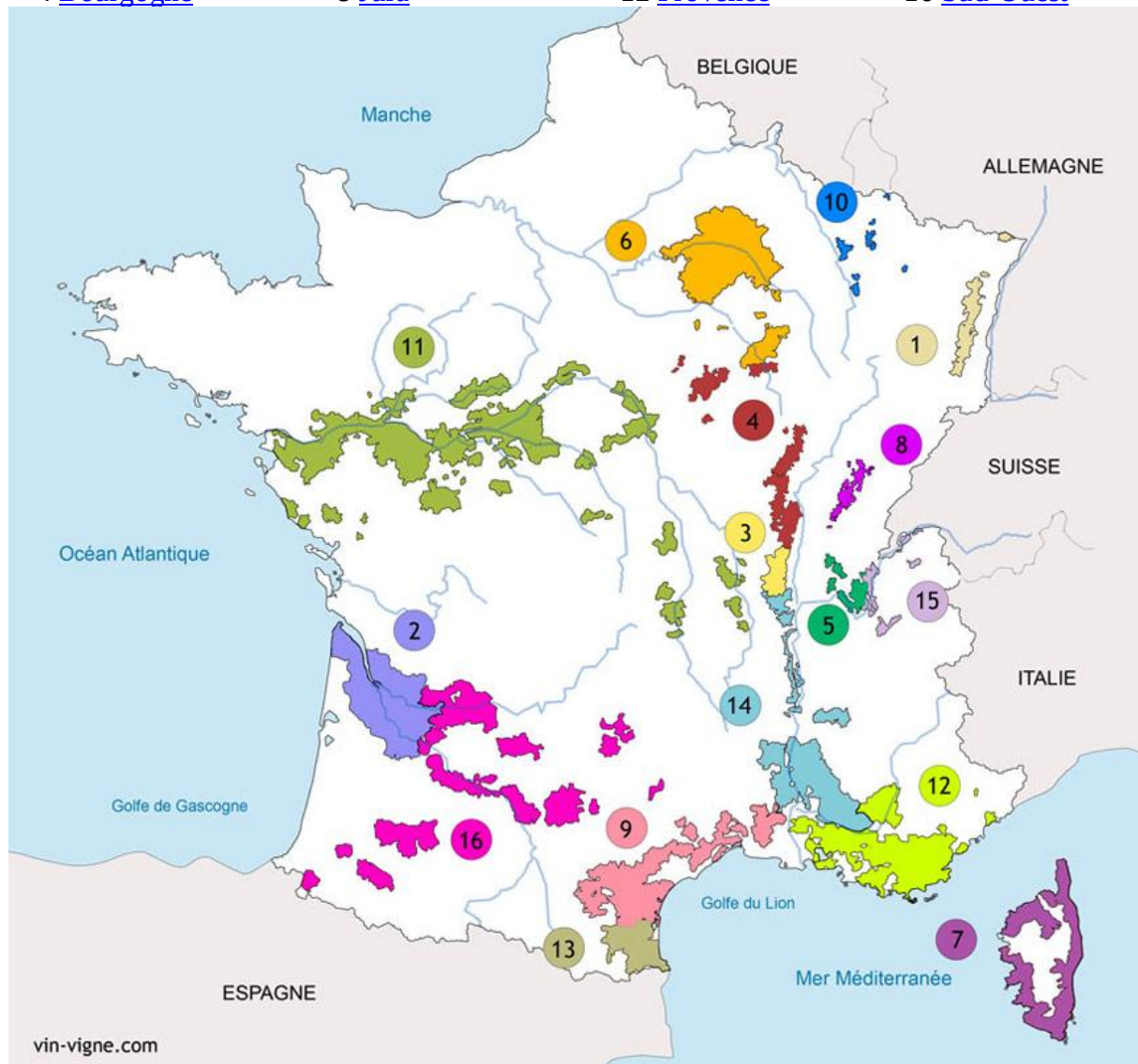
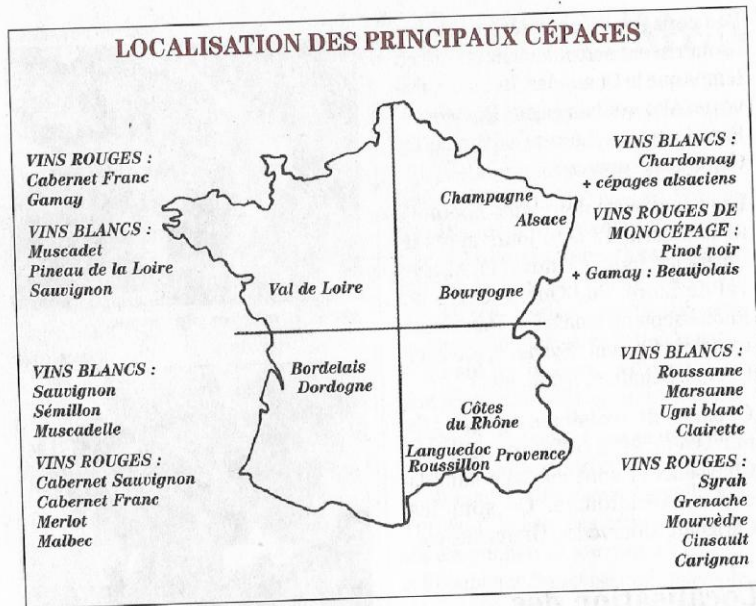


