vinicole du bergeracois et assurer la promotion de ses vins. Mais il trouve son origine il y a plus de 700 ans, car cette création marquait le septième centenaire des franchises accordées à la Ville de Bergerac. Comme le précisent les Jurades de Bergerac de 1352, à cette époque, les consuls avaient autorité sur la Vinée de Bergerac et parmi leurs attributions figuraient la déclaration du ban des vendanges et surtout n'admettaient à l'abri des remparts de la ville que les vins produits par les vignobles du bergeracois après dégustation et marquage à feu des fûts.

Si le « Consulat de la Vinée » a pour mission de maintenir le souvenir et la mémoire par un retour à une belle tradition, il s'inscrit résolument dans le présent et l'actualité du vignoble.

Le rituel « confrérique » a pour unique objectif de préserver et respecter la connaissance et l'esprit d'une région, d'une province, d'une coutume. C'est notre patrimoine. Le Consulat de la Vinée de Bergerac s'y consacre depuis près de 65 ans, c'est d'ailleurs l'une des plus anciennes confréries vineuses de France.

Depuis six décennies, les consuls portent en France et au-delà des frontières le pavillon des vins de Bergerac, Monbazillac, Pécharmant, Rosette, Saussignac et Montravel et comment ne pas évoquer ici la figure de mon regretté prédécesseur, le Grand Maître René GROSSELEIL qui a magnifiquement œuvré pour assurer la pérennité du Consulat.

Aujourd'hui, avec force et détermination, j'entends conduire le Consulat vers les nouveaux défis du futur et plus particulièrement la défense et la promotion de notre vignoble, de nos vins de Bergerac et de notre patrimoine.

Et dans cet espace promotionnel, le Consulat a un rôle éminent à jouer.

Dans le cadre de la stratégie de communication mise en place par l'IVBD, son rôle ne peut qu'être renforcé. Stratégie de contenus autour de notre identité, de nos valeurs, de nos signes de qualité propres à notre territoire du Périgord et de la Dordogne, et dont l'oénotourisme en est le ciment. Dans ce cadre, le Consulat a vocation à animer de très nombreuses actions promotionnelles pour montrer l'unité, le savoir-faire et le savoir-vivre des acteurs qui animent le Bergeracois, tout l'esprit de la « Périgord Attitude » du bien-recevoir et de la convivialité !

Nous sommes heureux et fiers, aujourd'hui, de contribuer à l'honorariat du Consulat de la Vinée, et de participer parmi toutes les forces vives de la Ville et de notre région au renom et à l'éclat de la Viticulture de Bergerac autour des nombreuses manifestations festives, fédérant toutes les générations autour d'animations conviviales, et de fêter ensemble ce qui constitue l'**ADN de Bergerac : LE VIN.**



Paul-André BARRIAT

Grand Maître du Consulat de la Vinée de Bergerac

Vice-Président de l'IVBD, Interprofession des Vins de Bergerac et Duras

Un programme très dense sur cet exercice :

Les Consuls-ambassadeurs portent l'image de notre vignoble sur de nombreux événements festifs au fil des saisons

- **Samedi 4 août 2018** : «Bergerac fête ses Vins », le grand rendez-vous sur le port de Bergerac dans le cadre du programme des Estivales
- **Mercredi 15 août** : l'incontournable Fête des Confréries et du Vin de Homme à Homme
- **Samedi 1^{er} septembre** : Manifestation sous l'égide de l'Association de La Madeleine : une journée dédiée aux auteurs sur la Vigne et le Vin, avec la présence de stands viticulteurs. La présence d'une délégation du Consulat s'imposait naturellement pour la Cérémonie d'ouverture de cette opération à la Maison des Vins, l'occasion de fêter les 20 ans de l'Association avec notamment en rétrospective la plantation de vignes du quartier de la Madeleine parrainée par le Consulat il y a 2 décennies de cela...
- **Vendredi 21 septembre, en soirée lors de l'événement « La Vigne en Ville »** : Défilé aux flambeaux conduit par le Consulat de la Vinée (parcours de la mairie à l'église Notre-Dame), ouvrant la 1^{ère} édition 2018 de cette manifestation les 21 et 22 septembre (un partenariat IVBD/Ville de Bergerac/Le Démocrate/CAB). La cérémonie d'ouverture – ban des vendanges – était officieusement par le Consulat de la Vinée, entouré de la délégation d'élus et officiels de Bergerac. Puis, à partir de 20h15, rue Sainte Catherine et autour de l'église se tenait le Grand banquet des Vendanges avec stands de vin de 25 vigneronns présents sur l'événement.
- **Vendredi 31 mai 2019, La Vinata** : Inauguration et ouverture des festivités de cette 3^{ème} édition.
- **Dimanche 9 juin, La Botrytisée** : Inauguration et ouverture des festivités de la journée « Monbazillac en folie », organisées par la Section Monbazillac, lors de laquelle une large délégation du Consulat a adoubé devant le public les 5 cuvées collections de Monbazillac.
- Et les foires aux vins de l'été célébrées dans le vignoble : **Sigoulès** le 20 juillet et **Villefranche-de-Lonchat** le 28 juillet.



Le Dispositif ACTIONS GD Printemps 2019

Un plan d'action pour ce printemps 2019 consiste en la mise à disposition des opérateurs intéressés par ce segment de distribution de matériels et PLV spécifique à la promotion en GD.

JEU CONCOURS COLLERETTE

Le troisième volet de nos actions en GD a consisté à reconduire le jeu-concours porté sur les bouteilles via des collerettes pyramides et de stickers pour les bib.

Pour cette opération, **670 000 collerettes-pyramides** et **46 000 stickers** ont été apposés sur les bouteilles et bib de vins de Bergerac et Duras.

Pour jouer, les consommateurs devaient se connecter sur un site internet dédié à ce jeu. Au final, **11 523 personnes** se sont connectées et ont joué ; et **20 personnes** ont gagné un séjour d'un week-end en Périgord.



Opération locale estivale



avec l'Animation du Centre Commercial Les 3 Vallées, à Creysse

L'Opération « Les 3 Vignerons » au Centre Commercial des 3 V

A l'initiative de Kevin Guilbert, Directeur du Centre commercial des 3 Vallées (de Creysse-Bergerac), cette opération s'est renouvelée pour la 3^{ème} année par la mise à disposition d'un espace de la galerie marchande pour une promotion du vignoble de Bergerac Duras durant la saison estivale 2019. L'enseigne extérieure du Centre Commercial les 3 Vallées fait un clin d'œil à notre vignoble, rebaptisée à l'occasion de l'opération « Les 3 Vignerons ».

Les vignerons en opération marketing

À compter du 6 juillet, trois vignerons étaient mis à l'honneur chaque semaine au centre commercial des 3 Vallées, jusqu'à fin août. Une opération initiée par la cellule d'animation du centre commercial, en partenariat avec l'Interprofession des vins de Bergerac-Duras (IVBD),



Baptisée **Les trois Vignerons**, l'opération permettait d'accueillir 2 à 3 viticulteurs chaque semaine, à raison d'un le mercredi et deux le samedi, de 10 à 18 heures, sur un espace réservé, face aux caisses de l'hypermarché. Côté promotion de l'événement, un accent particulier a été mis en place auprès des structures de tourisme (aéroport, campings, gîtes...), via des coupons d'invitation, avec une bouteille offerte, qui ont été distribués.



Côté circuit traditionnel : les Cavistes

L'Opération « Tous chez le caviste »



Le dispositif

Cette campagne de promotion dédiée au réseau Cavistes s'articulait autour du dispositif suivant :

- ✓ **La dotation de 100 séjours dans le vignoble à gagner** comme lot pour les animations menées par les opérateurs chez les cavistes (selon un cahier des charges mis en place par l'IVBD). A cette dotation s'ajoutait un kit de PLV et un accompagnement médiatique de l'IVBD.
- ✓ **700 coffrets bois Collector Lascaux « 18 000 ans d'art de vivre »** pour deux bouteilles garnis de deux verres modèle Expérience étaient mis à disposition des opérateurs en 1+1 (50% de financement à charge de l'IVBD) pour livrer à leurs cavistes.
- ✓ A cette occasion le mag 247 « spécial appellations » faisait l'objet d'une réédition spéciale autour du thème « BERGERAC DURAS, 80 ans d'excellence ».
- ✓ Un argumentaire spécifique a été communiqué aux opérateurs participants afin de mettre en valeur cette thématique liée au système des appellations et IGP auprès des consommateurs.

Opération Cavistes automne hiver 2018

Une campagne de promotion spécialement étudiée pour ce réseau de distribution !

L'IVBD a programmé une campagne de promotion spécialement étudiée pour ce réseau de distribution à forte valeur prescriptrice, afin de soutenir et appuyer le référencement dans ce circuit valorisant, notamment pour nos appellations de terroir et les cuvées haut de gamme de tout le vignoble, en période de fêtes. La thématique s'est orientée autour de la notion d'excellence de nos appellations d'exception (à l'occasion des anniversaires fêtant les 80 ans d'une grande partie de notre patrimoine d'AOP).

Parallèlement au lancement de cette opération auprès des opérateurs, l'IVBD a relayé sur les réseaux sociaux ces animations menées chez les cavistes.



Grand succès de cette opération...

Largement plébiscité par nos prescripteurs cavistes, ce dispositif d'animations a été prolongé jusqu'au 30 mai.

En effet, les cavistes participants en ont redemandé, les animations pendant les fêtes ont permis d'enregistrer des chiffres de vente record. En fin d'hiver nous enregistriions déjà une trentaine de séjours en Périgord gagnés par les clients des cavistes participants.

Côté circuit traditionnel du C.H.R. *

Bilan Opération estivale de promotion sur le CHR local

Cette opération consiste à la distribution de kits de matériel promotionnel aux couleurs de Bergerac-Duras à 200 restaurants du grand périmètre bergeracois (de Monpazier à Sainte Foy la Grande en passant par Eymet) et une vingtaine autour de Duras.

Composition du kit : ardoise, ice-bags, vasque ou carafes, tire-bouchons et verres.

L'IVBD sert de relais aux opérateurs du CHR pour prospecter et conforter le référencement des Vins de Bergerac et Duras sur le territoire local et ainsi renforcer la visibilité de nos appellations auprès de la population touristique en saison estivale.

Egalement,

- Concours de Bergerac à Lascaux : recrutement de prescripteurs en juin ;
- Partenariat Périgourmands (accueil VIP Foie Gras du Périgord) : le 22 juin 2019



Promotion par l'outil PLV

Bergerac-Duras, au programme de voyages d'étude d'Ecoles hôtelières



Cette année, nous avons accueilli dans le vignoble les élèves de la Section Sommelierie de Talence, en décembre 2018 ; puis la Section Sommelierie de Rouen, en visite de 3 jours dans le vignoble en mai 2019.

