



Dossier de presse
Dossier de presse

Vinexpo 2011



BOURGOGNES
Bureau Interprofessionnel des Vins de Bourgogne



Crédits photos :

BIVB / BERNUY J.L. / DR/
Jonas JACQUEL – GULS PRODUCTIONS/
Michel JOLY/ MONNIER H.

Contact presse :

BIVB - Cécile Mathiaud

Attachée de presse


















12 boulevard Bretonnière - BP 60150 - 21204 Beaune Cedex

☎ +33 (0)3 80 25 95 76 - Portable + 33 (0)6 08 56 85 56 - cecile.mathiaud@bivb.com



BOURGOGNES

Sommaire

 Millésime 2010 : en Bourgogne, l'exigence récompensée	P. 5
 Millésime 2009 : magnifique Bourgogne !	P. 7
 Marchés et développement des vins de Bourgogne : En Bourgogne, retour progressif à la normale	P. 9
 Le marché régional en Bourgogne se rééquilibre	P. 10
 Un stock en baisse	P. 10
 Le millésime 2010 ne pèsera pas sur les stocks	P. 10
 La situation économique s'améliore nettement sur le marché régional et retrouve une situation saine	P. 11
 Marché Export : nette reprise des expéditions de Bourgogne	P. 11
 2010 : retour progressif à la normale	P. 11
 Focus Asie : quand le futur se conjugue au présent	P. 14
 Un premier trimestre 2011 toujours bien orienté à la hausse	P. 15
 En France, les ventes de vins de Bourgogne sont stables	P. 17
 Grande distribution : progression des ventes et de la valorisation des vins de Bourgogne	P. 17
 Restauration : les ventes de vins de Bourgogne se redressent après une année noire pour le secteur	P. 18
 Vente directe : les entreprises se mobilisent	P. 19
 Cavistes : la crise a ralenti le développement du circuit	P. 20
 Les chiffres clés de la Bourgogne viticole	P. 21
 Climats et Lieux-dits : l'exception culturelle de la Bourgogne	P. 22
 Une brochure : « Du Terroir aux Climats »	P. 22
 Une exposition pédagogique et esthétique	P. 22
 Les Climats du vignoble de Bourgogne candidats au Patrimoine mondial de l'Unesco : la Bourgogne fait un nouveau pas vers la reconnaissance internationale.....	P. 23
 Qu'est-ce qu'un Climat ?	P. 24
 Et un lieu-dit ?	P. 24
 Origine des noms de Climats	P. 24
 A la découverte des vins de Bourgogne : Perfectionnez vos connaissances grâce au module d'e-learning	P. 26
 4 grandes thématiques	P. 26
 Pour en savoir plus sur le programme de formation du BIVB	P. 27

	Oenotourisme : La Bourgogne en pleine effervescence !	P. 29
	■ Proxima Mobile Bourgogne : à la découverte du vignoble, portable en main	P. 29
	■ Label « Vignobles et Découvertes » : trois sites au top !	P. 30
	■ Charte d'accueil « De Vignes en Caves » : où et quand déguster chez les vigneron ?	P. 31
	La diversité des vins de Bourgogne : accessible à tous grâce au multimédia ..	P. 32
	■ www.vins-bourgogne.fr : un nouveau visage pour le portail officiel des vins de Bourgogne	P. 32
	■ Le Site Pro : un espace dédié aux prescripteurs	P. 33
	■ De très nombreuses informations dédiées au tourisme viticole	P. 33
	■ Une salle de presse en ligne pour suivre toute l'actualité du vignoble	P. 34
	11^{ème} édition des Grands Jours de Bourgogne : Rendez-vous du 19 au 23 mars 2012	P. 35
	■ Un accueil toujours plus qualitatif	P. 35
	■ Le site www.grands-jours-bourgogne.com : mobile, pratique et rapide	P. 35
	■ Un réseau de navettes toujours plus fluide	P. 35
	■ Un carnet de dégustation unique par jour	P. 36
	■ La salle de presse : confortable et pratique	P. 36
	Le pôle technique et qualité du BIVB : Deux évènements techniques et scientifiques au programme de l'hiver	P. 37
	■ 3 novembre 2011. Vinosciences en Bourgogne : une journée dédiée au Goût du vin	P. 37
	■ Janvier 2012. 2^{èmes} Grands Rendez-Vous Techniques de Bourgogne : l'élevage du vin	P. 38
	L'École des Vins de Bourgogne : des formations ludo-pédagogiques et professionnelles pour tous !	P. 39
	■ Une école ouverte à tous	P. 39
	■ Oenotourisme : Offre de séjours pour groupes constitués	P. 40
	■ L'outil de formation de l'Interprofession	P. 40
	Bourgogne tourisme : 3^{ème} édition en 2011 de « Dégustez la Bourgogne » : un « deal gagant-gagnant » entre restaurateurs et viticulteurs	P. 41



2010 Millésime

en Bourgogne, l'exigence récompensée

Mai 2011

Le millésime 2010 en Bourgogne est une réussite en dépit de conditions climatiques délicates. L'histoire et l'expérience millénaire acquise par les vigneron bourguignons ont, plus que jamais porté leurs fruits.

Cette année, le niveau de maturité et l'état sanitaire ont primé pour le choix de la date de récolte. Si habituellement les vendanges se font par couleur (traditionnellement rouge puis blanc), les vigneron, soucieux de la qualité, ont alterné entre parcelles rouges et blanches.

Les petits rendements obtenus résultent à la fois de la maîtrise de la taille par les viticulteurs, de la coulure et du millerandage engendrés par les conditions climatiques du printemps et du tri pratiqué à la vigne comme à la cave. Les vinificateurs ont ensuite su ajuster leur technique à la matière première récoltée pour en révéler le bel équilibre sucre-acidité, sans dénaturer l'expression aromatique.

Nul doute que les Bourgognes 2010 réservent de belles surprises aux amateurs de vins !

■ Vins blancs

■ Chablis et Grand Auxerrois

Les vins, d'une agréable fraîcheur, présentent de subtiles notes fruitées d'agrumes, de pomme verte et de pêche. Équilibrée, leur bouche est dotée d'une superbe minéralité, qui en souligne la belle vivacité et la tension remarquable.

Savoureux et friands, ils pourront rapidement être mis sur table et feront le bonheur des amateurs les plus exigeants.

■ Côte Chalonnaise et Côte de Beaune

Les vins sont, dans l'ensemble, très aromatiques, dominés par des notes de fruits mûrs et de fruits secs. Leur bouche, vive et d'une tenue exemplaire, est ample et consistante.