I. Des surfaces limitées mais de grands vignobles à la renommée internationale

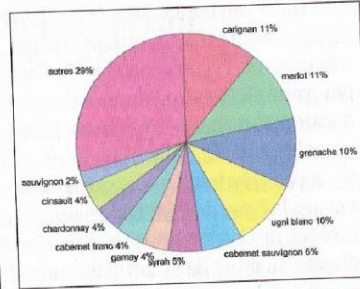
- 1 [Alsace](#)
- 2 [Bordeaux](#)
- 3 [Beaujolais](#)
- 4 [Bourgogne](#)
- 5 [Bugey](#)
- 6 [Champagne](#)
- 7 [Corse](#)
- 8 [Jura](#)
- 9 [Languedoc](#)
- 10 [Lorraine](#)
- 11 [Loire](#)
- 12 [Provence](#)
- 13 [Roussillon](#)
- 14 [Rhône](#)
- 15 [Savoie](#)
- 16 [Sud-Ouest](#)





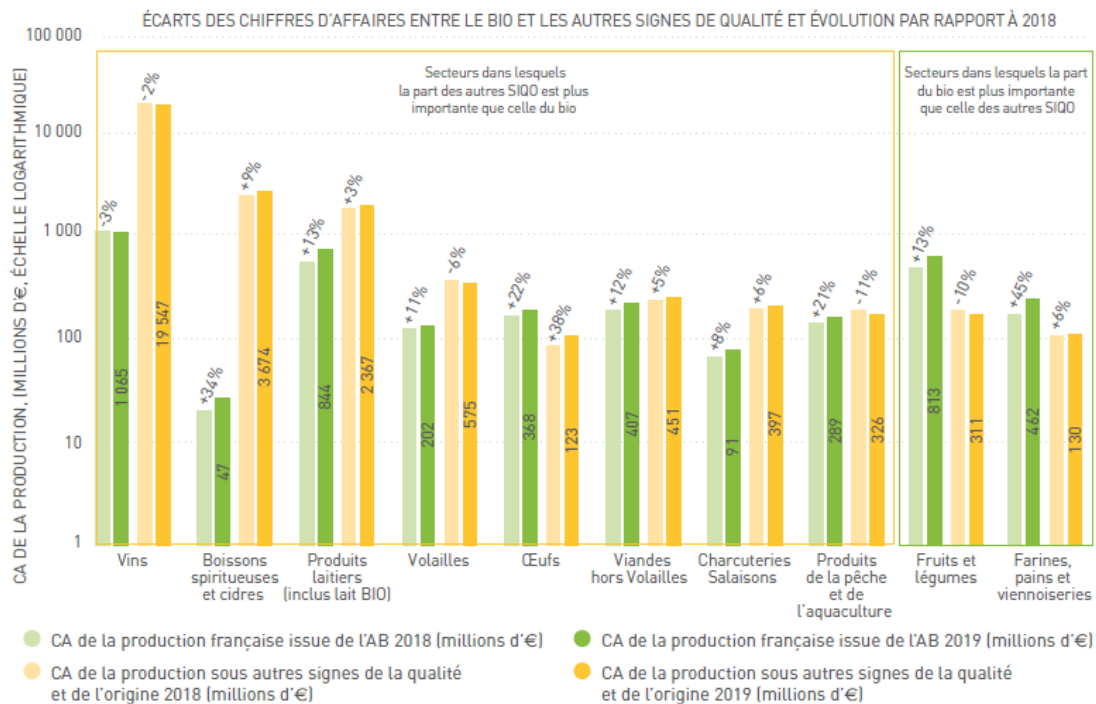
ENCÉPAGEMENT DU VIGNOBLE FRANÇAIS EN %

SOURCE : DGDDI

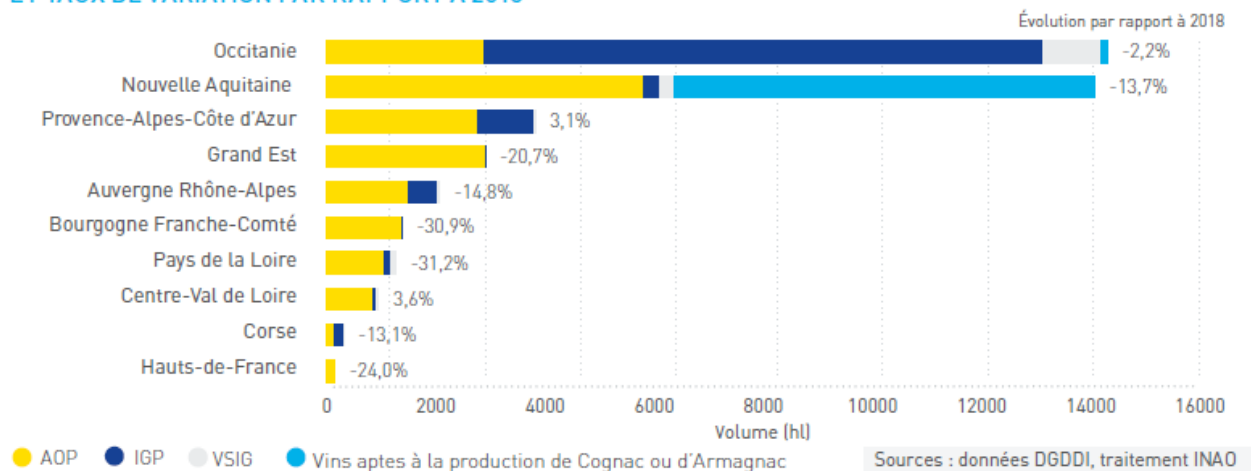


vocabulaire du vin. Mais dès maintenant, il faut retenir que pour un même cépage on constate, à la dégustation, des différences importantes en fonction de la région où il est cultivé, de la nature du sol et du mode de vinification.