Section 2019 de Chamalière



Et toujours, Le tour de France des Ecoles Hôtelières

Aller au devant des futurs professionnels du vin au travers d'un cycle de conférences dégustations auprès des sections sommellerie des Ecoles Hôtelières : Chamalières, Tain-l'Hermitage, Toulouse, Grenoble, Lyon Dardilly



- A partir de juin : La diffusion de kits de matériel promotionnel aux couleurs des Vins de Bergerac Duras à 150 établissements du sud-Dordogne et pays eymetois et duraquois.

Cette tournée réalisée en collaboration avec notre partenaire l'office de tourisme de Bergerac a été l'occasion de diffuser la dernière édition du moment du magazine 247.

La Stratégie Export de l'IVBD

La stratégie export de l'interprofession développée sur cet exercice s'appuie sur 4 axes principaux :

- **Aide à l'export** : proposer un ticket modérateur de 2 000 euros par entreprise sur l'exercice 2018-2019 pour leur participation aux Salons Export Internationaux et aux grands Concours Vins Internationaux.
- **Dispositif salons** : Offre de stands clés en mains, en partenariat avec l'IVSO et avec comme prestataire l'AANA, sur les espaces collectifs Vins du Sud-Ouest sur les salons Prowein et Vinisud.
- Une campagne ciblée sur un marché stratégique, porteur d'opportunités et en adéquation avec l'offre de nos vins : **Les Etats-Unis**, le premier marché des vins au monde. Nous mettons en oeuvre un programme conjoint avec l'IVSO de façon à renforcer la notoriété des Vins du Sud-Ouest. La nomination obtenue pour notre région Sud-Ouest à la prestigieuse distinction Wine Region of the Year aux Wine Enthusiast Wine Star awards récemment est un résultat direct de cette action engagée depuis 3 ans.
- **Donner aux opérateurs les clés de l'Export** : par un partenariat avec la CCI Internationale de Nouvelle Aquitaine qui devient leur interlocuteur export pour toute information documentaire et de promotion opérationnelle sur les marchés. Une journée « clés de de l'export » a eu lieu le Mardi 12 Décembre 2017 à l'IVBD pour présenter cet outil export.



Procédure Export avec la CCI Internationale

LES CLÉS DE L'EXPORT AVEC LA CCI
INTERNATIONAL NOUVELLE AQUITAINE

IVBD

Interprofession des Vins de Bergerac et Duras

Connectez-vous !



Plus d'infos sur le site <http://actus.ivbdpro.fr>

ACCOMPAGNEMENT
EXPORT IVBD



PROCEDURE EXPORT

Conseils, accompagnement, rencontres

À qui s'adresser?

La CCI Nouvelle-Aquitaine est le référent de tous les opérateurs de Bergerac et Duras. Elle répondra à tout questionnement et procédure concernant l'export. Sa mission est d'aider les opérateurs à se structurer pour exporter et à accompagner la filière alimentaire.

À quels sujets?

- Informations réglementaires et soutien juridique
- Informations marchés
- Accompagnement collectif (Rencontres acheteurs, missions commerciales) ou individuel
- Réunion d'information « Les clés de l'export »
- Sessions de coaching commercial

Prochains rendez-vous

- 21-22 janvier – Mission Belgique et Pays-Bas
- 23-24 mai – Mission BtoB Chine (dates à confirmer)
- 2 au 7 juin – Taiwan, Japon, Corée
- Mission USA (mars & juin, sur demande)

Accompagnement à l'EXPORT : Salons professionnels & Concours

Les **Concours Internationaux** sont un atout majeur pour ceux dont les vins y obtiennent des récompenses : des aides existent pour inciter vignerons et négociants à soumettre leurs cuvées.

La **présence des Vins de Bergerac et Duras sur les salons internationaux** contribue au rayonnement de nos appellations. Sur le 1^{er} trimestre 2019, 4 salons ont fait l'objet d'un effort collectif particulier.



Les Salons et actions en partenariat - dispositif AANA

Les Salons Internationaux Wine Paris et Prowein

L'IVBD a accompagné en 2019 la participation des opérateurs sur ces deux salons professionnels incontournables à l'export. Stand collectif Sud-Ouest en partenariat avec l'IVSO où sont mis en place des animations casse-croûtes Périgord afin que les professionnels internationaux dégustent les vins avec un échantillon de gastronomie périgourdine.



WINE PARIS (ex Vinisud)

[11 au 13 Février 2019] - Espace Vins du Sud-Ouest

Vinisud, habituellement organisé à Montpellier s'exporte pour la 1^{ère} fois à Paris..., et s'est unit à Vinovision Paris pour devenir le 1^{er} Salon annuel International du Vin à Paris en années impaires, le WINE PARIS est né.

PROWEIN

[17 au 19 Mars 2019] à Dusseldorf - stand collectif Vins du Sud-Ouest

Les chiffres record de l'édition 2019 : 61 500 visiteurs (+2% vs 2018), venant de 142 pays. Plus de 6 900 exposants venant de 64 pays. Le Pavillon France rassemblait pas moins de 870 exposants sur plus de 6 580 m². Près de 1000 journalistes accrédités venant du monde entier.



Pour célébrer le 25^{ème} anniversaire du salon, Messe Düsseldorf a demandé à Business France d'être partenaire de cette édition 2019. Business France, avec le soutien des partenaires régionaux, a décliné une campagne de communication France, faisant un rappel à une histoire d'amour.



Le S.I.A. SALON INTERNATIONAL DE L'AGRICULTURE

[18 au 20 Mars 2019] à Paris porte de Versailles

Participation et présence sur les deux stands des Conseils Départementaux de Dordogne et du Lot et Garonne.

Participation sur le stand Vin et Société et CNIV (fourniture de vins pour espace VIP et ateliers pédagogiques grand public).

Dans le cadre du dispositif mis en place pour le pavillon Nouvelle Aquitaine, l'AANA propose des stands pour les opérateurs ressortissants.

Informations sur le plan du salon pour retrouver les Vins de Bergerac-Duras :

- Les Régions de France sont situées en Hall 3
- Le S.I.A. est aussi le lieu emblématique du Concours Général Agricole, les sélections vins se déroulant le samedi d'ouverture du Salon, dans le Hall 7.2.



BELGIQUE



vinopres
AGENCY

20 de nos vignerons ont participé au publi-rédactionnel sur les Vins de Bergerac et Duras en Belgique au printemps 2019.

Pour cela l'IVBD avait négocié un partenariat publi-rédactionnel avec le groupe VINO Press, leader de la presse vin professionnelle et grand public en Belgique, ouvrant sur un reportage de 6 pages sur notre vignoble avec 2 pages de sélection de vins (36 références au total).

Ce dossier été publié en mai 2019 dans :

D-Morgen: en supplément de ce quotidien en néerlandais (Diffusion : 200 000 ex)

Essentielle VINO: en français, en supplément des quotidiens **La Libre Belgique** et **la Dernière Heure**.

8 AVRIL 2019

Un goût de Périgord Attitude à Berlin

A l'occasion du plus important salon du tourisme mondial, ITB à Berlin, s'est déroulée une soirée sous le signe du Périgord le mercredi 6 mars.

En effet, à titre d'invité d'honneur du Pavillon France, la Région Nouvelle Aquitaine a organisé cet évènement pour convier la presse art de vivre, nombreuse sur le salon. A l'initiative du Comité Départemental de Dordogne, le Comité Régional du Tourisme de Nouvelle-Aquitaine a fait appel à l'IVBD comme partenaire exclusif vins de cette soirée sous le signe de la Périgord Attitude.

40 journalistes et 20 tours operators ont assisté cette soirée hautement Périgord, avec notre ambassadeur, le journaliste et auteur de bestseller Martin Walker. Onze références présentes dans ses romans (2 millions d'exemplaires vendus en Allemagne) et sur le marché allemand ont été dégustées en compagnie des mets préparés par le Chef Christophe Maury (Hôtel de Bouliac à Montignac) avec bien entendu les produits sous signe de qualité mis en avant.

Une centaine de personnes ont été accueillies au Miele Experience Center (le showroom du fabricant Miele sur les Champs Elysées berlinoises, Unter den Linden).

Parmi la pléthore d'événements organisés à l'occasion de ce salon, il semble que la *Périgord touch* ait fait son effet auprès des nombreux prescripteurs invités, en présence de Michel Durrieu et Régine Marchand, respectivement Directeur et Présidente du CRTNA.

Les domaines dont les vins ont été présentés : Château Moulin Caresse | Château Monestier la Tour | Château les Tours des Verdots | Château Laulerie | Julien de Savignac (notamment la cuvée Bruno – aux couleurs du héros de Martin Walker).

Notre grande région et le Périgord ayant été mis en lumière, nous nous attachons à suivre avec nos partenaires CRTA et CDT les retombées en termes d'accueil presse qui ont été générées par cette opération.

EVENEMENT EXPORT ALLEMAGNE





Stratégie Royaume-Uni

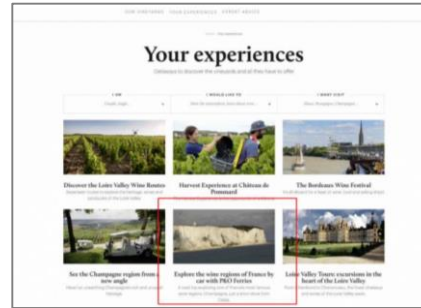
Grande-Bretagne : une campagne multi-canaux

Participation à l'opération FEEL | Campagne d'affichage Londres et Sud-Est | Campagne web
Intégration au concept créatif œnotourisme | Soirée de lancement RP

Actions avec le cluster œnotourisme d'Atout France dans le cadre de notre partenariat avec le Comité Régional du Tourisme de Nouvelle-Aquitaine.



Opération affichage métro londonien en 2 vagues de mi-mars à fin mai (au total 64 panneaux répartis sur le réseau)



Campagne digitale, avec une accroche générale vers les vignobles français, de mi-avril à fin juin.



Pages d'accueil des publications sponsorisées Facebook





Belgique : une campagne en ligne et dans la presse

Stratégie Belgique

Actions avec le cluster œnotourisme d'Atout France
dans le cadre de notre partenariat avec le Comité Régional du Tourisme de Nouvelle Aquitaine.