Après quelques mois de bouteilles, ils s'assoupliront rapidement pour atteindre une harmonie parfaite. Leur potentiel de garde est excellent.

■ Mâconnais

La qualité des raisins récoltés était au rendez-vous et les vins sont dignes d'un grand millésime. Par leur exubérance et leur pureté aromatiques, leur équilibre et leur structure remarquables, ces vins se montrent souples, gourmands et d'une magnifique fraîcheur.

■ Vins rouges

■ Côte de Nuits

D'une réelle élégance et d'une grande richesse aromatique ces vins s'avèrent parfaitement équilibrés. Charnus, ils s'appuient sur des tanins à la fois fermes et soyeux. Leur tenue en bouche et leur impressionnante longueur en feront de magnifiques vins de garde.

■ Côte Chalonnaise et Côte de Beaune

Fermes grâce à leur trame tannique et à leur excellente acidité, ces vins se montrent corpulents et présentent un bel équilibre. Leur nez expressif de petits fruits rouges, de baies noires et de fruits à noyau est un modèle du genre.

■ Grand Auxerrois

Particulièrement fruités, leurs tanins souples et tendres leur octroient un bel équilibre.

■ Crémant de Bourgogne

La remarquable maturité obtenue sur les raisins a permis d'obtenir, en 2010, des Crémants de Bourgogne offrant une expression aromatique intense et un équilibre optimum en bouche, grâce à la fraîcheur apportée par une acidité sans excès et des arômes puissants.

Récolte 2010 : une baisse de volume importante en Bourgogne

Le volume du millésime 2010 en Bourgogne est de 1 393 030 hl, soit 12,4 % de moins que la grosse récolte de 2009 et 6,5 % de moins que la moyenne sur 5 ans. Hormis 2003 (1,1 million d'hl), il faut remonter à 1997 pour retrouver un volume inférieur (mais à l'époque les surfaces étaient inférieures de 12 %).

Le recul par rapport à 2009 est surtout marqué pour les vins rouges (-18,8 %) et le Crémant de Bourgogne (-13,2 %), tandis que les blancs perdent 8,7 %. On note une forte baisse, de l'ordre de 20 à 25 %, sur les Appellations Villages et Grands Crus de Côte de Beaune et Côte de Nuits (toutes couleurs confondues) et des rouges de la Côte Chalonnaise. Les vins blancs de l'Yonne (dont Chablis) et du Mâconnais reculent d'à peine 4 à 8 %, alors que les AOC Régionales Bourgogne (blanc comme rouge) diminuent de 15 %. Ce résultat s'explique la fois par la maîtrise de la taille par les viticulteurs, la coulure et le millerandage engendrés par les conditions climatiques du printemps et le tri pratiqué à la vigne comme à la cave.

Ce communiqué présente des généralités par vignoble. Chaque vin et chaque vinificateur étant unique, la dégustation de chaque cuvée s'impose avant de la caractériser.



2009 Millésime 2009

Magnifique Bourgogne !

Août 2010

En 2009, la vigne a pu profiter de conditions idéales durant tout son cycle et, plus particulièrement, lors de sa phase de maturation, baignée de lumière. Soleil et chaleur se sont, en effet, illustrés tout au long des mois d'août et de septembre, donnant une matière première extraordinaire, révélée au cours des vinifications.

Le caractère authentique de ces vins, déjà perceptible dès les premiers mois suivant les vinifications, se confirme alors que les vins commencent à être mis en bouteille. Le millésime 2009 tient ses promesses !

■ Les vins blancs

■ Le Chablisien et l'Auxerrois

Suite à une floraison quelque peu capricieuse, les vendanges se sont étalées sur près de deux semaines, mais les excellentes conditions climatiques ont permis d'atteindre une maturité parfaite. Aromatiques et tendres, les vins se montrent flatteurs et élégants tout en étant dotés d'une belle minéralité et d'une très bonne structure.

Pour le nord de la Bourgogne, 2009 comptera d'éclatantes réussites et, à n'en pas douter, sera un millésime qui fera date.

■ Le Mâconnais

Avec un été chaud et des précipitations relativement faibles, les conditions étaient réunies pour obtenir des raisins d'une belle maturité.

Les vins se montrent particulièrement gourmands et leur qualité aromatique est impressionnante. Équilibrés et corpulents, ils ont tout pour séduire mais n'en possèdent pas moins un superbe potentiel d'évolution sur les prochaines années, caractéristique d'un très grand millésime.

■ La Côte Chalonnaise et la Côte de Beaune

Comme les autres vignobles de la Bourgogne, la Côte de Beaune et la Côte Chalonnaise ont connu des conditions climatiques très favorables, ce qui a permis au Chardonnay d'atteindre une maturité idéale.

Intensément aromatiques, généreux et tendres, les vins affichent une corpulence imposante et un remarquable équilibre. 2009 doit être, à juste titre, considéré comme un très grand millésime, non seulement agréable dès sa jeunesse mais au potentiel de vieillissement indéniable.

■ Les Vins rouges

■ La Côte Chalonnaise et la Côte de Beaune

Superbe millésime qui fera partie des plus grands. L'excellente maturité des raisins a permis d'obtenir des vins équilibrés, amples et puissants, d'un fruité exquis et d'une suavité exemplaire. Leurs tanins tout en rondeur les rendent particulièrement agréables et gourmands et leur permettront de vieillir dans les meilleures conditions.

■ La Côte de Nuits

La Côte de Nuits a produit en 2009 de magnifiques vins racés aux arômes de petits fruits rouges, de fleurs et de fruits noirs. Dotés d'un bel équilibre et d'une matière imposante, ils s'appuient sur une bouche charnue à la longueur impressionnante, ce qui en fera assurément un très beau millésime de garde.



■ Les Crémants de Bourgogne

Vendangé tôt pour maintenir des acidités suffisantes, garantes de fraîcheur, le millésime 2009 présente pour les Crémants de Bourgogne une belle structure en bouche. Il offre une expression aromatique intense, fidèle aux cépages bourguignons : des notes d'agrumes et de fleurs blanches pour le Chardonnay et des notes de fruits rouges pour le Pinot Noir.

Ce communiqué présente des généralités par vignoble. Chaque vin et chaque vinificateur étant unique, la dégustation de chaque cuvée s'impose avant de la caractériser.