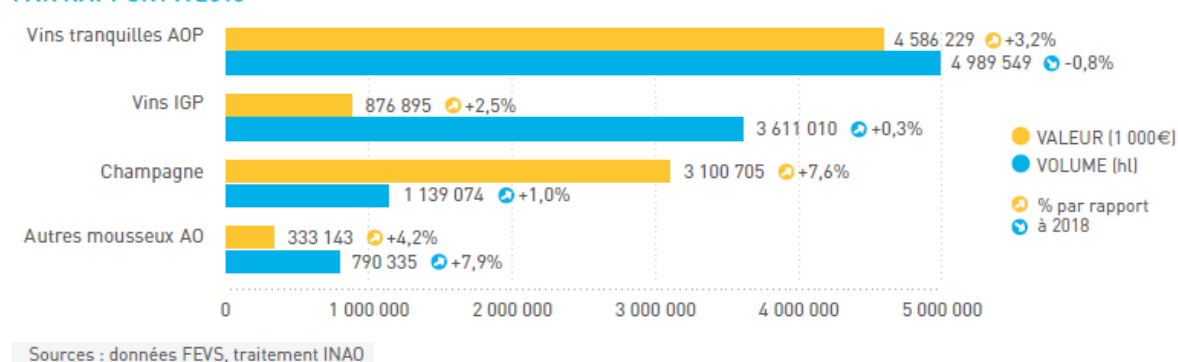
GRAPHIQUE 3 - CHIFFRE D'AFFAIRES BIO ET CHIFFRE D'AFFAIRES DES AUTRES SIQO EN 2019 ET ÉVOLUTION PAR RAPPORT À 2018



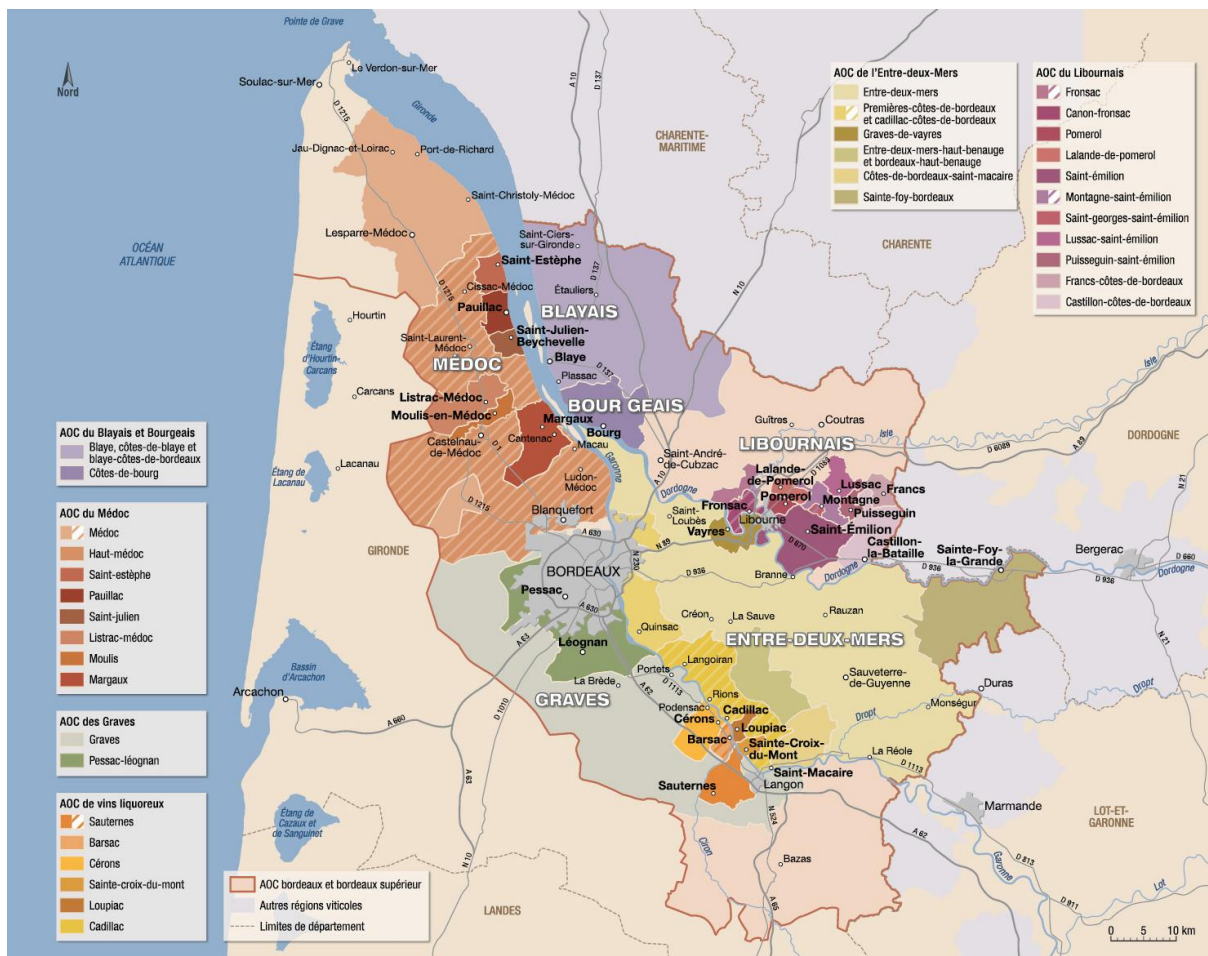
GRAPHIQUE 4 - VOLUMES PRODUITS EN 2019 ET COMMERCIALISABLES PAR RÉGION ET PAR TYPE DE VIN, ET TAUX DE VARIATION PAR RAPPORT À 2018