Quizz sur visitfrenchwine.com et sur les réseaux sociaux | Dispositif sur lesoir.be / [Le Vif](http://LeVif.com) / L'express.be / Nest.be | Facebook Ads | Vidéo dédiée aux réseaux sociaux | 1x4 newsletter par profil œnotouristique

Les résultats

www.visitfrenchwine.com

Visites globales sur le site :

Nombre de pages vues sur le dispositif : 115 224
Nombre de visites uniques sur le site : 54 122
Nombre de participants au quizz : 1 259
Nombre de participants au jeu-concours : 390

Visites uniques sur les pages Bergerac-Duras du site : 4 331



Focus sur le media levif.be
3 416 lecteurs pour un temps de lecture de 1'24"



Les résultats pour la stratégie globale

- Campagne Google Display : Annonces sur Google : **1 150 impressions pour 448 clics.**
- Achat de média Facebook : Publicité sous forme de carrousel dans le réseau social Facebook : **1 692 755 impressions pour 28 459 clics.**
- Campagne vidéo Facebook : Vidéo de 16 secondes sur une expérience dans les vignobles (en 2 langues FR et EN) : **1 529 177 impressions pour 27 995 clics.**
- E-newsletter : une e-newsletter dédiée à la campagne aux inscrits au quizz : **4 276 impressions pour 511 clics.**

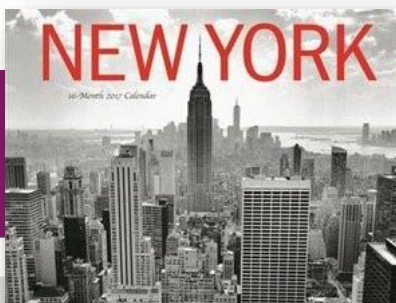


Stratégie USA



TRADE LUNCH

3 octobre 2018



EVENEMENT EXPORT U.S.A.

Concept renouvelé pour ce Walk around tasting présentant une large sélection de nos appellations Bergerac et Duras (28 cuvées de 10 opérateurs de Bergerac & Duras) auprès de 50 personnes du trade ciblées.

Ce parcours de dégustation était ponctué d'accords mets-vins avec des plats aux influences régionales très « French'Touch » et américaines.

3 producteurs présents sur l'événement.



Un rendez-vous important a eu lieu le 3 Octobre 2018 pour les Vins de Bergerac Duras sous la forme d'un trade lunch déjeuner où étaient conviés des prescripteurs : sommeliers, restaurateurs, journalistes...) au **restaurant Bobo**. 50 prescripteurs au total étaient présents.

28 références ont été dégustées sous forme de walk around tasting (parcours de dégustation libre et en alliance mets-vins au cours du repas).



L'opération était animée une fois encore par André Compeyre*, sommelier renommé et ambassadeur du Sud-Ouest ; ses commentaires précis accompagnaient nos hôtes tout au long de cette dégustation. Parmi eux, nous avons eu le plaisir de retrouver Jeff Harding, le wine director du très sélect Waverley Inn.

Maison de briques rouges des années 1800, le Bobo respire l'esprit d'une maison de campagne privée à la française.

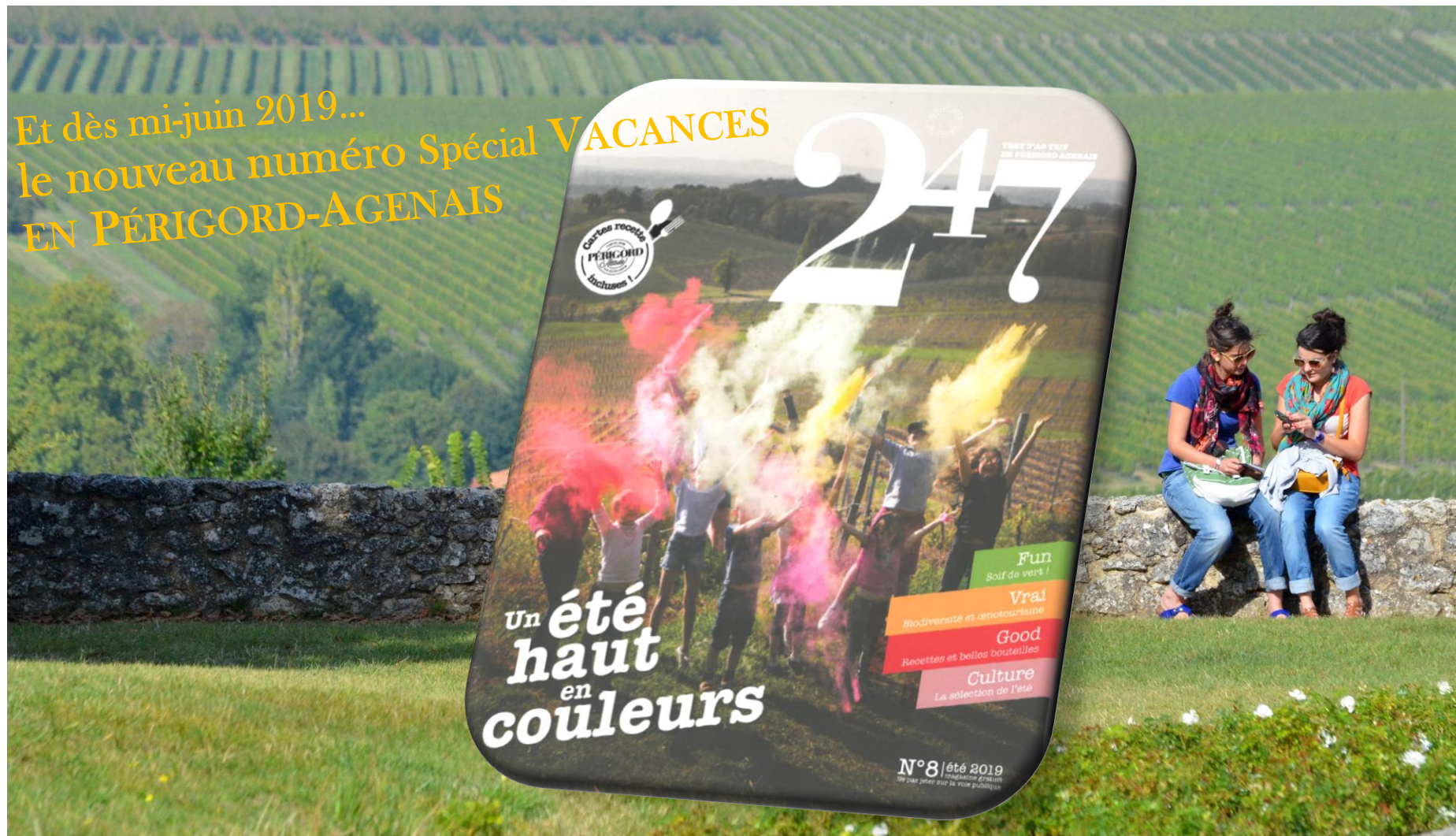
Situé dans le West Village new-yorkais de Greenwich Village, à l'angle de la 7th Avenue et de la 10^{ème} rue, le Bobo, restaurant branché, est situé dans le quartier sans conteste des plus pittoresques de Manhattan.



Tout savoir sur

A l'origine plantation de tabac, Greenwich village a été successivement quartier résidentiel anglais, terrain d'élection des immigrants, quartier bohème de Manhattan puis des peintres avant-gardistes (Pollock) et des beatniks (Kérouac, Dylan). Aujourd'hui le Village s'est embourgeoisé. Pour exemple, le Meatpacking District, ancien quartier de l'emballage des viandes, est devenu le district des galeries d'art et des restos de luxe.

Et dès mi-juin 2019...
le nouveau numéro Spécial VACANCES
EN PÉRIGORD-AGENAIS



Il s'agit du numéro estival, spécial œnotourisme, largement distribué tout l'été car il recense tous les événements se passant dans le vignoble et les animations sur notre territoire.

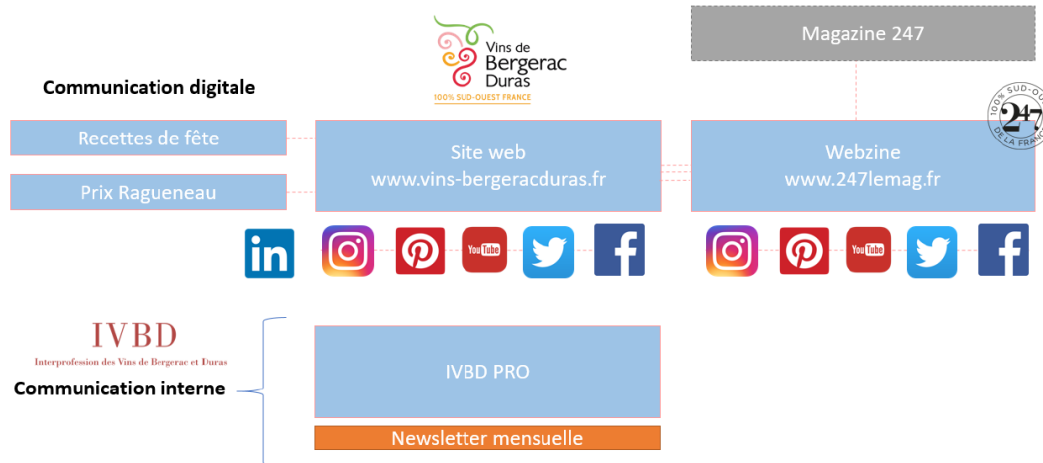
Ce n° 8, véritable condensé de l'art de vivre au cœur et autour du vignoble est en effet destiné à interpeller, sensibiliser et séduire tous les touristes sur notre territoire. Ce numéro était assorti d'un livret recettes en attache, spécial Périgord Attitude.

Imprimé à 40 000 exemplaires, il est diffusé dans le réseau Echappée Belle sur **1100 points stratégiques touristiques de Dordogne et Lot et Garonne** (offices du tourisme, sites, hôtels et restaurants...). Il a également été distribué avec un kit de matériel promotionnel à 200 restaurants sur le territoire du vignoble.

Digital et vin

L'interprofession et la transformation digitale

L'interprofession des vins de Bergerac et Duras utilise la grande majorité des outils digitaux. Tous sont en cohérence avec la stratégie globale qui est de toucher la cible la plus large possible de consommateurs, avec une attention particulière aux nouveaux consommateurs (25-45 ans) dans un soucis de développement à court, moyen et long termes



L'interprofession et les réseaux sociaux

L'Interprofession est présente sur tous les réseaux:



Elle communique au travers de deux marques "Les vins de Bergerac et Duras" et "247 le mag", ce qui lui permet de toucher le plus de communautés possibles susceptibles de toucher tous les consommateurs potentiels de vin.