Marchés et développement des vins de Bourgogne

En Bourgogne, retour progressif à la normale

La Bourgogne a profité du redressement progressif de la conjoncture économique mondiale pour retrouver une situation plus conforme à la normale, après une crise économique sans précédent, qui a fortement impacté le secteur viticole international.

La Bourgogne a, comme beaucoup, subi la baisse conjoncturelle de la consommation de vin. Mais elle a aussi souffert :

- ✓ de son positionnement haut de gamme, alors que partout sur la planète les consommateurs pratiquaient une « descente en gamme » ;
- ✓ de sa dépendance aux États-Unis et au Royaume-Uni (45 % des exportations de la Bourgogne à eux deux), pays parmi les plus affectés par la crise ;
- ✓ de sa dépendance aux circuits traditionnels, qui ont été particulièrement touchés, comme en témoignent la disparition de chaînes de cavistes au Royaume-Uni ou la baisse générale de la consommation en restauration dans tous les pays.

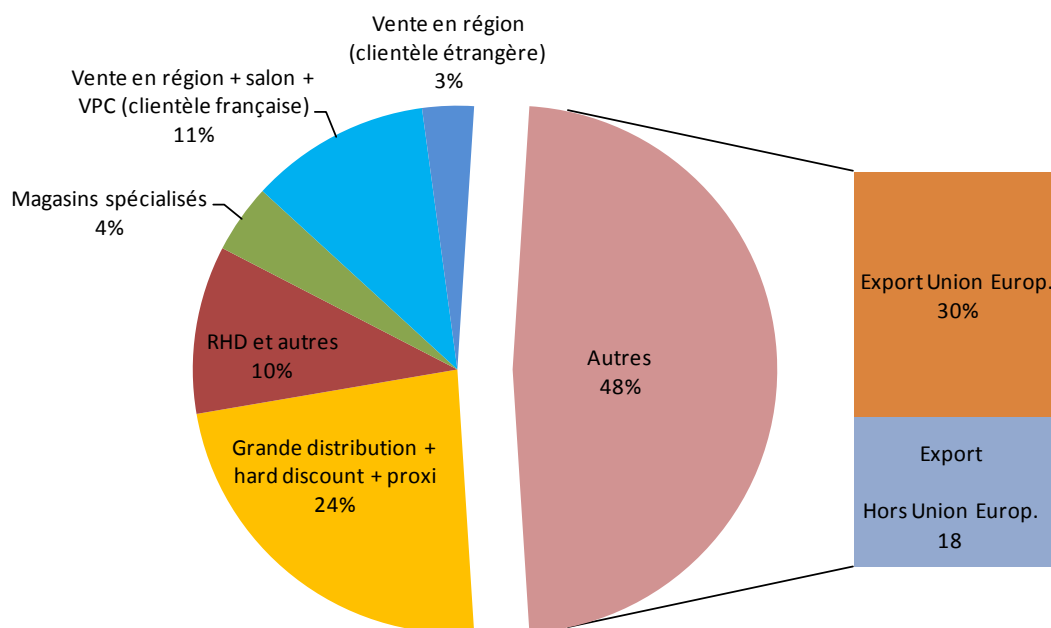
Il a donc fallu du temps pour que la situation se redresse, d'autant plus que les taux de change pénalisent encore les vins européens sur les principaux marchés.

Certaines mesures publiques sont également pénalisantes, comme l'augmentation des taxes sur les vins au Royaume-Uni (+40 % en 5 ans) qui réduisent le pouvoir d'achat des consommateurs.

Mais, la Bourgogne, région exportatrice par tradition, a la capacité et la volonté de rebondir et de défricher de nouveaux marchés.

Avec 200 millions de bouteilles produites chaque année, elle est une goutte dans l'océan du vin (0,5 % de la production mondiale). Elle commercialise néanmoins la moitié de ses vins à l'export et son positionnement, plutôt axé sur des niches dans chaque pays, lui offre une faculté de réaction rapide pour trouver de nouveaux consommateurs et compenser la baisse sur ses marchés historiques.

Estimation de la répartition des ventes de vins de Bourgogne (mars 2011)



Depuis fin 2009, la Bourgogne a amorcé une nouvelle phase de progression de ses exportations. Avec une hausse de 13,5 % en volume et de 16 % en valeur, **l'année 2010 a permis d'effacer une partie de la perte enregistrée** pendant la crise et de retrouver un niveau presque conforme à la moyenne habituelle pour le vignoble. Une hausse d'autant plus salubre qu'elle s'est faite sur la grande majorité des principaux pays destinataires.

Les premiers résultats de 2011 confirment l'embellie puisque, sur le premier trimestre, les expéditions de vins de Bourgogne ont encore gagné 11 % en volume et 8,5 % en valeur par rapport à la même période de 2010.

Sur le marché français, les ventes de vins de Bourgogne sont restées plutôt stables, autour de 99 millions de bouteilles. Si la consommation de vin baisse structurellement dans le pays, elle devient plus favorable aux vins de Bourgogne, car les consommateurs privilégient de plus en plus la qualité par rapport à la quantité.

Enfin, **la Bourgogne a aussi bénéficié d'une situation saine** au moment d'entrer dans cette crise. Si les stocks ont pu augmenter temporairement au plus fort de la tempête, ils n'ont jamais atteint des niveaux importants et sont déjà en phase descendante. La baisse actuelle du volume disponible est aussi à mettre à l'actif des deux derniers millésimes : le superbe millésime 2009, fortement demandé par les clients internationaux, et le 2010, prometteur en qualité et faible en volume. Aucun des deux ne pèsera sur les stocks des entreprises.

■ Le marché régional en Bourgogne se rééquilibre

■ Un stock en baisse

En juillet 2008, le stock de vins de Bourgogne chez les viticulteurs avait atteint **son plus bas niveau depuis 1999**, avec seulement 10 mois de commercialisation moyenne.

Avec la crise, et compte tenu du volume conséquent (mais heureusement très qualitatif) du millésime 2009, il était remonté à près d'une année de vente, sans toutefois retrouver le niveau de 2006.

La reprise des ventes conjuguée à la faible récolte de 2010 devrait entraîner une nouvelle baisse du stock viticole de 8 %, le ramenant à 11 mois de vente, soit l'équivalent de 183 millions de bouteilles.

Il convient de considérer ce volume comme relativement faible : 2/3 des vins tranquilles stockés sont des Appellations Villages et Grands Crus qui demandent à vieillir.