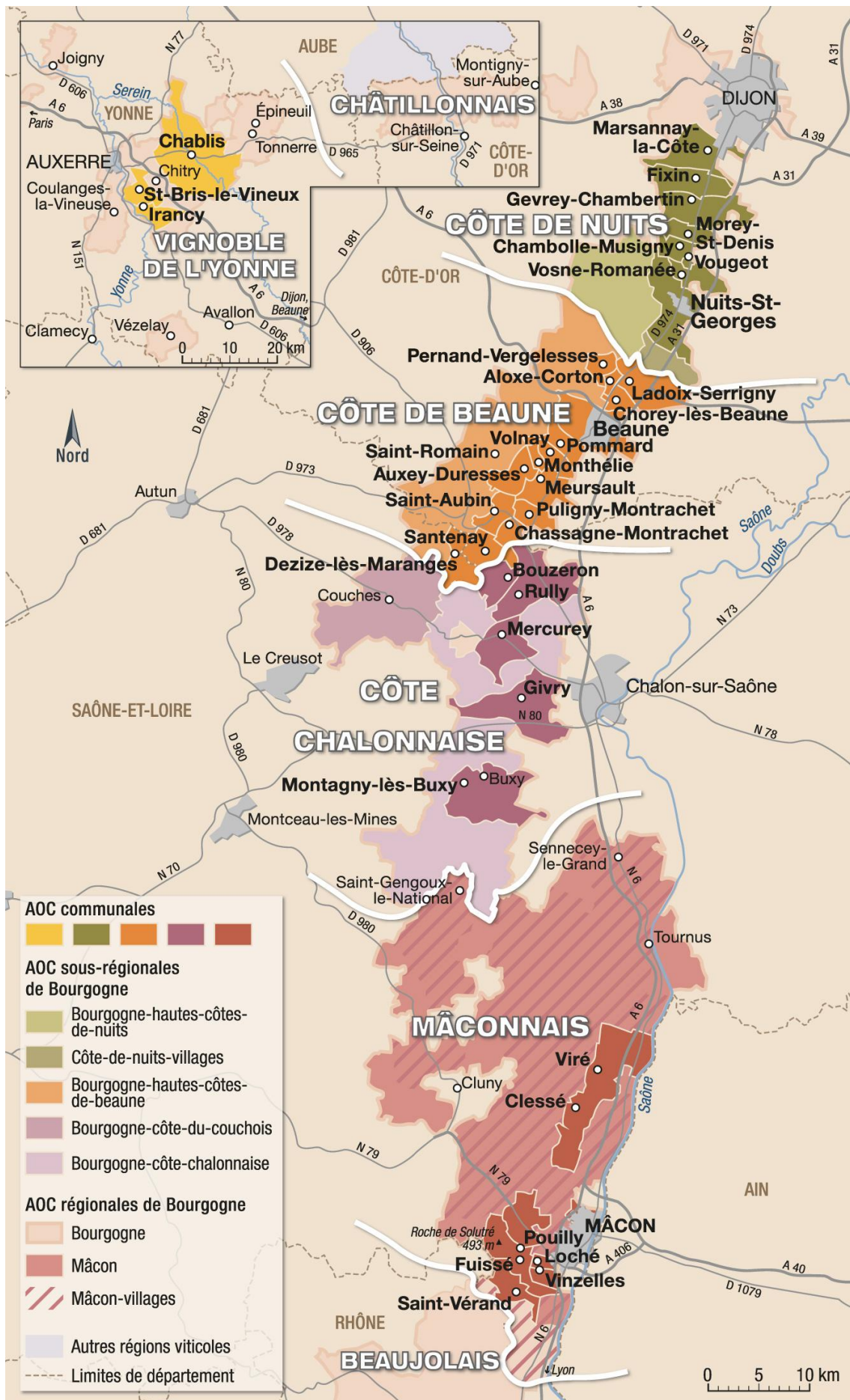


GRAPHIQUE 5 - EXPORTATIONS EN VOLUME ET EN VALEUR EN 2019 PAR TYPE DE VIN ET ÉVOLUTION PAR RAPPORT À 2018



II. Une production de qualité labellisée





IGP régionale

- Val de Loire
- Franche-comté
- Comtés rhodaniens
- Méditerranée
- Pays d'oc
- Comté tolosan
- Atlantique