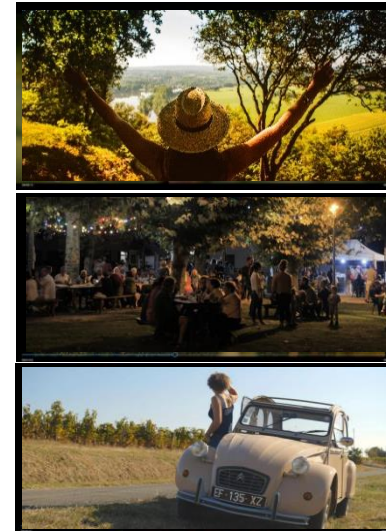
Un contenu riche et soutenu, nous partageons vos publications et vous pouvez puiser dans le contenu commun,

Rejoignez-nous !

En fin d'exercice nous atteignons les chiffres suivants :

- **92 100 visites avec 349 000 pages vues** pour le site des Vins de Bergerac-Duras
- **9 650 visites pour 14 700 pages vues** pour le site du mag 247

 **18 800 abonnés Facebook** (+20% vs 2018)
 **1 565 abonnés Twitter** (+9,5% vs 2018)
 **2 090 abonnés Instagram** (+60% vs 2018)



Les outils liés au web
[vidéo]

Les objectifs de l'IVBD, pour l'ensemble des vidéos produites visent à montrer la qualité des produits, l'authenticité des produits, notre savoir-faire et notre passion, la richesse des paysages et la diversité des vins.

[vidéos] **Les appellations entrent en scène**

Pour chacune des appellations de terroirs, ont été produites des vidéos destinées notamment à une diffusion via les réseaux sociaux ; l'idée étant de travailler sur la personnalité de chaque appellation, pour toucher le consommateur autrement que par des arguments techniques.

Ces vidéos offrent ainsi un contenu spécifique à chaque appellation et un contenu diversifié à l'IVBD pour faire la promotion du vignoble. Le service communication de l'IVBD a ainsi travaillé avec chacune des sections sur leur image, les tournages ont été réalisés en fin d'été 2018, puis les montages vidéos en fin d'année ont permis d'élaborer un plan média web pour une diffusion à partir de mars.

Diffusion : web et réseaux sociaux, Quai Cyrano et aéroport.

Ces vidéos sont également destinées aux opérateurs pour un partage de diffusion sur tous les réseaux.

Et tout au long de cet exercice, La continuité de notre stratégie web : ACTIVER UNE AMBITIEUSE STRATÉGIE DE HUB



Identifier (par la veille) et rediffuser tous les contenus disponibles sur internet qui sont en cohérence avec la ligne éditoriale du Mag 247 et qui évoquent l'art de vivre du Périgord et les vins de Bergerac et de Duras.

« Vinocamp est LE rendez-vous à ne pas manquer pour être connecté aux enjeux de la filière vin et les opportunités que lui offre le numérique. L'interprofession des vins de Bergerac Duras accompagne ses vignerons et structures viticoles dans la transformation numérique et encourage le vignoble à suivre le changement et non pas le subir. A ce titre, être partenaire du Vinocamp est une évidence pour nous ! Nous en ressortons toujours enrichi et le transmettons à nos vignerons à notre retour ».

Marie Lecourt, Responsable Communication IVBD



L'IVBD, partenaire de VINOCAMP

VINOCAMP VAL DE LOIRE #2

L'oenotouriste à l'ère du digital

ANGERS - Vendredi 23 novembre 2018



**Le Vinocamp,
c'est quoi ?...**

Les Rencontres digitales du monde du vin

Les Vinocamps sont des moments clefs pour rencontrer les acteurs du vin et du Web, créer des synergies et initier les vignerons aux outils des médias sociaux. Cette nouvelle édition s'est déroulée le 23 novembre à Angers et avait pour thème « l'oenotourisme à l'ère du digital ». Son objectif était d'élargir les horizons et de faire le point sur les opportunités que dessinent pour l'oenotourisme les technologies numériques et leurs usages. VINOCAMP a permis une réflexion collective ciblée sur les opportunités et les stratégies numériques pour développer l'oenotourisme.

Au total près de 200 professionnels du vin et de la communication (blogueurs, vignerons, négociants, responsables de marketing et consultants) ont participé à différents ateliers tout au long de la journée de cette 6^{ème} édition du Vinocamp Val de Loire, pour tenter de décrypter et répondre aux questions et enjeux de demain :

Les techniques du design thinking appliquées aux enjeux de la transition digitale de la valorisation des vins (communication, marketing, tourisme) | Un forum professionnel spécialisé, rythmé par des grands témoins de référence | Des designshops pilotés par des groupes associant étudiants, vinocampeurs et vignerons exploitant la complémentarité de leurs profils pour jeter les bases d'un accompagnement personnalisé |



Au programme de cette journée : Conférences | Ateliers et World Café | Showroom de la WineTech & pitch de start-up | Tables Rondes | Live Tasting.

L'IVBD, partenaire de Vinocamp pour la seconde année, disposait d'un stand dégustation. Les participants ont pu déguster 7 références de nos appellations présentes :

Cuvée Magie d'automne de Château Moulin Caresse, Montravel sec | Château Les Tours des Verdots, Côtes de Bergerac rouge | Domaine de Ferrant, Côtes de Duras rouge | Domaine du Haut Pécharmant, Pécharmant | Château Vari, Monbazillac | Château du Rooy, Rosette | Domaine du Siorac, Bergerac Rosé.



Sur cet exercice 2018-2019, une nouvelle édition de VINO CAMP s'est déroulée quelques mois plus tard... c'était le 28 juin 2019 à Avignon



Sur le thème : « Faire la différence avec le digital »

Marie Lecourt, Responsable Communication de l'IVBD que l'on voit sur la photo ci-contre (à l'extrémité droite de la tribune), est intervenue lors de la Table ronde formée sur le thème « Faire la différence sur les réseaux sociaux », pour présenter notre communication Games of Terroirs » qui illustre cet axe de développement par le digital à fort potentiel de retombées.



FAIRE LA DIFFERENCE

« La différence, c'est être unique, établir une distinction, se démarquer, faire pencher la balance du bon côté, tirer son épingle du jeu »

Le 1^{er} tastingcamp au Vinocamp

Pour la première fois, le Vinocamp a proposé le **Tastingcamp : une expérience de dégustation d'un nouveau genre, co-construite et interactive**. Les participants se sont réunis par groupes de 4 ou 5 personnes, pour **produire ensemble des commentaires sur des vins** proposés par les appellations Chateauneuf du Pape, Tavel, Vacqueyras, Luberon (les hôtes de cette édition).

Les commentaires ne concernaient pas uniquement le goût, mais également la perception que les participants avaient du packaging, des attentes qu'ils avaient en voyant la bouteille, et enfin de l'écart entre cette image, et le goût du vin. Tous ces commentaires ont été consignés sur **Klaxoon, un « tableau digital » permettant de les réunir et de les consolider en temps réel, à la manière de centaines de post-it virtuels**.

Une première édition enthousiasmante qui sera retrouvée aux prochaines éditions.



Autre sujet également très prisé : La table ronde sur le packaging a révélé de forts intérêts à l'innovation, en matière de packaging et de signature.

Être unique, raconter son histoire, c'est aussi le défi des **étiquettes**. Pari réussi pour ceux qui, pour se faire connaître et expliquer leur histoire, ont créé une série de vins icônes mêlant qualité des vins, histoire, art ou humour avec des lectures à plusieurs niveaux sur les étiquettes. Pour l'occasion Marie Lecourt avait amené des exemples du Bergeracois pour traduire ces nouvelles tendances.

Nos vigneron mis en avant lors de cette journée aux 200 participants

Pour le Bergerac Duras Lunch :

- L'ancienne Cure « ça sulfite », CBR
- Cuvée Bergecrac, Château Barouillet
- Cuvée Polychrome de Château Montplaisir
- 'Mémoire' du domaine du Grand Jaure, Pécharmant
- Les 3 filles de Château La Rayre, Bergerac sec



Pour le Bergerac Duras Tasting :

- Château Bélingard, « zéro sulfite »
- Château Montramé, Côtes de Duras rouge
- Château Roque Peyre, Montravel sec
- Château Les Miaudoux, Bergerac rosé
- Château du Rooy, Rosette
- Monbazillac Cuvée spéciale Périgord Attitude
- Cuvée Hecate de Ch. Barouillet, Pécharmant



Faire la différence sur les réseaux sociaux, une table ronde qui a animé le public avec des questions à tous les rangs. Chacun des animateurs, instagrammeurs et community managers y sont allés de leurs explications sur les méthodes de réponses aux commentaires et sur les relations avec les blogueurs. Des sujets qui reviennent régulièrement sans que la source ne se tarisse.

De leur côté, les vins de Bergerac & Duras ont raconté leurs expériences pour se rapprocher du consommateur, par une communication décalée, la nouvelle série Game of Terroir inspirée de la série à succès Game of Throne.

Place à l'émotion et la personnalisation ! Un exemple qui a marqué les esprits dans la salle!

Retrouvez cette communication web plus en détail en page suivante.



La stratégie de communication web innovée par l'IVBD



Les Vins de Bergerac Duras font leur spectacle !



[COM WEB] Les Vins de Bergerac Duras dans l'air du temps

Focus sur la web série « Game of Terroirs » qui a débuté dès le 15 avril 2019 sur nos réseaux, clin d'œil à la célèbre série à succès « Game of Thrones » !

L'idée est de faire parler le plus possible de nous via cette communication décalée et en parallèle de la sortie de la saison 8 de la série Game of Thrones. La cible est ainsi clairement identifiée : celle des 25-45 ans !

Par ce partage sur les réseaux, nous montrons que nous sommes un vignoble dans l'air du temps et que nous dénotons des communications classiquement faites sur le vin ! 😊

Suivez, likez, partagez, dégustez !



Game of Terroirs

la web série qui met les appellations à l'honneur !

Concept :

En hommage à la plus grande série de tous les temps, l'Interprofession vous fait découvrir sur sa page Facebook et sa chaîne YouTube, non pas les 7 royaumes, mais ses 7 terroirs. Une façon originale de susciter l'intérêt pour le vignoble, surtout pour les 25-45 ans, tout en mettant en avant 7 grand terroirs viticoles...et son trône de verres !

Planning de diffusion

Tous les lundis à partir du 15 avril 2019, en parallèle de la diffusion de la dernière saison de Game of Thrones

Rayon Boissons

Je m'abonne E. boutique Magasin digital Identification

SCISSONS SANS ALCOOL ET FAUX BIÈRES ET CIDERES SPIRITUEUX VINS ET CHAMPAGNES SOLUBILISÉS PRODUITS CHIFFRES DU MARCHE MAGASINS EN BANQUES

Découvrez comment valoriser vos vins et spiritueux auprès des consommateurs !