En ce qui concerne les stocks au négoce, ils n'ont cru que de 4 % pendant la crise. En juillet 2010, ils atteignaient l'équivalent de 140 millions de bouteilles. L'augmentation du stock a porté essentiellement sur le Crémant de Bourgogne, dont le potentiel est bien réel, tant en France qu'à l'étranger.

La reprise globale des ventes depuis plus d'un an (notamment des exportations) devrait permettre la réduction de ce volume.

■ Le millésime 2010 ne pèsera pas sur les stocks

La **récolte de 2010** est l'une des plus faibles en Bourgogne depuis 1995 (à l'exception de 2003, année caniculaire où la récolte avait été réduite d'un tiers). Avec seulement 185,7 millions de bouteilles, **elle est en baisse de 12,5 % par rapport à 2009 et de 6,5 % par rapport à une récolte moyenne.**

Hormis en 2003, la récolte de vins rouges n'a jamais été aussi basse, tombant à 55,6 millions de bouteilles (-10 % par rapport à une récolte moyenne). Cette baisse, engagée depuis 1999, confirme une tendance de plus en plus « blanche » de la Bourgogne, sans oublier le Crémant de Bourgogne, dont la part pourrait croître à nouveau dans un proche avenir.

Avec 115 millions de bouteilles, la baisse de récolte a été moins marquée sur les vins blancs (- 4 %) et bénéficie notamment du système de réserve (VCI) mis en place à Chablis.

■ La situation économique s'améliore nettement sur le marché régional et retrouve une situation saine

Les volumes sortis des chais viticoles depuis septembre 2010 sont en progression sensible (+4 % à fin mars 2011) et pourraient approcher du niveau normal de commercialisation en fin de campagne (fin juillet), avec un équivalent de 197 millions de bouteilles.

Une part conséquente a été vendue au négoce bourguignon qui avait déjà acheté l'équivalent de 107 millions de bouteilles à fin avril, soit 5 % de plus que lors de la campagne précédente (à date identique). L'augmentation de l'approvisionnement des Maisons de négoce est le signe que les ventes sur le marché s'améliorent. Ces derniers ont toutefois privilégié des AOC Régionales, celles-ci étant moins chères et plus faciles à commercialiser en période économique encore instable.

■ **Marché Export : nette reprise des expéditions de Bourgogne**

Après 18 mois difficiles liés à la crise internationale (fin 2008 et 2009), les exportations de vins de Bourgogne ont enchaîné 15 mois de croissance. La période d'inflexion constatée fin 2009 a fait place à une progression sensible et régulière tout au long de 2010. Le premier trimestre 2011 confirme cette tendance positive.

■ 2010 : retour progressif à la normale

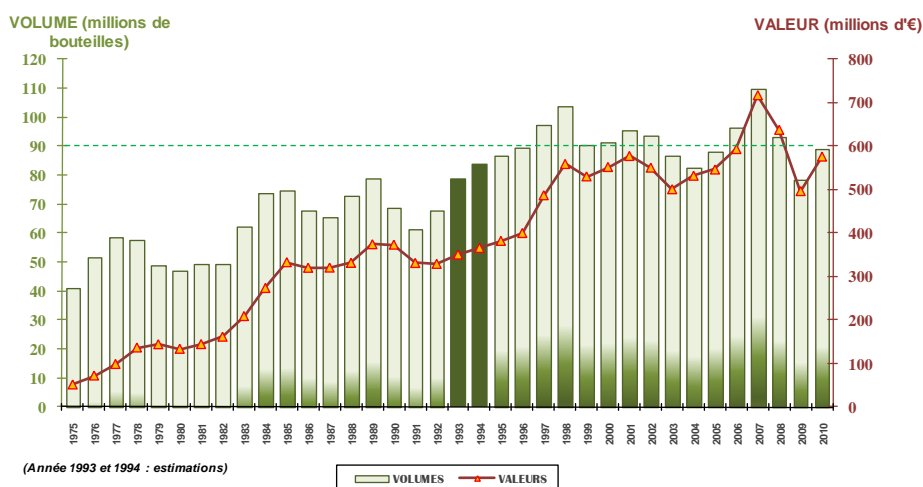
En 2010, la Bourgogne a retrouvé progressivement sa dynamique de croissance d'avant crise et effacé une grande partie de la perte enregistrée en 2009.

Avec 89,2 millions de bouteilles exportées et une progression de 13,5 % par rapport à 2009, l'année 2010 s'est terminée sur un volume proche du niveau moyen observé pour le vignoble au cours des dix dernières années (91,5 millions).

Autre élément positif, surtout dans un contexte encore difficile, c'est la progression encore plus importante en valeur, puisque le chiffre d'affaires réalisé à l'étranger a progressé de 16%, pour atteindre 576 millions d'euros, un montant qui n'a été dépassé qu'à trois reprises par le passé.

Historique des exportations de vins de Bourgogne volume et valeur

(source BIVB/Douane)

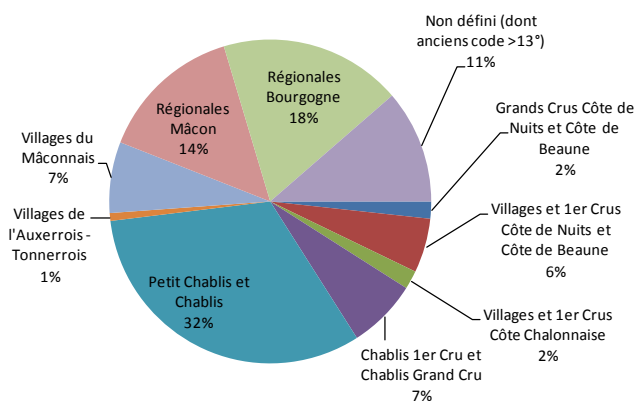


Cette reprise des exportations est notamment le fait des vins blancs, en hausse de 18 % (en particulier Chablis). Les vins rouges ont connu une hausse plus mesurée +5,6 %, mais ont été surtout mieux valorisés (+15 % en valeur).