VAR IGP départementale

- 1 IGP de zone
- 33 IGP de zone

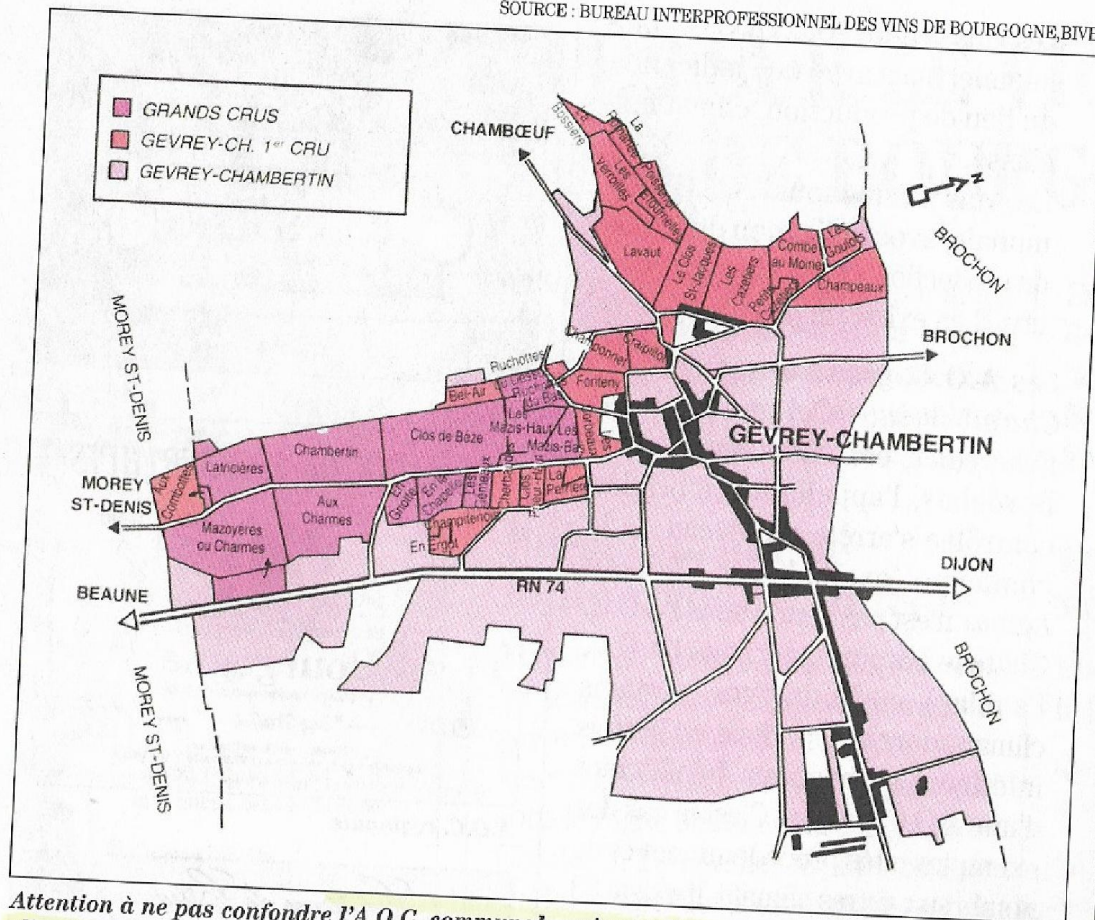
Dénominations des IGP de zone

- 1 Côtes de Meuse
- 2 Coteaux de Coilly
- 3 Sainte-Marie-la-Blanche
- 4 Coteaux de l'Auxois
- 5 Coteaux de Tannay
- 6 Côtes de la Chaux
- 7 Coteaux du Cher et de l'Arnon
- 8 Vin des Ailliroches
- 9 Urfé
- 10 Collines rhodaniennes
- 11 Coteaux des Baronnies
- 12 Maures
- 13 Mont Caume
- 14 Alpilles
- 15 Cevennes
- 16 Coteaux du Pont du Gard
- 17 Sable de Camargue
- 18 Côtes de Thongue
- 19 Côtes de Thau
- 20 Coteaux du Libron
- 21 Coteaux d'Enserune
- 22 Vicomté d'Aumelas
- 23 Saint-Guilhem-le-Désert
- 24 Haute Vallée de l'Orb
- 25 Coteaux de Narbonne
- 26 Cité de Carcassonne
- 27 Vallée du Paradis
- 28 Haute Vallée de l'Aude
- 29 Coteaux de Peyriac
- 30 Le Pays Cathare
- 31 Côte Vermelle
- 32 Côtes de Gascogne
- 33 Thézac-Perricard
- 34 Agenais
- 35 Lavedieu
- 36 Coteaux de Gien

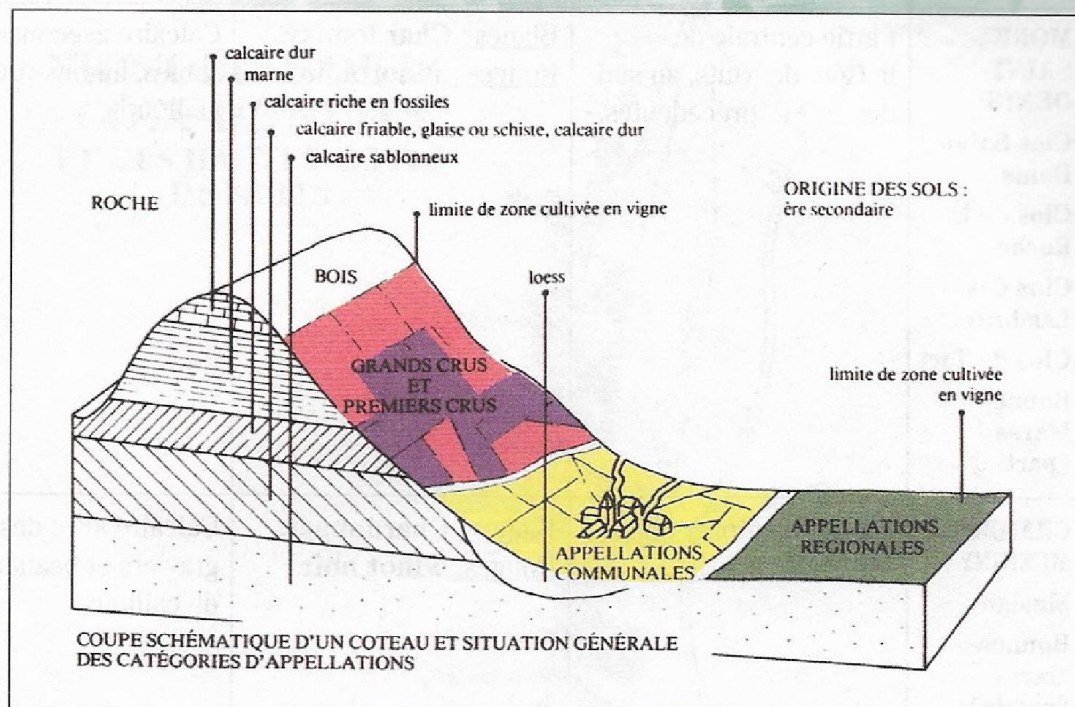
----- Limites de département



SOURCE : BUREAU INTERPROFESSIONNEL DES VINS DE BOURGOGNE, BIVB.