Vins : Premier épisode du « Game of Terroirs » de l'IVBD (Vidéol)

15 avril 2019, 4:11

Alors que la planète découvrait ce lundi 15 avril le premier épisode de la très attendue dernière saison de la série **Game of Thrones**, l'interprofession des vins de Bergerac et de Duras (IVBD) fait le buzz avec une nouvelle campagne de communication sur les réseaux sociaux baptisée « **Game of Terroirs** ». Une manière de rebondir avec humour sur cet événement mondial.

Chaque lundi, IVBD va ainsi diffuser sur sa page Facebook une vidéo pour faire découvrir, non pas le royaume des Sept Couronnes, mais les sept terroirs de son vignoble, à savoir bergerac, duras, pécharmant, montlavat, saussignac, rosette et monbazillac.

Bergerac : Game of terroirs, la parodie de Game of thrones !

À lire sur le même sujet

Unidor fait une Ode à la nature
4 novembre 2019

Vins : D'appellation Bergerac reste dynamique
6 mai 2019

Vins : Les Vignobles Dubard accèdent à la certification HVE 3
15 janvier 2019

Vins : + 8,6 % pour les rouges de Bergerac en GMS
30 octobre 2018

Le chiffre du jour : Plus de 5,3 millions de cots pour l'AOP gaillac
19 juin 2018

La Presse en parle...

La campagne autour du lancement des vidéos de nos 7 terroirs-royaumes a récolté un accueil enthousiaste auprès des bloggeurs vins et de la presse locale-régionale (Sud-Ouest, France Bleu Périgord...) et a interpellé la presse pro (Rayon Boissons, Vitisphère), un projet d'article est en cours avec une interview de Marie Lecourt, à l'origine du projet, et suite à la brève déjà parue sur le site de Rayon Boissons, dont une vidéo d'annonce.

Pour retrouver toutes les infos sur les vignobles de Bergerac et Duras...

Toujours plus nombreux sur les réseaux sociaux !

Depuis l'année dernière à la même date, les communautés tous réseaux confondus ont fait +25% d'abonnés ! (Plus de 22 500 abonnés au 1^{er} novembre 2019).

Des contenus à relayer sans plus attendre

Suivez-nous sur les réseaux !



Restons connectés !



www.vins-bergeracduras.fr

www.247lemag.fr

<http://actus.ivbdpro.fr>



IVBD

Interprofession des Vins de Bergerac et Duras

IVBD

LA MISSION TECHNIQUE

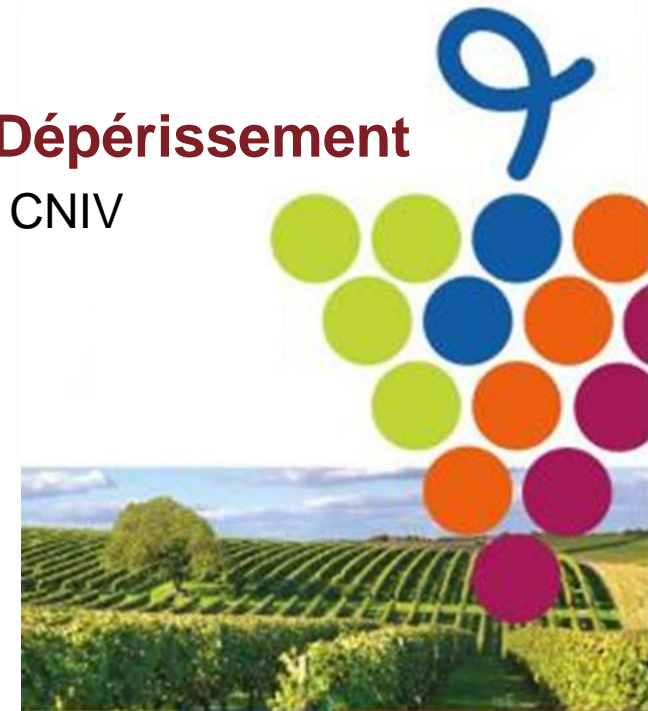


▪ **L'Expérimentation et la Recherche** en partenariat avec la FVBD et les Chambres d'Agriculture de la Dordogne et de la Gironde

▪ **Le Plan National Dépérissement du Vignoble**, via le CNIV

Les missions techniques de l'Interprofession

- Suivi de la qualité des produits.
- Réalisation de travaux de recherche et d'expérimentation sur le produit, à ses différents stades d'élaboration en vue de répondre aux exigences de qualité, de santé et d'environnement, en partenariat avec les Chambres d'Agriculture de la Gironde et de la Dordogne.
- La participation aux travaux de réflexion et recherche au niveau national sur le grand sujet d'aujourd'hui et enjeux de demain : le Plan National Dépérissement du Vignoble, via le CNIV.



L'IVBD finance des actions techniques mais aussi des programmes de recherche et d'expérimentations au niveau national.

La FVBD* pilote cette mission technique et en assure le suivi tout au long de l'année.

* Fédération des Vins de Bergerac Duras

La mission technique

Avec la nouvelle gouvernance de la filière, mise en place au 1^{er} septembre 2018, les missions de la FVBD se sont concentrées sur nos activités de gestionnaire des AOC/IGP et sur les actions techniques.

Plus précisément, le rôle de la FVBD est de mettre en place une veille technique couplée à une analyse de la production locale afin d'alimenter la phase de réflexion du comité stratégique de l'IVBD au sujet des évolutions techniques pouvant impacter notre production.

Dans un deuxième temps, la FVBD se charge des expérimentations nécessaires et des dossiers de modifications et/ou créations de nos cahiers des charges.

Enfin, la FVBD reste responsable de la mise en œuvre du suivi et des contrôles des AOC/IGP dans le cadre de sa mission d'Organisme de Défense et de Gestion.

Les missions techniques de l'ODG

- ✓ La FVBD est reconnue ODG (Organisme de Défense et de Gestion) depuis juillet 2007 par l'INAO pour toutes les AOC viticoles du bergeracois, Duras et Périgord. Les statuts prévoient la gestion des AOC en 8 sections (Bergerac, Monbazillac, Pécharmant, Montravel, Saussignac, Rosette, Côtes de Duras et IGP du Périgord) chargées du cahier des charges et des conditions de production annuelles.
- ✓ La FVBD a donc un rôle charnière entre le collectif (les sections) et l'individuel (les opérateurs) pour traduire les demandes des sections sous un format utilisable par les producteurs : écrire les cahiers des charges en relation avec l'INAO puis le Plan d'Inspection avec l'Organisme d'Inspection.
- ✓ La FVBD est donc l'interlocuteur privilégié des producteurs pour leur identification, suivi d'habilitation, suivi du CVI, revendication des volumes en AOC/IGP, mise en place des échéanciers, autocontrôles, contrôle interne, suivi des manquements...

Communication aux opérateurs

- ✓ L'ensemble de cette mission technique se traduit par un renforcement de la communication technique auprès des adhérents par le biais du site internet fvbd.fr, de newsletter régulières (hebdomadaire), de Lettre des Adhérents 3 à 4 fois par an,
- ✓ Mise en place de la transition numérique via une plateforme internet interactive (en projet).

Le comité technique

Les nouvelles missions techniques de la FVBD s'articulent autour du travail d'un comité technique chargé de coordonner ces actions et de rendre compte au conseil. Il est composé de deux administrateurs de la FVBD (Daniel DUPERRET et Gilles GERAULT) et des techniciens et ingénieurs de la FVBD, de l'IVBD, de la CA24 et de la CA33. Ponctuellement ce comité peut élargir ses membres en fonction des sujets.

De nombreux sujets restent gérés par les structures partenaires, la FVBD effectue un travail de coordination et d'information des adhérents.

Les dossiers techniques prioritaires :

Sur la base d'un travail engagé en 2018 et repris par le conseil d'administration et par le comité technique, voici la liste des dossiers en cours :

- ✓ Révision des cahiers des charges de Bergerac et Côtes de Duras (vins rosés),
- ✓ Segmentation des AOC du bergeracois et projet de DGC,
- ✓ Etudes pour l'implantation de cépages à des fins d'adaptation au réchauffement climatique (1^{ère} étape en IGP)
- ✓ Travail de fond sur nos cépages autochtones pour affirmer l'originalité de nos AOC (Mérille, Muscadelle...),
- ✓ Evolution du contrôle qualité, formation continue des dégustateurs,
- ✓ Profils produits,
- ✓ Mise en place d'un SIG,
- ✓ Production de statistiques et d'états récurrents des données de la production.

Liste complétée par les dossiers plus horizontaux ou en collaboration :

- ✓ L'environnement via les dossiers de la Fabrique des transitions (LIT homologué par VITIREV),
- ✓ Le développement des certifications (HVE, BIO...),
- ✓ Le suivi des expérimentations des cépages résistants.

BATVITI

Les chauves-souris au service du biocontrôle en viticulture.

En ce début de XXI^e siècle, l'agriculture est en pleine mutation. Ainsi, dans un contexte de développement durable et dans le cadre du projet Ecophyto, de nombreuses méthodes alternatives à l'utilisation des produits phytosanitaires se sont développées. La lutte par confusion sexuelle en fait notamment partie. Cependant, son efficacité reste parfois insuffisante.

C'est pourquoi le projet BatViti a été mis en place en 2016 par la Chambre d'Agriculture de la Dordogne et vise, sur une période de 5 ans, à développer une lutte par conservation en favorisant l'implantation des chauves-souris au sein des vignobles comme auxiliaire de culture.

Ce projet a ainsi pour but de valoriser la prédation de l'Eudémis, un papillon ravageur de la vigne, par les chauves-souris.

Les premiers résultats sont très encourageants et s'inscrivent parfaitement dans le programme de transition agro-environnementale engagé par la filière viti-vinicole de Bergerac et Duras. Ce travail est co-financé par la FVBD avec le concours des Départements de la Dordogne et du Lot-et-Garonne.

Suivi du projet : résultats attendus pour l'échéance 2022.



EQUILIBRE DES VINS DE MONBAZILLAC

Essai de modification de l'équilibre « alcool-sucre-acidité » pour l'élaboration des vins de Monbazillac via le TAVT minimum (taux d'alcool).

Objectif de l'essai :

Face à l'impossibilité de chaptaliser les moûts destinés à l'élaboration de vins liquoreux au-delà de 15% vol., l'objectif de l'essai est d'évaluer les possibilités de réaliser des vins à sucres résiduels sur un profil « Liquoreux » sans chaptalisation, avec de plus petits degrés alcooliques et une quantité de sucres résiduels relativement importante.

La FVBD a demandé à la Chambre d'Agriculture de la Gironde cette expérimentation afin de trouver une solution technique en particulier pour les petits producteurs vinifiant en propriété.