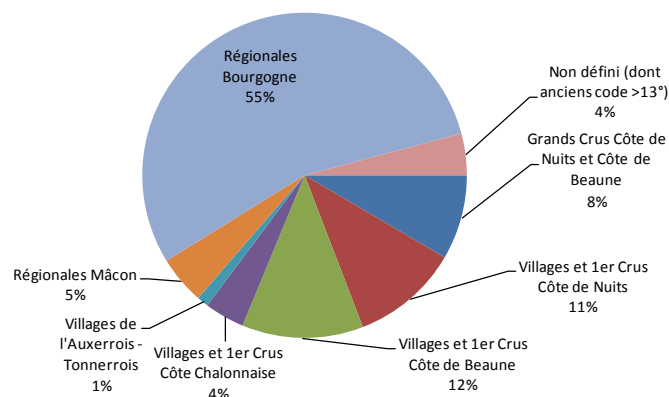
Exportations de vins de Bourgogne par couleurs en 2010

Export Bourgogne Monde	12 mois 2010		12 mois 2009		VAR % 12 mois 2010/2009	
	Volume (milliers de cols)	Valeur (en K€)	Volume (milliers de cols)	Valeur (en K€)	Var° volume	Var° valeur
TOTAL	89 204	575 911	78 568	496 555	13,5%	16,0%
Total vins blancs	63 501	336 967	53 756	286 127	18,1%	17,8%
Total vins rouges	21 686	223 340	20 535	194 131	5,6%	15,0%
Crémant de Bourgogne	4 017	15 604	4 276	16 297	-6,1%	-4,2%

Exportations de vins blancs de Bourgogne en 2010 (en volume)



Exportations de vins rouges de Bourgogne en 2010 (en volume)



Cette embellie s'explique en partie par la sortie de crise progressive de nombreux pays, qui a permis la reprise de la consommation et des achats en magasins, poussant les distributeurs à reconstituer leurs stocks.

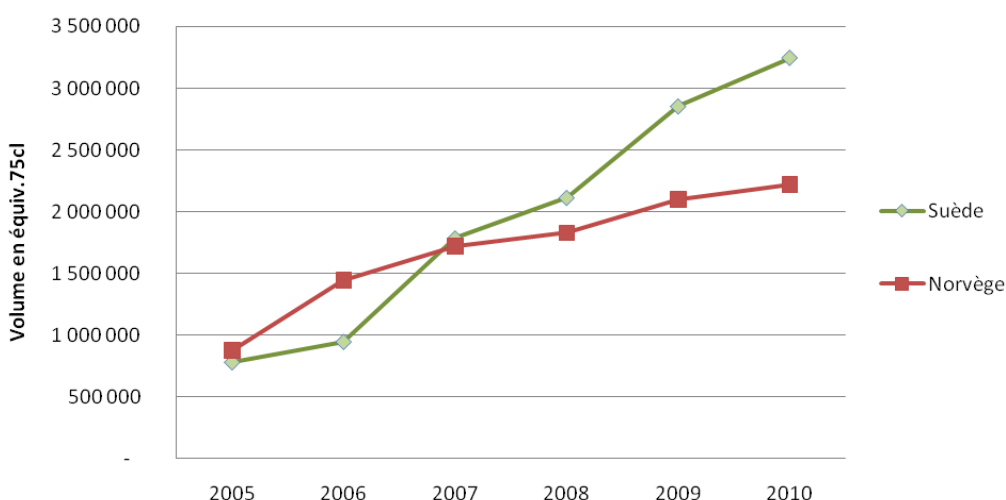
Autre facteur favorable, l'impact positif des taux de change. La progression des exportations de vins de Bourgogne est principalement liée aux pays n'appartenant pas à l'Eurogroupe. La faiblesse de l'euro pendant quelques mois (mai à septembre 2010) a permis aux acheteurs de ces pays de se réapprovisionner à des prix plus intéressants. Au sein de l'Union Européenne, ce sont les pays non adhérents à l'euro qui contribuent à la croissance des exportations de vins de Bourgogne, avant tout le Royaume-Uni, mais aussi les marchés nordiques.

La grande majorité des pays sont donc repassés dans le vert, à commencer par nos deux principaux marchés, le Royaume-Uni et l'Amérique du Nord (USA et Canada), qui avaient concentré l'essentiel des pertes en 2009. Ils ont redressé leurs importations de vins de Bourgogne de plus de 20 % en 2010 ; il leur reste toutefois un léger retard de 9 % par rapport à l'année 2008.

Les marchés traditionnels européens (Allemagne, Belgique, Pays-Bas) stagnent globalement, à l'image de la consommation de ces marchés matures. La Bourgogne est absente du circuit discount, moteur de la distribution du vin, et subit la concurrence de pays fournisseurs moins valorisés, tels que le Chili, surtout en période de baisse du pouvoir d'achat. Mais il existe des sources de progression à exploiter, notamment avec la montée en gamme qui se dessine en Allemagne ou le développement de la consommation de vins blancs en Flandre. La Belgique est d'ailleurs redevenue l'un des principaux marchés intégrés au plan de communication export 2015 du Bureau Interprofessionnel des Vins de Bourgogne (BIVB).

En Europe, la croissance des exportations de vins de Bourgogne se déplace aujourd'hui vers le nord-est, jusqu'à la Russie qui montre des signes de reprise évidents (d'autant qu'une part importante des vins importés en Russie passe au préalable par des pays intermédiaires). En effet, que ce soit en Suède (+9 % en volume), au Danemark (+16 %), en Norvège (pas de statistique d'exportations) et même en Finlande (+7 %), la Scandinavie est une destination de plus en plus éprise des vins de Bourgogne.

Ventes en volume de vins de Bourgogne (en équivalent 75cl)



Source : BIVB/Ubifrance/Vinmonopolet/systembolaget/Thewinetempter.no

En dehors de l'Europe, le potentiel de croissance des vins de Bourgogne semble aujourd'hui se porter fortement sur les nouveaux marchés asiatiques auxquels on peut associer l'Australie : tous ces marchés ont progressé de 25 à 50 % en volume en 2010.

Le Japon, quant à lui, confirme son statut de 3^{ème} client de la Bourgogne en valeur (+6 %) ; il reste plus que jamais un partenaire privilégié de la Bourgogne. L'élan de générosité spontané dont ont fait preuve les entreprises bourguignonnes, suite au tsunami du 11 mars 2011, montre à quel point elles sont attachées à ce pays.

La crise aura donc eu pour avantage d'accélérer la recherche de nouveaux marchés, une diversification qui sera nécessaire dans les années à venir.