Attention à ne pas confondre l'A.O.C. communale qui peut être revendiquée par l'ensemble des climats de la commune et l'A.O.C. Grand cru qui ne concerne qu'un climat. Un Chambertin est bien un Gevrey-Chambertin mais tous les Gevrey-Chambertin ne sont pas des Chambertins. Même remarque pour Chambolle-Musigny et Musigny, Corton et Alox-Corton, etc.



SOURCE : FÉDÉRATION DES INTERPROFESSIONS DES VINS DE GRANDE BOURGOGNE.

Beaune occupent les pentes bien expo-

VIGNOBLES DE LA CÔTE DE BEAUNE ET DES HAUTES-CÔTES DE BEAUNE

BOURGOGNE

HAUTES CÔTES DE BEAUNE

CÔTE DE BEAUNE

CÔTE DE NUITS ET HAUTES-CÔTES DE NUITS

GRANDS CRUS

APPELLATIONS COMMUNALES (PREMIERS CRUS)

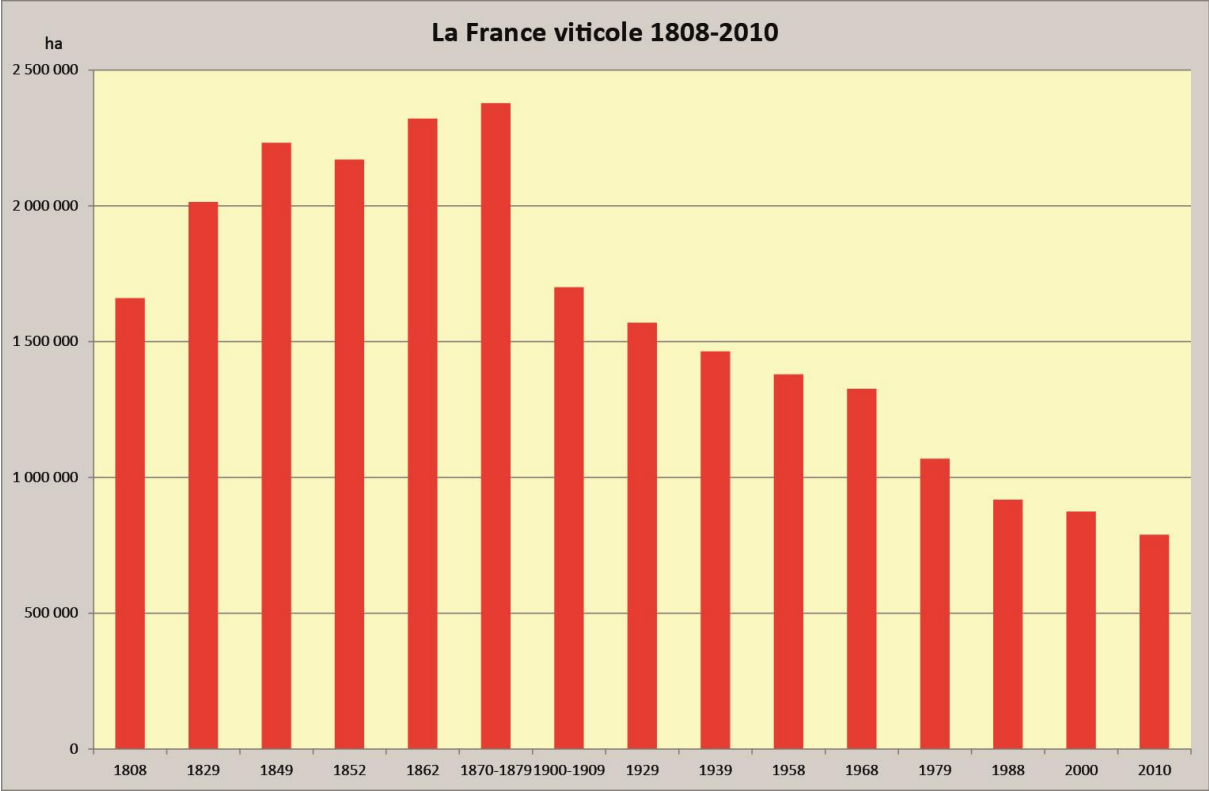