L'essai a été mené pour la deuxième année consécutive. Les dégustations ont été réalisées mais l'ensemble des données ne sont pas traitées. Le financement de cette opération a été assuré par l'IVBD (1^{ère} année) et la FVBD.

Suivi du projet : travail terminé, compte-rendu définitif en cours. Diffusion d'information à court terme (année 2020).

LA MERILLE, les racines du Bergeracois

Projet de création d'un conservatoire dédié à ce cépage périgourdin. Conservatoire réalisé par les techniciens de la Chambre d'Agriculture de la Dordogne dans le cadre de la commission technique FVBD/IVBD et son co-financement.

Après de nombreuses restructurations au sein du vignoble bergeracois, les cépages autochtones tendent à disparaître. Certains viticulteurs les ont cependant conservés. Les rôles d'un conservatoire de cépages sont divers. Les objectifs principaux de ce travail sur la Mérille N initié en 2017 (aussi appelé Périgord N) sont la préservation et l'entretien de la diversité génétique de l'encépagement.

La FVBD participe au co-financement de ce travail aux côtés de la CA24 et avec le soutien financier de la région Nouvelle-Aquitaine.

Pourquoi un conservatoire : Pour la Préservation d'un cépage autochtone | Entretien de la diversité génétique de l'encépagement | Requier des souches non clonées uniquement | Explorer sa sensibilité aux maladies et sa résistance à la sécheresse

La Mérille aujourd'hui :

- Autorisée dans les cahiers des charges des AOC du bergeracois
- Particularité historique de ce vignoble
- Actuellement très peu planté (moins de 5 ha)
- Le conservatoire a été planté en 2018 et 2019, environ 40 individus différents répétés 5 fois minimum



Propriétés de la Mérille : plusieurs réponses aux difficultés de demain

Agronomie

☞ Sensibilité moindre aux maladies cryptogamiques (Mildiou, Oïdium...) | ☺ Résistance à la sécheresse | Faible taux de coulure | Potentiel de production important (« grosses grappes et beaucoup de jus ») | Aptitudes agronomiques assurant des rendements réguliers.

Œnologie

☺ Production de vins moins riches en alcool (entre 11° et 12°) et ainsi proposition de cuvées plus légères | Fraîcheur prononcée ☞ | Faible intensité aromatique (point à optimiser dans la recherche de nouveaux clones) | Couleur plus marquée au vin (point encore mal défini).

Suivi du projet : travail à moyen et long terme (5 à 10 ans).

LUTTE CONTRE LA FLAVESCENCE DOREE

Objectif principal : Mettre en œuvre la lutte aménagée contre la Flavescence Dorée sur l'ensemble des communes couvertes par le GDON (Groupement de Défense contre les Organismes Nuisibles) du Bergeracois, soit 82 communes dans le périmètre de lutte obligatoire. Rappelons que la FVBD a en charge la gestion et l'animation de ce GDON qui par ailleurs bénéficie de son financement propre via une cotisation de 10€/ha payée par les producteurs.

Les réalisations de 2019

Situation de la lutte obligatoire en 2019 : 53 communes ou parties de commune sont classées à 2+1 ou 1+1 traitements soit 8800 ha.

Le piégeage a été mis en place sur ces 53 communes pour déclencher le dernier traitement seulement si c'est nécessaire. Protocole « Pyrèvert », unique en France, pour mettre en œuvre la lutte aménagée en viticulture biologique en collaboration avec AGROBIO, CA24 et FREDON.

La prospection a été réalisée sur 55 communes.

Autres réalisations :

- Suivi des parcelles contaminées en 2018.
- Information des viticulteurs et techniciens.
- Contrôle d'arrachage des pieds et parcelles FD.

Economies de traitements :

Grace aux évolutions du nombre de traitements par commune obtenues en 2019 et au non déclenchement du dernier traitement, on a économisé cette année 5818 ha en Bergeracois, soit 27.5% de la surface totale en traitement, et 1460 ha à Duras, soit 45% de la surface totale en traitement.

Suivi du projet : travail de longue haleine, maintien de la lutte aménagée pour réduire le nombre de traitements obligatoires sur la plus grande superficie possible.

ZNT

ZONES NON TRAITÉES

Rappel du contexte, Loi EGALIM et Charte phyto

Adoptée en octobre 2018, la loi EGALim contient des obligations à l'égard de l'utilisation des produits phytopharmaceutiques. Elle a ainsi prévu de **conditionner l'utilisation des produits phytopharmaceutiques à des mesures de protection des personnes habitant à proximité des zones susceptibles d'être traitées** (à l'exclusion des produits de biocontrôle et des produits composés uniquement de substances de base ou de substances à faible risque), mesures cependant adaptables.

La loi prévoit que les **utilisateurs de produits phyto ont l'obligation de formaliser ces mesures dans une charte d'engagements** à l'échelle départementale après concertation avec lesdites personnes.

En résumé, le texte de loi prévoit à ce stade que l'usage de produits phyto s'effectuera dorénavant conformément aux mesures de protection contenues dans les chartes d'engagements établies par les utilisateurs.

Peu de temps après la publication de la loi et durant toute l'année 2019, des chartes ont donc été publiées dans nombre de départements, conformément à la lettre du texte et sans attendre la parution du décret devant être pris pour préciser les conditions d'application de cet article de loi. Toutes ces chartes prévoyaient un certain nombre de **dispositions permettant d'éviter l'instauration de ZNT** (zones non-traitées).

Puis le 26 juin 2019, le Conseil d'Etat a annulé **en partie** l'arrêté ministériel du 4 mai 2017 relatif à l'utilisation des produits phytopharmaceutiques et instituant notamment des zones non-traitées à proximité des points d'eau, suite à un recours d'associations environnementales, au motif que **l'arrêté n'assurait pas une protection suffisante de la ressource en eau, et ne contenait pas de mesures destinées à protéger les riverains**.

La décision de la haute juridiction contenait également une **injonction** à destination du Gouvernement de prendre les mesures réglementaires nécessaires (à savoir un nouvel arrêté) dans les **6 mois** qui suivaient.

Aussi, en application de la décision de justice, et de la loi EGALim, le Gouvernement a soumis à la consultation publique un **projet de décret traitant des chartes d'engagements** et un **projet d'arrêté traitant de l'utilisation des produits phytopharmaceutiques** (modifiant et complétant ainsi l'arrêté de 2017 susmentionné). Cette consultation publique s'est tenue du 9 septembre au 4 octobre 2019 et **le 29 décembre, le décret et l'arrêté ont été publiés au Journal officiel de la République française, avec une entrée en vigueur au 1er janvier 2020**.

Situation à fin janvier 2019 : la charte départementale de la Dordogne est en cours de réalisation. Le Préfet a engagé des réunions publiques sur ce thème. L'application devrait intervenir avant le début des traitements de la campagne 2020.

LA SEGMENTATION

Ce travail issu de l'étude stratégique de la filière s'inscrit dans un temps long. Pour mémoire en voici l'architecture générale.

Le projet dans son ensemble

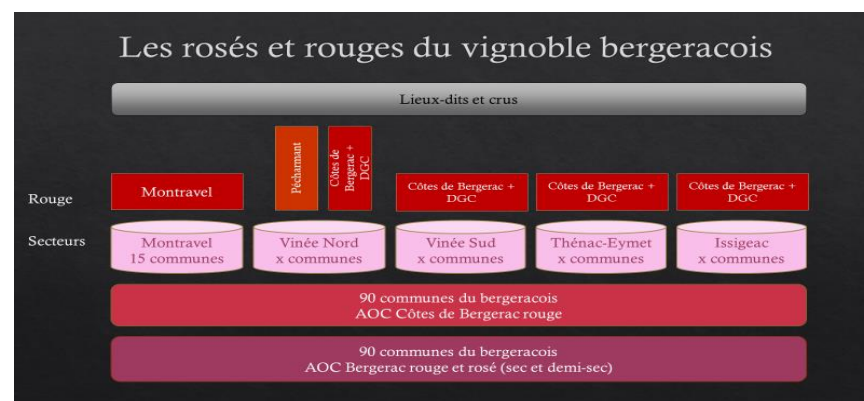
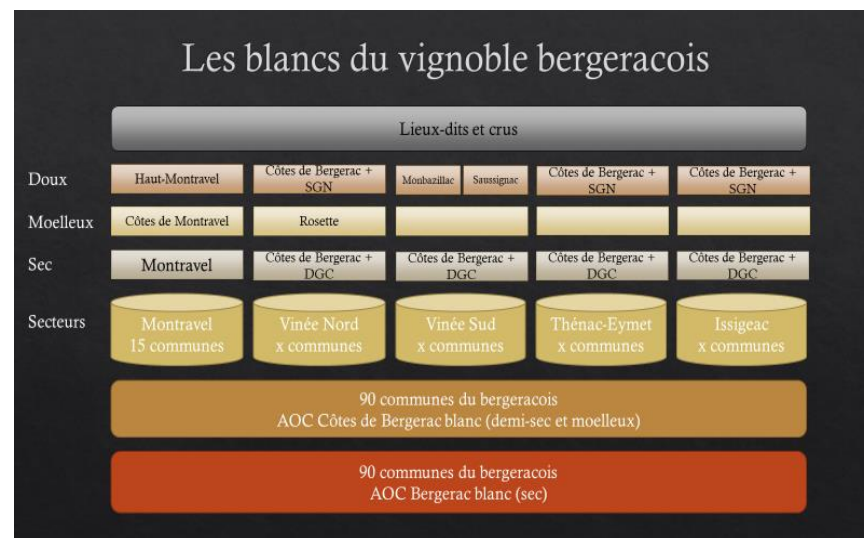
- ◆ 1^{er} étage : l'AOC Régionale « Bergerac » en rouge rosé et blanc dévolue au marché de la Grande distribution évoluant au niveau des IGP régionale (Pays d'Oc ou Atlantique)
- ◆ 2^{ème} étage : l'AOC de Terroir « Côtes de Bergerac » en rouge et blanc sucré (recherche de valeur ajoutée pour les vignerons)
- ◆ 3^{ème} étage : les AOC Communales « Montravel », « Rosette », « Pécharmant », « Saussignac », « Monbazillac » et les « Côtes de Bergerac » avec une DGC avec toutes les opérations (production, élevage, mise en bouteille) en zone d'AOC
- ◆ 4^{ème} étage : les lieux-dits et les crus (attention le terme Grand Cru ne nous sera pas attribué)

Notons que les vins de l'IGP « Périgord » se positionnent en parallèle à cette segmentation d'AOC, offrant une alternative technique et commerciale aux opérateurs. L'AOC « Côtes de Duras » n'est pas impactée par ce projet.