Exportations des vins de Bourgogne - année 2010

(source BIVB/Douanes)

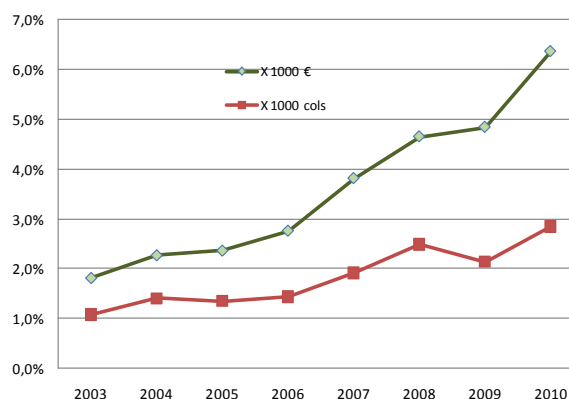
EXPORTATIONS BOURGOGNE (dont Crémant de Bourgogne)	12 MOIS 2010		12 MOIS 2009		%12 MOIS 10/09		Ecart (+/-) 12 MOIS 2010/09	
	1000 cols	1000 EUR	1000 cols	1000 EUR	VOLUME	VALEUR	1000 cols	1000 EUR
Monde	89 204	575 911	78 568	496 554	+13,5%	+16,0%	10 637	79 357
Union Européenne	55 839	273 812	50 407	249 335	10,8%	9,8%	5 431	24 477
Royaume-Uni	24 220	119 854	20 060	103 715	+21%	+16%	4 160	16 139
Belgique	9 312	39 980	9 115	40 444	+2%	-1%	197	-464
Pays-Bas	5 828	25 409	5 944	26 433	-2%	-4%	-115	-1 024
Allemagne	5 367	25 136	5 664	26 126	-5%	-4%	-297	-990
Danemark	3 248	16 024	2 805	13 259	+16%	+21%	443	2 765
Suède	3 216	14 029	2 952	12 637	+9%	+11%	265	1 392
Irlande	1 529	6 955	1 434	7 002	+7%	-1%	95	-47
Italie	603	5 896	496	5 099	+21%	+16%	107	797
Luxembourg	462	4 472	421	3 937	+10%	+14%	42	535
Finlande	363	1 672	341	1 664	+7%	+1%	23	8
Autriche	185	1 801	156	1 581	+19%	+14%	29	220
Espagne	198	2 072	138	1 567	+43%	+32%	59	505
Lettonie	232	1 655	224	1 398	+4%	+18%	8	257
Rep Tchèque	175	1 189	167	1 212	+5%	-2%	8	-23
Pologne	208	928	158	825	+32%	+12%	50	103
Pays Tiers	33 366	302 099	28 160	247 219	18,5%	22,2%	5 205	54 880
Etats-Unis	12 387	105 595	10 154	85 600	+22%	+23%	2 233	19 995
Japon	7 698	70 772	7 433	66 603	+4%	+6%	266	4 169
Canada	4 855	30 577	4 062	23 716	+20%	+29%	793	6 861
Suisse	1 936	25 718	1 870	21 578	+4%	+19%	66	4 140
Hong Kong	585	11 614	400	8 549	+46%	+36%	185	3 065
Australie	799	7 802	582	6 457	+37%	+21%	217	1 345
Singapour	335	6 797	254	3 959	+32%	+72%	81	2 838
Corée du Sud	323	3 701	260	3 204	+24%	+16%	63	497
Brésil	446	3 698	359	3 000	+24%	+23%	87	698
Taiwan	211	5 659	111	2 746	+91%	+106%	100	2 913
Chine	696	4 825	433	2 733	+61%	+77%	262	2 092
Emirats Arabes Unis	394	3 273	297	2 342	+33%	+40%	97	931

■ Focus Asie : quand le futur se conjugue au présent

Entre 2003 et 2008, les différents marchés asiatiques ont sensiblement accru leurs achats de vins de Bourgogne. Malheureusement, la crise internationale est venue brutalement interrompre cette expansion... mais seulement temporairement, car les exportations de vins de Bourgogne vers ces destinations ont rebondi aussi vite que ces pays sont sortis de la crise.

Les résultats de 2010 ont complètement effacé le recul de 2009 et ont surtout permis

Part de marché de la Zone Asie (hors Japon) dans le total des exportations de la Bourgogne



de retrouver la dynamique d'avant crise, avec des niveaux records sur la plupart des marchés, surtout en valeur.

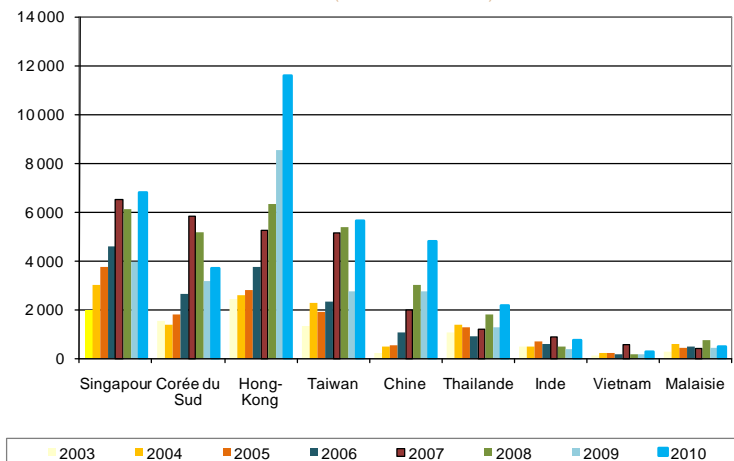
Les marchés asiatiques ont dépensé deux à trois fois plus qu'il y a cinq ans : derrière Hong Kong qui a acheté pour près de 12 millions d'euros de vins de Bourgogne, quatre marchés (hors Japon) ont dépensé entre 4 et 7 millions d'euros en 2010 (Singapour, Corée du Sud, Taiwan et Chine).

L'essor le plus marquant est celui de la Chine continentale. Elle n'importait quasiment pas de vins de Bourgogne en 2005 (70 000 bouteilles) et a multiplié par 10 ce volume en l'espace de 5 ans pour devenir le second marché d'Asie en volume, derrière le Japon.

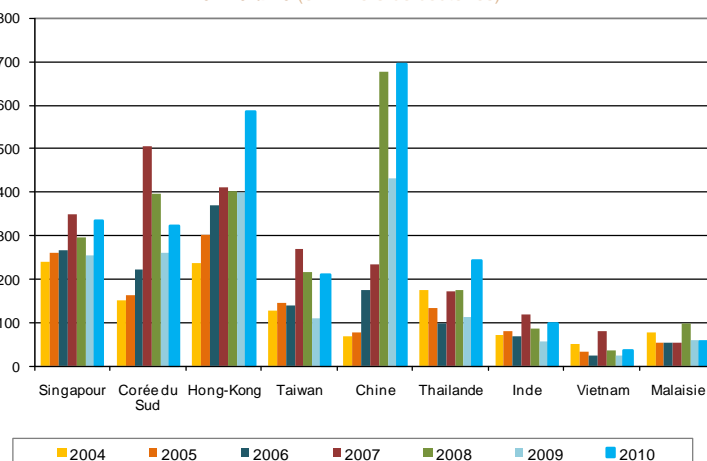
La part de marché de l'Asie (hors Japon) dans le chiffre d'affaires des exportations de vins de Bourgogne ne cesse donc de progresser et atteint désormais 6,5 % (près de 19 % si l'on inclut le Japon).