APPELLATIONS COMMUNALES

BOURGOGNE

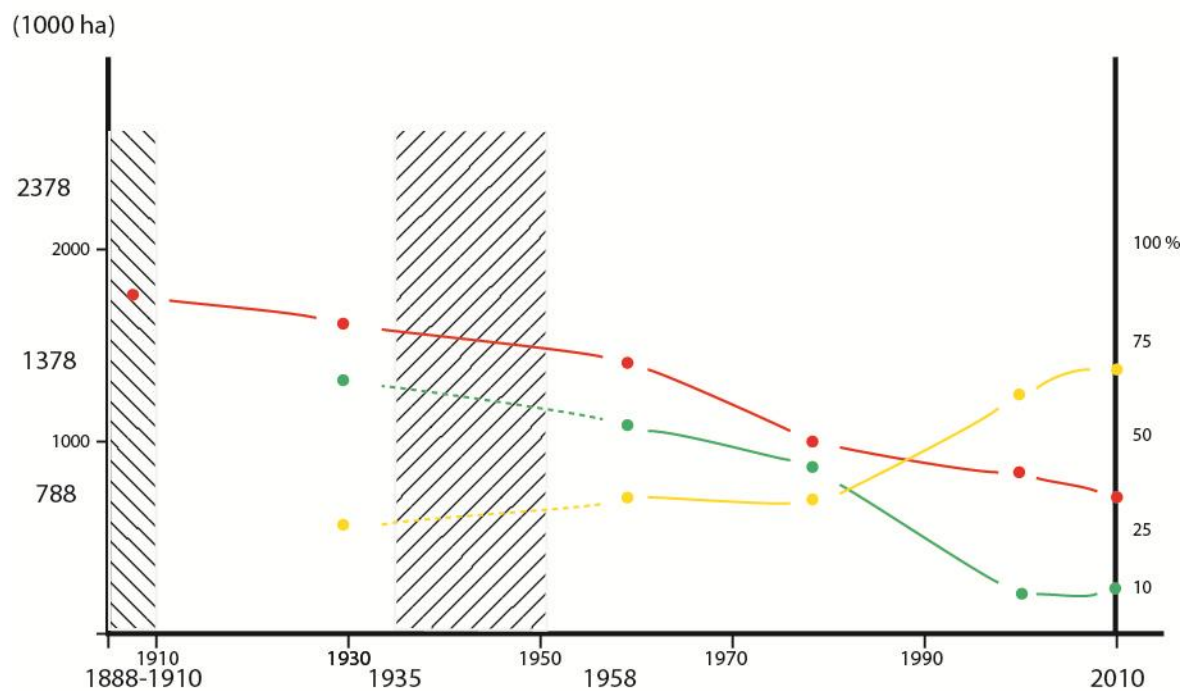
HAUTES - CÔTES DE BEAUNE

APPELLATIONS RÉGIONALES

1. Evolutions différenciées

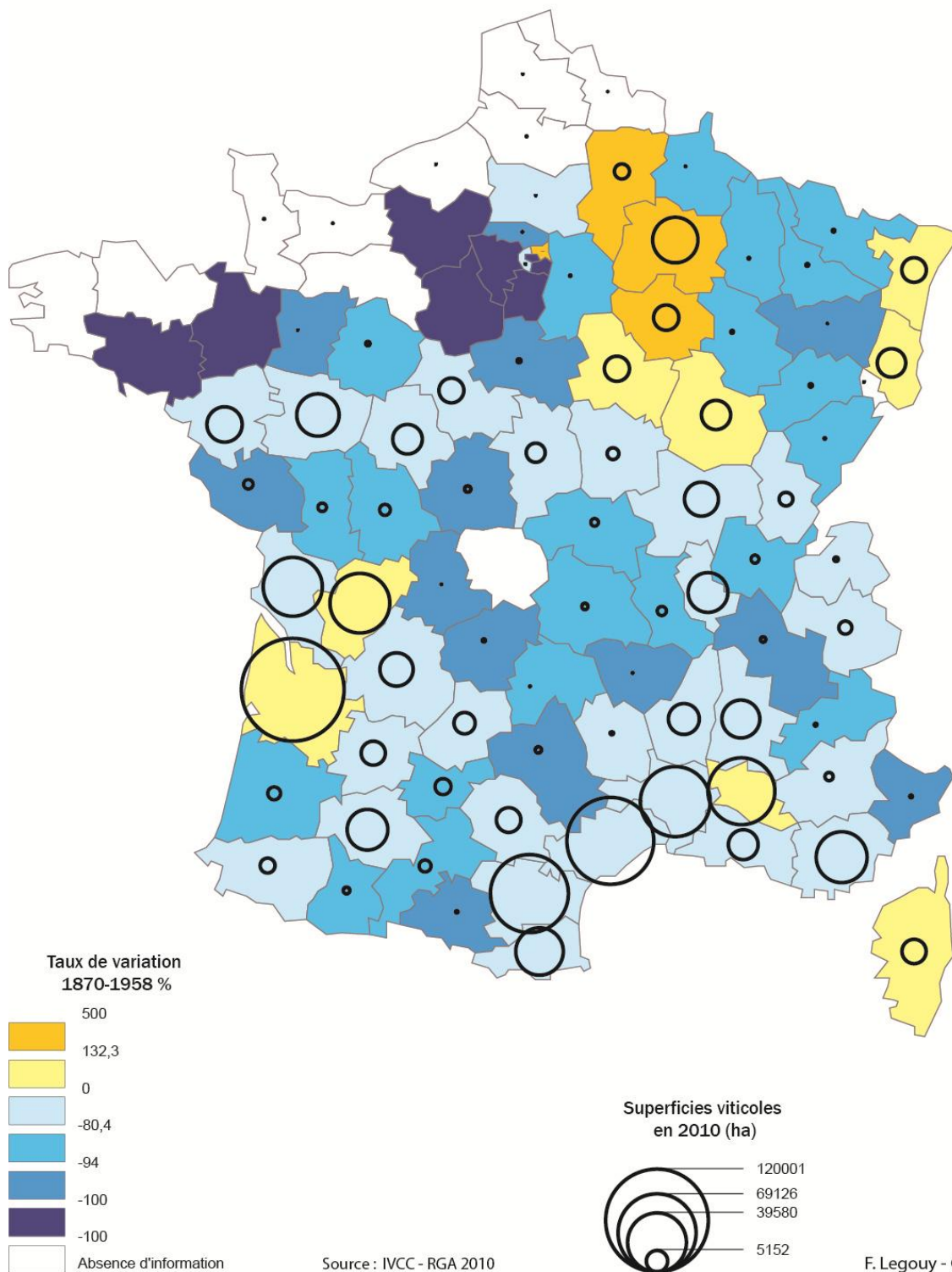


LA TRANSITION VITIVINICOLE EN FRANCE (1888-2010)



-  Période de reconstitution du vignoble par des porte-greffes américains
-  Période de lente transformation du vignoble à partir de la création des AOC
- Evolution des surfaces en vignes (1000 ha)
- Evolution relative des surfaces en vins de table (%)
- Evolution relative des surfaces en vins AOC (%)
- Evolution connue des surfaces
- - - Evolution supposée des surfaces

LA DYNAMIQUE DES SURFACES VITICOLES EN FRANCE (1958-2010)