Les tableaux ci-contre reprennent les segments par couleurs.

Au-delà de ce projet de segmentation, les sections « Bergerac » et « Côtes de Duras » avaient identifié des points sensibles dans leurs cahiers des charges respectifs. Elles ont donc aussi souhaité modifier leurs cahiers des charges à la marge en particulier autour des vins rosés (utilisation des charbons œnologiques, incorporation de raisins blancs dans les assemblages, plus d'assemblage obligatoire...).

L'ODG a donc présenté un dossier à l'INAO fin aout 2019, une commission d'enquête de l'INAO a été nommée en novembre 2019. Le travail est en cours.



Suivi du projet :

Pour les cahiers des charges « Bergerac » et « Côtes de Duras », la commission d'enquête de l'INAO sera sur le terrain en mars 2020. Résultats attendus pour la récolte 2021.

Pour les DGC, la commission « Côtes de Bergerac » poursuit son action en 2020 en s'appuyant sur la présentation technique réalisée par M. Didier CAPURON lors de l'AG du 31/01/2020.

Territoire de l'AOC Pécharmant : Pour un environnement partagé de qualité !

« AOC Pécharmant, un territoire vivant et solidaire à haute valeur environnementale ».

Il s'agit d'une démarche territoriale de co-construction multi-acteurs innovante. Son objectif est de mettre en place une Haute Valeur Environnementale (HVE), dans un vignoble enclavé dans la commune de Bergerac et sa proche périphérie, en étant vecteur de solidarité territoriale et promotionnelle.

Description des travaux :

L'objectif de la section est d'accompagner 100 % des viticulteurs à la certification HVE3 ou AB d'ici 5 ans.

Le projet s'inscrit dans une démarche transversale et partagée s'appuyant sur un travail collaboratif entre les acteurs du territoire. Deux mesures imbriquées : le diagnostic écologique et paysager du territoire et le diagnostic des exploitations sur base du référentiel HVE. Au travers de formations et groupes de travail, les exploitations pourront réaliser des actions en lien avec les citoyens et les besoins du territoire. Deux ans seront dédiés à cette sensibilisation et aux actions collectives et individuelles. Territoire péri-urbain, la section répond à la demande croissante des citoyens d'une qualité environnementale de leur cadre de vie. Ainsi la restauration d'infrastructures écologiques, l'intégration d'une haute valeur environnementale par les exploitations, **l'arrêt d'utilisation de produits de traitement classés CMR** amèneront le territoire à devenir un **territoire vivant et solidaire à haute valeur environnementale**.

Projet « vitrine » et reproductible **cette action sera transférable aux autres sections du territoire de Bergerac Duras**. Les vigneron s'entourent de divers partenaires pour mettre en œuvre ce projet : la Chambre d'Agriculture de la Dordogne, le CAUE, divers experts...

Le cofinancement est assuré par la Région Nouvelle-Aquitaine et par VITIREV.



Les étapes

Pré-diagnostic écologique et paysager du territoire (printemps 2020)

Diagnostic des exploitations sur base du référentiel HVE (en cours).

Animation territoriale : organisations d'ateliers, sensibilisation (à partir de juin 2020).

Implantation d'infrastructures écologiques, certification des exploitations (automne 2020).

Suivi du dossier : pour fin 2020

Diagnostic du territoire (cartographie). Suivi des intrants Suivi des certifications. Bilan annuel du projet.

En appui technique pour nos vignerons :

Des Partenariats et Conférences sur des thèmes actuels

{ pour exemples
cette année... }



Du 16 au 18 juillet 2019 : Bergerac a accueilli les 25^{èmes} **Controverses Européennes**



25e édition des Controverses européennes : 3 jours de débat sur l'image des agriculteurs et des agricultures

Organisées par la Mission Agrobiosciences-Inra, les Controverses européennes ont pour objectif la mise en débat de l'avenir de l'agriculture, l'alimentation et les territoires ruraux.

Un événement majeur, véritable incubateur d'intelligence collective qui a réuni experts de renom, agriculteurs et viticulteurs, élus, enseignants et représentants de la société civile.

Deux jours d'éclairages, d'analyses contradictoires, d'instruction des désaccords, auxquels s'est ajoutée cette année une troisième journée plus expérimentale : le « Lab » des Controverses européennes.

Le **Plan National Dépérissement du Vignoble** est piloté dans le cadre du CNIV par un Conseil de Surveillance assisté d'un Directoire technique. Ces deux organes s'appuient sur un Conseil scientifique dont les membres sont nommés par le Ministère de l'Agriculture ainsi que sur un Comité mixte de suivi, qui associe tous les partenaires, notamment l'IFV (Institut français de la vigne et du vin), l'Inra (Institut national de la recherche agronomique), la FFPV (Fédération française de la pépinière viticole), ainsi que les acteurs du conseil, du développement, de la formation...



Le Plan National Dépérissement du Vignoble traduit la volonté de la filière d'agir à tous les niveaux, de manière concertée, avec des moyens à la hauteur des enjeux pour lutter contre les dépérissements. Il s'adosse sur une gouvernance professionnelle unique et s'appuie sur un dispositif spécifique d'accompagnement.

Ce Plan s'inscrit dans la durée, dans un processus long et pluriannuel.

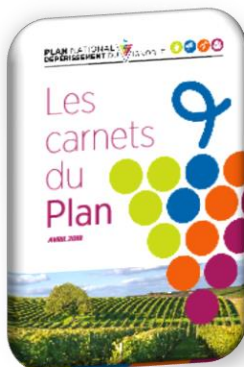
Agir sans attendre, sur tous les fronts, cela signifie d'abord donner des clés aux viticulteurs pour limiter les dépérissements, en tenant compte de leurs contraintes économiques et réglementaires. Mais c'est aussi travailler avec les pépiniéristes viticoles sur le matériel végétal, en les intégrant pleinement à la démarche. Et c'est, en même temps, engager un programme scientifique à l'échelle nationale et européenne, co-construit avec les équipes de recherche, permettant de combler les lacunes ayant été identifiées.

PLAN NATIONAL DÉPÉRISSEMENT DU VIGNOBLE

LES CHIFFRES-CLÉS 2019

- 7 PROJETS FINANCÉS
- 1,65 MILLION D'EUROS INVESTIS
- 16 ÉQUIPES DE RECHERCHE
- 10 UNITÉS IFV
- 7 INTERPROFESSIONS IMPLIQUÉES
- 17 CHAMBRES D'AGRICULTURE PARTENAIRES

En rappel : Depuis 2017, le Plan national dépérissement finance 21 projets, par l'intermédiaire de trois appels d'offre, soit un financement de plus de 6 millions d'euros.



Dans l'édition 2018, les Carnets du Plan condense les 31 actions menées dans la lutte contre le dépérissement et les témoignages de 55 acteurs du vignoble.



Depuis juin 2019,
Sept nouveaux programmes viennent compléter les recherches déjà engagées.

Ils portent sur **le sol, les viroses, l'économie...** et sur le transfert des connaissances acquises : les sept projets qui seront financés par le Plan national dépérissement sur la période 2020-2023 s'inscrivent dans la continuité des projets déjà engagés et dans les thématiques qui avaient été définies à l'origine du Plan, les fameux « trous dans la raquette ».

Parmi ces sept projets labellisés, trois devraient donner des réponses transférables rapidement sur le terrain : « Bourgeons » travaillera sur le lien entre les maladies du bois et l'**ébourgeonnage** ; « JasympT » sur le rôle de la jachère dans la lutte contre le **court-noué** et « Solar » sur les aspects **fertilité du sol** et dépérissement.

LES MALADIES DU BOIS TRAQUÉES À L'ÉCHELLE ATOMIQUE

De nouvelles pistes de recherche sont aussi explorées. Avec le projet « Atomivine », les chercheurs vont descendre toujours plus profond dans le bois, pour traquer les maladies du bois à l'échelle atomique, grâce à des techniques d'imagerie toujours plus puissantes. Quant au projet « Mycovir », il tentera d'élucider le rôle des communautés virales associées aux champignons responsables des maladies du bois. Enfin, le projet GPGV va travailler sur le virus du pinot gris, pour lequel les connaissances sont encore limitées. L'aspect technico-économique du dépérissement sera étudié dans le projet Décidep, en vue de produire un outil d'aide à la décision.



LES ÉVÈNEMENTS MARQUANTS DE 2019

LES 4 AMBITIONS DU PLAN

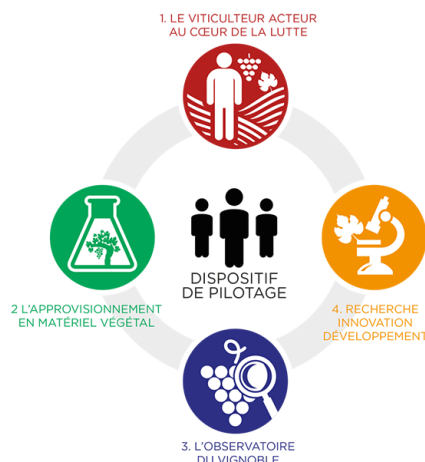
Agir sans attendre, sur tous les fronts, cela signifie d'abord donner des clés aux viticulteurs pour limiter les dépérissements, en tenant compte de leurs contraintes économiques et réglementaires (**Ambition n°1**).

Mais c'est aussi travailler avec les pépiniéristes viticoles sur le matériel végétal et notre capacité à renouveler le vignoble, en les intégrant pleinement à la démarche (**Ambition n°2**).

C'est aller vers une coordination des réseaux d'observation du vignoble pour anticiper les crises (**Ambition n°3**).

Et c'est, en même temps, engager un programme scientifique national et européen, renouvelé et co-construit avec les équipes de recherche (**Ambition n°4**).

Complémentaires, ces quatre ambitions interagissent entre elles dans une démarche globale et intégrée.



La WebFormation Dépérissement

**Mieux connaître
LES DÉPÉRISSEMENTS
POUR AGIR**

Le nouvel outil d'autoformation "mieux connaître les dépérissements pour agir" est en ligne depuis février 2019 et s'adresse à tous les viticulteurs et salariés viticoles. Il permet de découvrir les réponses aux questions que l'on se pose sur les dépérissements grâce à :
4 modules complémentaires de 20 à 30 min chacun | 14 vidéos pédagogiques inédites | des quizz pour s'évaluer et progresser | un certificat en fin de formation.



VITIMAGE, l'un des projets de recherche

L'imagerie non-destructive pour comprendre, détecter et suivre les maladies du bois.