Le duo Hong Kong / Chine (Hong Kong important une partie des grands vins consommés en Chine) représente désormais le 9^{ème} marché export de la Bourgogne en valeur (16,5 millions d'euros) avec 1,3 millions de bouteilles (ce qui explique le choix prioritaire de ces marchés dans le prochain plan de Communication de la Bourgogne).

Evolution des exportations de vins de Bourgogne vers l'Asie en valeur (en milliers d'euros)



Evolution des exportations de vins de Bourgogne vers l'Asie en volume (en milliers de bouteilles)



■ Un premier trimestre 2011 toujours bien orienté à la hausse

Après le redressement des exportations de vins de Bourgogne observé en 2010 (+13,5 % en volume et +16 % en valeur), **le premier trimestre 2011 affiche la même tendance, avec une hausse de 11 % en volume et de 8 % en valeur**, par rapport à la même période de 2010.

Cela confirme le retour à un volume normal d'exportation, dans la moyenne constatée depuis 1995, avec 91 millions de bouteilles expédiées sur les 12 derniers mois cumulés à fin mars, pour 586 millions d'euros.

Les vins blancs et les vins rouges de Bourgogne progressent de manière homogène avec une hausse de 13 % en volume. Seul le Crémant de Bourgogne affiche une baisse, pour une raison qui n'est pas seulement économique : les modifications de procédure de déclaration auprès des Douanes françaises ont entraîné le transfert d'une partie des volumes dans une catégorie « effervescents indéterminés ».

Exportations de vins de Bourgogne par couleurs, premier trimestre 2011

	1er trim 2011		1er trim 2010		Var 1er trim 2011/2010	
	en 1000 cols	en K€	en 1000 cols	en K€	en 1000 cols	en K€
Total Bourgogne	18 036	122 184	16 232	112 904	+11%	+8%
Total vins blancs	12 587	67 775	11 110	63 430	+13%	+7%
Total vins rouges	4 875	51 963	4 307	46 481	+13%	+12%
Crémant	574	2 445	815	2 993	-29%	-18%

La progression des exportations en ce début d'année est surtout due au marché nord-américain (États-Unis et Canada, en hausse de 15 % en volume) et à l'Asie (+14 % au Japon ; volume triplé en Chine).

Les Etats-Unis sont même passés en première position en valeur.

Le duo Chine/Hong Kong remonte quant à lui au 6^{ème} rang, avec 6,1 millions d'euros au 1^{er} trimestre 2011, soit deux fois plus que l'an passé à la même époque.

Les marchés traditionnels européens de proximité semblent peiner davantage.

Exportations des vins de Bourgogne - 1er trimestre 2011

(source BIVB/Douanes)

	1er trim 2011		1er trim 2010		Var 1er trim 2011/2010	
	en 1000 cols	en K€	en 1000 cols	en K€	en 1000 cols	en K€
Monde	18 036	122 184	16 232	112 904	+11%	+8%
Royaume-Uni	4 342	20 372	4 246	23 660	+2%	-14%
Etats-Unis	2 880	24 286	2 480	20 819	+16%	+17%
Japon	1 913	17 050	1 680	14 451	+14%	+18%
Belgique	1 705	6 884	1 738	8 073	-2%	-15%
Canada	1 236	8 427	988	5 731	+25%	+47%
Pays-Bas	1 044	4 328	807	4 493	+29%	-4%
Allemagne	888	4 641	910	4 246	-2%	+9%
Suede	620	2 614	587	2 585	+6%	+1%
Danemark	459	2 283	452	2 621	+2%	-13%
Suisse	421	4 919	466	7 119	-10%	-31%
Irlande	287	1 182	217	1 147	+33%	+3%
Chine	213	1 311	69	521	+209%	+152%
Hong-Kong	190	4 789	154	2 428	+23%	+97%
Norvege	171	1 239	117	794	+47%	+56%
Emirats Arabes Unis	118	1 164	107	841	+11%	+38%
Australie	114	1 136	113	1 252	+2%	-9%
Italie	98	1 128	79	1 631	+24%	-31%
Bresil	94	1 005	105	786	-10%	+28%
Russie	92	363	27	156	+239%	+133%
Singapour	80	2 328	73	1 194	+9%	+95%
Taiwan	74	1 805	12	346	+503%	+422%

■ En France, les ventes de vins de Bourgogne sont stables

Entre 2008 et 2010, la hausse du chômage, la stagnation des salaires, les incertitudes sur l'avenir et l'augmentation des prélèvements ont pesé sur la consommation des ménages. Heureusement, la situation semble doucement, mais progressivement, s'améliorer. Même si la hausse des prix semble encore inquiéter les français (*INSEE*).

Les ménages français, par exemple, ne recherchent plus systématiquement l'enseigne la moins chère et se font davantage plaisir. En 2010, le hard-discount a perdu des clients et les marques de distributeurs ont perdu des parts de marché (*source Kantar*).

Le pourcentage de foyers français ayant acheté du vin est reparti à la hausse en 2010 ; il atteint désormais 88,4 %. Mais ceux-ci achètent de moins en moins de vin en moyenne, avec une perte en volume de l'ordre de 3 % par an et par foyer. Ils privilégient les vins mieux valorisés (au-delà de 5 euros la bouteille), tandis que les vins à moins de 3 euros perdent régulièrement des acheteurs.

L'enquête 2010 de FranceAgriMer (réalisée tous les cinq ans) confirme la baisse structurelle de la consommation de vin en France, mais aussi sa valorisation. La baisse d'aujourd'hui ne s'explique plus par l'augmentation des non-consommateurs (38 % en 2010 comme en 2005), mais par le fait que les français consomment désormais majoritairement le vin de manière occasionnelle (45 % d'entre eux) et non plus régulièrement, c'est-à-dire tous les jours ou presque (17 % aujourd'hui, soit trois fois moins qu'en 1980). Le plaisir du vin est davantage associé à la convivialité : il est plus présent sur les tables pour les repas avec des invités que lors de repas ordinaires (63 % des répondants contre 17 %).

