

COMMUNIQUÉ DE PRESSE
Assemblée Générale du CIVP- 3 juillet 2026

*Adapter l'offre et stimuler la demande :
Une stratégie collective tournée vers l'avenir*

À l'occasion de l'Assemblée Générale du 3 juillet 2026, les professionnels des Vins de Provence ont réaffirmé leur **volonté collective de préparer l'avenir de la filière** en agissant sur deux leviers essentiels :

- D'une part, l'**adaptation de l'offre aux réalités du marché**
- D'autre part, la **stimulation de la demande**

Mondialement reconnus comme la référence des vins rosés, les Vins de Provence entendent préserver et conforter ce leadership en faisant le choix d'agir avec **responsabilité, anticipation** et **esprit collectif**. Cette stratégie vise à protéger durablement la valeur des trois appellations tout en préparant les conditions de leur développement futur.

*Adapter collectivement l'offre pour préserver l'équilibre et la valeur des trois
AOP des Vins de Provence*

Face à une consommation mondiale qui évolue, les professionnels des Vins de Provence ont choisi de ne pas subir mais d'agir collectivement. Pour le millésime 2026, ils mettent en place un dispositif d'adaptation de l'offre destiné à mieux **ajuster les volumes mis en marché aux besoins réels des marchés**. Le mécanisme repose sur la définition d'un « volume commercialisable de référence » et d'une réserve pour chaque opérateur vinificateur. Calculé à partir de l'historique réel de commercialisation de chaque opérateur, ce dispositif constitue un véritable outil de pilotage économique.

Son objectif est de **préserver durablement la valeur des trois appellations**, de **prévenir l'installation d'un déséquilibre structurel** et de **maintenir des capacités de production mobilisables** lorsque les conditions de marché ou les aléas climatiques l'exigeront. Prévue pour une durée d'un an, cette mesure fera l'objet d'un bilan en 2027 afin d'en évaluer l'efficacité et d'envisager, le cas échéant, sa reconduction ou son évolution.

Cette décision traduit une conviction simple : la responsabilité d'une interprofession est d'anticiper les évolutions du marché. En prenant dès aujourd'hui les décisions nécessaires, les Vins de Provence démontrent leur capacité à agir pour **préserver la valeur construite collectivement** depuis plusieurs décennies, **protéger les producteurs et préparer durablement l'avenir de la filière**.





“Préparer l'avenir, c'est évoluer avec la réalité des marchés et agir avec responsabilité. Cette décision collective traduit notre volonté de protéger durablement la valeur des Vins de Provence, de continuer à produire les meilleurs rosés du monde et de donner à la filière les moyens de construire sereinement son avenir.”

Eric Pastorino, Président du CIVP

“Préserver l'équilibre économique de nos appellations est une priorité de notre plan stratégique. La régulation de l'offre est une mission essentielle de l'interprofession pour protéger durablement la valeur des Vins de Provence. Nous continuons en parallèle à agir pour stimuler la demande et faire rayonner notre marque collective en France et à l'international.”

Brice Eymard, Directeur Général du CIVP



Stimuler la demande pour consolider le leadership des Vins de Provence

Dans un marché en pleine évolution, le CIVP déploie, en France comme à l'international, un **plan d'actions marketing et communication ambitieux et puissant** afin d'**accroître la valeur de la marque collective** Vins de Provence, de **renforcer sa différenciation** et de **conforter durablement son leadership**. Ce dispositif conjugue campagnes publicitaires, stratégie digitale, œnoformation, développement de l'œnotourisme, dispositifs événementiels et présence sur les grands rendez-vous professionnels pour renforcer la visibilité et le rayonnement des Vins de Provence.

Il s'appuie notamment sur une campagne publicitaire nationale, un **affichage tactique** au cœur de Paris et une **stratégie digitale** renforcée grâce à de nouveaux formats de contenus et une présence enrichie sur les **réseaux sociaux**. En parallèle, le CIVP amplifie son **programme d'œnoformation** à destination des futurs prescripteurs et des professionnels, développe l'**œnotourisme** avec le nouveau site internet **www.destinationsvinsdeprovence.com/** et va à la rencontre des consommateurs grâce à des **dispositifs événementiels** comme le Provence Rosé Wine Truck.