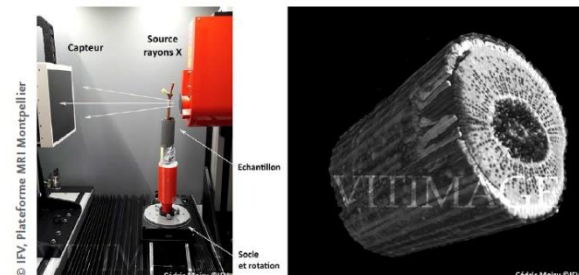
Par la difficulté de relier les symptômes des maladies du bois à la présence des champignons pathogènes dans le cep, l'imagerie semble être un outil prometteur pour une meilleure compréhension du dépérissement.

Objectifs du projet :

VITIMAGE (IFV Montpellier 2017-2020) adapte sur la vigne des outils d'imagerie non destructifs très utilisés en santé humaine (IRM, rayons X) pour observer « in vivo » les interactions entre la plante et les pathogènes responsables des maladies du bois. A terme, l'objectif serait de développer des outils de diagnostic qui permettraient d'évaluer les nouvelles variétés et des outils de test de nouveaux produits de lutte.

Modalités : La colonisation du bois par les champignons est suivie par IRM (étude de protons et de l'eau) et par tomographie à rayon X (densité des tissus). Ces outils permettent de détecter, localiser, quantifier les différents tissus nécrosés. Il est alors possible de visualiser en 3 dimensions le fonctionnement interne du cep : l'entrée des pathogènes, l'impact des plaies de taille ou des blessures lié au travail du sol engendrant des perturbations des flux de sève et l'altération du bois fonctionnel.

Les premiers résultats montrent l'intérêt de ces outils d'imagerie non destructifs dans le suivi de la progression des pathogènes. Ils pourraient ainsi permettre de développer des marqueurs de détection de la présence des champignons responsables des maladies du bois et d'évaluer l'efficacité de nouvelles molécules de lutte ou agents de biocontrôle mis sur le marché. Ce projet pourrait apporter à la filière un bénéfice essentiel à une meilleure compréhension de ce dépérissement.



Qu'est-ce que le dépérissement ?

La notion de dépérissement désigne une baisse annuelle subie de la productivité du cep et/ou sa mort prématurée, brutale ou progressive, liées à une multiplicité de facteurs biologiques ou environnementaux et de pratiques agricoles pouvant affaiblir le cep sur la durée et/ou déclencher un processus qui s'avère irréversible en l'absence de moyens de lutte.

Pourquoi raisonner les dépérissements avec une vision intégrée et globale des connaissances ?

L'étude conduite par la mission FAM-CNIV-BIPE a montré que, pour mieux lutter contre l'érosion durable des rendements et la forte mortalité des ceps de vigne, il était nécessaire de prendre en compte l'ensemble des agressions biologiques qui frappe le vignoble français (virus, champignons, bactéries, phytoplasmes...), mais aussi les stress environnementaux, les pratiques culturales, les stratégies d'exploitation ou les contraintes technico-économiques.

Cette approche globale change le regard porté sur les dépérissements : l'enjeu n'est plus seulement d'apporter une réponse scientifique ou technique à certaines pathologies, en espérant trouver « la solution d'éradication des maladies ». Il apparaît nécessaire d'apporter une réponse différente à cette sensibilité accrue de la vigne aux stress, à l'échelle de chaque région viticole.

LES DÉPÉRISSEMENTS, NON PAS **UNE** CAUSE ET SA SOLUTION, MAIS DES FACTEURS ET **DES EFFETS** SUR LESQUELS AGIR.

Les dépérissements traduisent une baisse pluriannuelle subie de la productivité du cep et/ou sa mort prématurée, brutale ou progressive liée à une multiplicité de facteurs.



AGRESSIONS BIOLOGIQUES

Champignons, bactéries, phytoplasmes, virus, ravageurs, maladies non infectieuses



STRESS ENVIRONNEMENTAUX

Aléas et changements climatiques, sol écosystème



PRATIQUES VITICOLES ET CARACTÉRISTIQUES DE L'EXPLOITATION



ENVIRONNEMENT SOCIOTECHNIQUE (EXTÉRIEUR À L'EXPLOITATION)

Matériel végétal disponible, recherche, réglementation, cahier des charges, conseil technique...

l'actualité du plan dépérissement

Des résultats tout au long de l'année 2019...

De nombreuses actions ont vu le jour dans le cadre du Plan national dépérissement sur les axes formation, matériel végétal... Avec 2019, arrivent les premiers livrables des programmes de recherche qui ont jalonné cette année.

Plus de 300 viticulteurs-acteurs réunis dans trois régions pilotes, une marque collective nationale lancée par la FFPV, la constitution d'un nouveau réseau sur l'enroulement en Alsace et en Champagne, les carnets du plan, une cinquantaine de formations recensées sur la taille et les maladies du bois... voilà quelques exemples d'actions soutenues ou impulsées par le Plan National dépérissement en 2018.

En 2019, la dynamique s'est poursuivie avec de nombreuses avancées : un outil pour auto-évaluer son exploitation est accessible en ligne. Puis, une « web formation » (formation en ligne ouverte à tous) sur les dépérissements a été lancée lors du Salon international de l'agriculture le 23 février dernier.



LANCEMENT D'UN TROISIÈME APPEL À PROJETS

Les premiers résultats des programmes labellisés depuis juin 2017 sont révélés en 2019 : l'édition d'un **livret** pour sensibiliser les riverains à la lutte contre la flavescence dorée (Co-Act), le **test Eutypa**, une technique pour le **double greffage** (Eureka), l'analyse de l'**effet du paysage** sur la flavescence dorée (Risca), des techniques d'**imagerie** pour scanner les ceps (Vitimage) ... Afin de présenter ces résultats, un séminaire national a eu lieu ...

2019 voit aussi l'annonce des lauréats du **3^{ème} appel à projets de recherche** (lancé en juin), qui porte à une vingtaine le nombre de projets soutenus par le Plan Dépérissement. L'ensemble des thèmes repérés comme « trous dans la raquette » sont couverts.



Retrouvez tous les résultats de ces travaux sur www.plan-deperissement-vigne.fr

Le Millésime 2018, L'embellie de Dame Nature !

Le millésime, à la vigne...

L'évolution de ce millésime a été particulière tout en offrant un résultat précoce

Nous avons observé des températures inférieures aux normales en février et mars, puis supérieures d'avril aux vendanges.

Les précipitations ont été abondantes durant toute la période de croissance de la vigne, et il y a eu des orages en juillet, et un orage de grêle le 9 août. A partir de mi-août le temps chaud et sec s'est maintenu. La chaleur diurne n'a jamais engendré de température nocturne élevée. Les nuits sont restées relativement fraîches sur l'ensemble de l'été. Cette particularité a préservé la teneur en acidité sur les cuvées de blanc sec affichant une remarquable tension.

Evolution de la vigne

Le débourrement a été plus tardif qu'en 2016 et 2017, entre le 10 et le 15 avril. Ensuite la vigne a connu une sortie régulière et une croissance plutôt rapide au début. La mi-floraison a eu lieu durant la première décade de juin, un peu perturbée par les précipitations et orages localisés : quelques constats de coulure et millerandage, rougissements par asphyxie parfois. La précocité est restée normale à ce stade. La mi-véraison s'est déroulée sur la première décade d'août, plutôt prématurément.

Situation sanitaire

Concernant les risques sanitaires, ce sont les effets du mildiou qui ont demandé le plus d'attention et de soins à la vigne. Des premiers symptômes ont été observés à partir du 22 mai. Jusqu'à la première décade de juillet, le risque s'est accru avec des difficultés d'intervention sur des sols engorgés au début de l'été. Les autres maladies (oïdium, black rot et botrytis) ont été faibles. Même si parfois, cette pression sanitaire a été difficile sur certains domaines, en août et en septembre le temps redevenu sec et très stable a contrebalancé le début de saison.

Les dates des vendanges ont été précoces : Début général de la récolte des sauvignons la première semaine de septembre.

Le Climat très favorable durant tout le mois de septembre a offert d'excellentes conditions pour tous les cépages rouges. Cela s'est traduit par une maturité phénolique en accord avec la maturité alcoolique et cela a permis de concilier un équilibre harmonieux entre fraîcheur aromatique, fruit et alcool.

Les semillons et muscadelles ont été récoltés plus tardivement, apportant une belle complexité dans les assemblages sur les blancs secs.

Les premières vendanges en Monbazillac ont débuté dès le 24 septembre, suivies par quelques blocages de maturation pour les Monbazillac, levés par les pluies du 14 octobre.

Rosette
Bergerac
Montravel Pécharmant
Monbazillac
Duras Saussignac
100 % Sud-Ouest de la France



L'histoire du vigneron qui murmurait à la pulpe des grains nobles de ses vignes ...

La philosophie des vignerons

Ce millésime 2018 était attendu avec appréhension et les vignerons ont connu un début de saison mouvementé qui laissait entendre que la partie ne serait pas forcément facile. En fait, passé ce début d'été sur le qui-vive, la sérénité s'est installée avec un météo stable et des jours qui se suivent et se ressemblent. Une embellie qui allait durer tout le temps des vendanges et qui a déclenché des vendanges précoces.

Confiants à nouveau, les vignerons ont rendu hommage à Dame Nature en récoltant ces beaux raisins sains avec respect et en laissant le millésime exprimer sa typicité, en s'écartant des schémas de vinification.

Les blancs secs offraient une énergie naturelle grâce au tonus du sauvignon, on a laissé s'exprimer les cépages en s'affranchissant de la panoplie aromatique variétale.

Pour les rouges, avec une telle matière première, on a écouté les cuves et laissé parler les raisins...



Remerciements

Nous tenons à remercier tous ceux qui ont aidé au développement et au financement de certaines actions de l'Interprofession des Vins de Bergerac et Duras :

- Conseil Régional d'Aquitaine
- Conseil Départemental de la Dordogne
- Conseil Départemental du Lot-et-Garonne
- Chambre d'Agriculture de la Gironde
- Chambre d'Agriculture de la Dordogne
- L'Etat et ses services (Agriculture – Douanes – Fraudes – Recherche – Tourisme)
- FranceAgriMer
- L'Union Européenne

Et tous ceux avec qui nous travaillons en étroite collaboration.



Les Vignerons de Bergerac & Duras, plus que jamais en mode 247 !



Contacts IVBD

Interprofession des Vins de Bergerac et Duras

Maison des Vins de Bergerac (siège)

1, rue des Récollets 24100 Bergerac

Tél. 05 53 63 57 57

contact@vins-bergeracduras.fr



Maison des Vins de Duras

Fonratière 47120 Duras

Tél. 05 53 94 13 48

maisondesvigneronsdeduras@vins-bergeracduras.fr