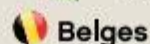
2. Mise en valeur par le tourisme

L'ŒNOTOURISME EN FRANCE

CHIFFRES CLÉS



7,5 MILLIONS
de touristes ont séjourné
dans le vignoble français en 2010



Belges

1ère clientèle internationale en Alsace, Aquitaine, Bourgogne et Champagne



Britanniques

1ère clientèle internationale en Pays de la Loire, PACA et Languedoc-Roussillon

NATIONALITÉ DES VISITEURS



TPOLOGIE DES ŒNOTOURISTES EN 4 GROUPES



40% les Epicuriens

venus majoritairement pour déguster, acheter du vin, visiter des caves



24% les Classiques

le vin participe à la découverte du patrimoine d'une destination mais pas exclusivement, ils sont moins adeptes de séjours en régions vitiviniholes



20% les Explorateurs

le vin, la vigne, le vignoble sont les motifs déterminants du séjour, ils en cherchent les secrets, les adresses méconnues



16% les Experts

ils sont à la recherche de la découverte de l'histoire, de la culture d'un terroir, de tout l'univers du vin



DÉPENSES



104€
dépenses de vins

70€
consommations restauration / bars à vin

15€ stages

14€ produits dérivés vignobles (musée, boutique...)

La dépense moyenne des consommateurs est de **203€**



57 destinations labellisées « Vignobles & Découvertes »

incluant environ 3 000 professionnels travaillant en réseau

93% des œnotouristes

effectuent leur visite « en direct », sans avoir recours à des agences ou tour-opérateurs

7% des œnotouristes

effectuent leur visite via un intermédiaire, dont :

17,5% des œnotouristes allemands

15% des œnotouristes américains

6% des œnotouristes belges

6% des œnotouristes néerlandais

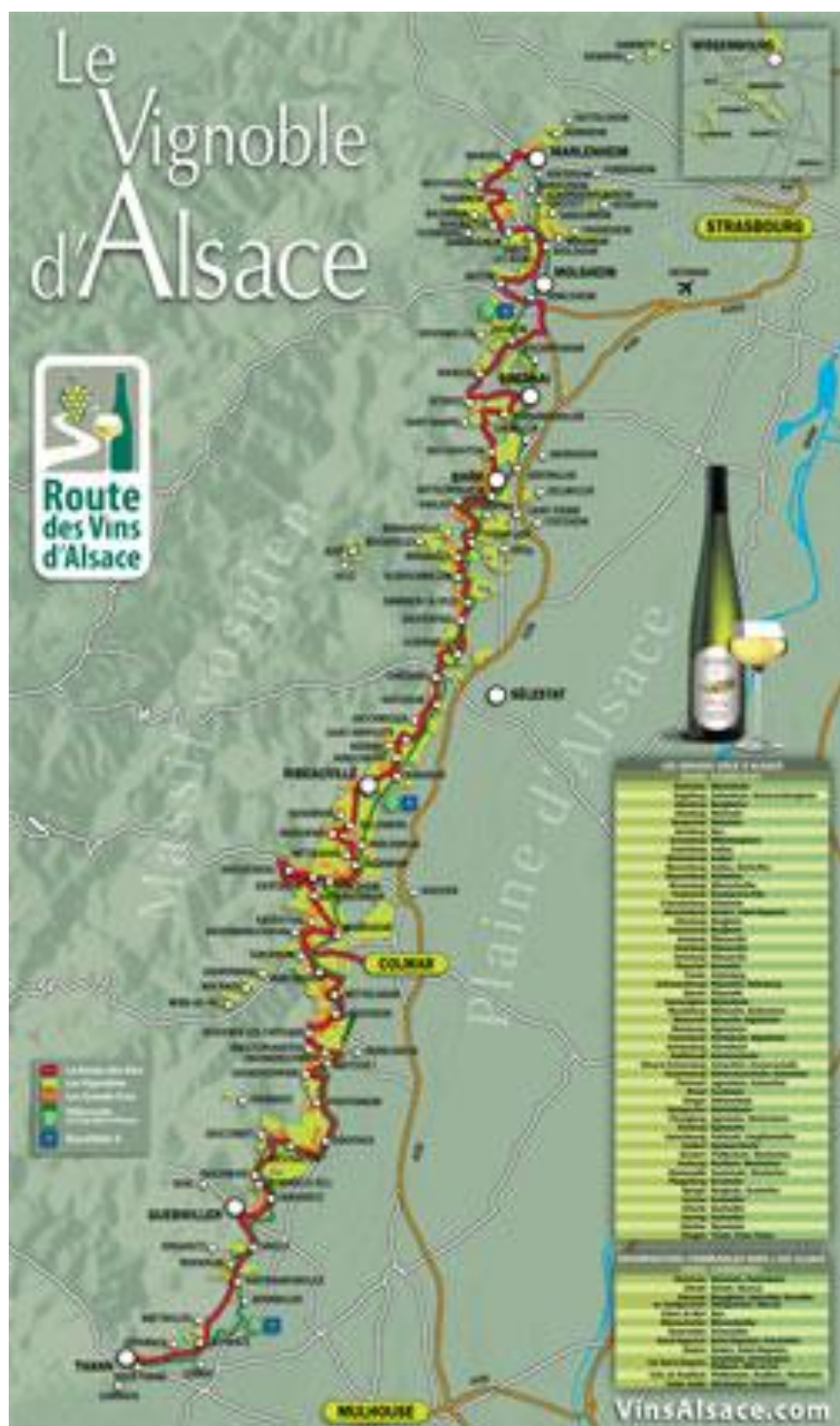
6% des œnotouristes britanniques

Source : Atout France - www.atout-france.fr

« Tourisme et vin », les clientèles françaises et internationales, les concurrents de la France. Comment rester compétitif ? - 2010

« Tourisme et vin », réussir la mise en marché - 2013

Le Vignoble
d'Alsace



VinsAlsace.com