Les Vins de Provence renforcent également leur présence sur les **grands salons professionnels**, avec des rendez-vous incontournables comme Wine Paris et ProWein, mais aussi sur les marchés américain et asiatique, afin de consolider leur leadership et de développer de nouvelles opportunités commerciales à l'international.

Un futur signe de reconnaissance pour renforcer la marque collective Vins de Provence

La pérennité d'une filière repose autant sur sa capacité à piloter son offre que sur sa capacité à stimuler la demande et à recruter de nouveaux consommateurs. Dans cette logique, les Vins de Provence franchissent une nouvelle étape dans leur stratégie de valorisation. Au-delà de leur plan d'actions habituel, la filière engage un projet structurant, tourné vers l'avenir.

C'est dans cette dynamique que l'Assemblée Générale a présenté les premières orientations du futur **signe de reconnaissance des Vins de Provence**, un projet emblématique destiné à **renforcer l'identification de l'origine Provence** et à **accompagner le développement de la marque collective**.

Dans un univers où de nombreuses références reprennent les codes visuels de la Provence, ce futur signe a vocation à créer un **repère simple et immédiatement identifiable pour le consommateur**. Apposé sur chacune des bouteilles des trois appellations des Vins de Provence, il constituera un véritable **emblème collectif**, il contribuera à **accroître la visibilité** des Vins de Provence, à **affirmer leur singularité**, à **consolider la perception de qualité, d'authenticité et d'origine** qui leur est associé et à **conforter le leadership de la Provence** dans l'univers des vins rosés.

Les études menées auprès des consommateurs en France et à l'international confirment déjà le potentiel de ce futur signe, largement perçu comme un véritable **gage d'origine et de qualité**, tout en renforçant la perception premium des Vins de Provence.



"Il nous faut réaffirmer avec force notre leadership et notre singularité au sein de la catégorie rosé. Apposer un signe commun sur toutes les bouteilles de nos appellations, c'est un engagement collectif sans précédent pour les Vins de Provence, au service de la compréhension du consommateur, de la clarification de l'offre et de la segmentation de la catégorie rosé."

Carole Guinchard, Directrice Marketing et Communication du CIVP

RENDEZ-VOUS EN DÉBUT D'ANNÉE 2027 POUR PLUS DE DÉTAILS !

Une filière qui construit son avenir

À travers ces démarches d'adaptation de l'offre et de stimulation de la demande, les Vins de Provence démontrent leur capacité à s'adapter aux évolutions du marché et à construire collectivement leur avenir.

En agissant dès aujourd'hui pour préserver les équilibres économiques de la filière tout en investissant dans les moteurs de croissance de demain, le vignoble provençal confirme sa volonté de maintenir sa vitalité, sa notoriété et sa solidité économique au bénéfice de l'ensemble de ses opérateurs et de ses territoires.



VINS DE PROVENCE

A propos du CIVP

La Provence est le seul grand vignoble mondial **spécialiste du rosé**. Et c'est dans cette spécificité, que viennent s'ancrer les éléments qui font d'elle la région productrice des meilleurs vins rosés du monde. La Provence viticole, qui abrite les **trois AOP Côtes de Provence, Coteaux d'Aix-en-Provence et Coteaux Varois en Provence** s'étend d'Est en Ouest sur 200 km et sur 100 km du Nord au Sud des contreforts des Alpes à la Méditerranée. De la Sainte-Victoire à l'île de Porquerolles, de la Sainte-Baume en passant par l'Esterel, ces paysages, connus dans le monde entier pour leur **beauté spectaculaire**, abritent également une **mosaïque de terroirs particulièrement propices à la culture de la vigne et l'élaboration de grands rosés**. Le vignoble réunit une famille de producteurs se composant de 5 000 exploitations viticoles réunies autour de 600 caves particulières, coopératives ou maisons de négoce qui produisent

CONTACTS PRESSE

CONSEIL INTERPROFESSIONNEL DES VINS DE PROVENCE (CIVP)

Claire Malherbe

cmalherbe@provencewines.com
+33 (0)7 80 98 13 62

Romain Schalapa

rschalapa@provencewines.com
+33 (0)6 31 14 07 12

L'abus d'alcool est dangereux pour la santé, à consommer avec modération.



Cofinancé par
l'Union européenne