Ces évolutions sont favorables aux vins de Bourgogne (achetés par 20 % des ménages français - *source KANTAR*), qui sont toujours positionnés comme une référence en matière de vins festifs, destinés aux grandes occasions ou à offrir en cadeau. Cette nouvelle tendance explique aussi pourquoi le vignoble fait figure d'exception en maintenant ses ventes sur le marché français, autour de 99 millions de bouteilles commercialisées.



Ce phénomène est particulièrement visible en grande distribution, où les consommateurs n'hésitent plus à monter en gamme et privilégier la qualité à la quantité. Les bouteilles vendues (toutes origines confondues) à moins de 3 euros (70 % du volume total) perdent 1 % en volume, tandis que les ventes de vins à plus de 5 euros ont progressé de 5 %. Les AOC Villages de Bourgogne trouvent progressivement leur place sur ce circuit et cela peut expliquer pourquoi les consommateurs ont acheté moins de vins de Bourgogne chez les cavistes en 2009. Autre signe d'amélioration du marché, les français sont, semble-t-il, davantage allés au restaurant en 2010. La consommation de vins de Bourgogne hors domicile s'est aussi redressée après une année 2009 très morose.

■ Grande distribution : progression des ventes et de la valorisation des vins de Bourgogne

Sur les 12 derniers mois disponibles (mars 2010 à fin février 2011), la grande distribution française a de nouveau vu ses ventes globales de vins tranquilles AOC diminuer de 0,3 % (*source IRI*), soit l'équivalent de 2 millions de bouteilles de moins en un an.

Malgré ce contexte tendu, **les ventes de Bourgogne sont en progression de + 1,8 % en volume sur cette période** (vins tranquilles), soit une progression d'un demi-million de bouteilles (pour un total de 28,4 millions d'euros).

Elle a même amélioré la valorisation globale de ses vins de 2 % : son chiffre d'affaires s'est accru de + 3,7 % en un an, pour atteindre 181,2 millions d'euros. Ce sont en effet les AOC les plus valorisées qui progressent le plus en volume sur ce réseau. Ainsi, les Appellations Villages des Côtes de Nuits et de Beaune progressent de 6 % en rouges et de 10 % en blancs, le Pouilly-Fuissé gagne 17 %, les Chablis 11 % et les Appellations Villages rouges de la Côte Chalonnaise 15 %.

En revanche, les vins d'entrée de gamme de la Bourgogne sont en repli, à l'image du Bourgogne Passe-tout-grains (- 7 %) et du Bourgogne Grand Ordinaire (- 4 %).

Quant au Crémant de Bourgogne, qui avait connu une forte croissance de ses ventes avant la crise, la tendance est plutôt stable (- 1 % en volume et + 1 % en valeur, à 5,8 millions de bouteilles).

Au global, sur les 12 derniers mois disponibles (mars 2010 à fin février 2011), **la Bourgogne a regagné plus que la petite perte enregistrée pendant la crise sur ce circuit**, avec un volume global au delà de **34 millions de bouteilles vendues** en hyper et supermarchés (+ 1,3 %) pour 214 millions d'euros de chiffre d'affaires (+ 3,2 %).

En incluant les ventes en supérettes, magasins de proximité et discount, le volume de vins de Bourgogne vendu dans les magasins de libre service se situe autour de 44,2 millions de bouteilles.

La nouvelle opération d'animation du linéaire des vins de Bourgogne, engagée par l'Interprofession depuis l'automne 2010 a permis de soutenir les ventes en fin d'année, grâce aux animateurs spécialisés, sélectionnés et formés aux vins de Bourgogne, qui ont pu conseiller les consommateurs dans les magasins.

La Bourgogne a également bénéficié de bonnes ventes pendant les foires aux vins à l'automne 2010. Une étude conduite par le BIVB a révélé que près d'un tiers des personnes ayant acheté du vin pendant cette période ont acheté au moins une référence de Bourgogne.

■ Restauration : les ventes de vins de Bourgogne se redressent après une année noire pour le secteur

L'activité semble avoir redémarré progressivement en 2010 pour le secteur de la restauration, principal réseau de distribution touché par la crise économique. Un nombre important de fermetures d'établissements a en effet été enregistré en 2008 et 2009, la baisse de la TVA (hors vin) n'ayant pas suffi à maintenir à flot la consommation hors domicile au cœur de la crise.

L'enquête conduite par Bourgogne Tourisme dresse un bilan positif de la saison estivale 2010 pour les restaurateurs situés en Bourgogne. Ils sont majoritaires (52 %) à classer celle-ci comme « une bonne année », contre 37 % à la considérer « moyenne » et 11 % seulement « mauvaise ». 40 % des restaurateurs évoquent une activité saisonnière en hausse et 39 % ont remarqué un retour de la clientèle étrangère.

Une note d'optimisme renforcée par les résultats de l'enquête nationale 2010, conduite auprès des restaurateurs français. Elle montre que **la Bourgogne aurait commercialisé sur ce réseau 19,5 millions de bouteilles** (source société CHD) et regagné ainsi le volume perdu en 2009.



Les vins de Bourgogne restent heureusement incontournables, puisqu'ils étaient présents sur 90 % des cartes des restaurants dits « gastronomiques » et 61 % des restaurants dits « traditionnels » en 2010.

La Bourgogne compte également sur le développement des ventes de vins au verre, notamment avec les formules « plat + vin ». Le renforcement de la réglementation sur l'alcoolémie au volant et les prix élevés des vins sur les cartes des restaurants justifient cet engouement. 89 % des restaurateurs en proposent et près d'un restaurateur sur deux a enregistré des hausses de volume sur les vins au verre en 2010. Ils sont néanmoins encore minoritaires à proposer au moins un vin de Bourgogne dans ce format.

Le Bureau Interprofessionnel des Vins de Bourgogne (BIVB) soutient également ce circuit, notamment par la mise en place de formations dédiées au sein de son École des Vins de Bourgogne : restaurateurs et sommeliers représentent la majorité des professionnels du vin suivant ces formations (150 par an).

■ Vente directe : les entreprises se mobilisent

Ce circuit se caractérise par la vente au particulier, sans intermédiaire. **Il concerne, chaque année, environ 14 % des ventes de vins de Bourgogne, soit autour de 28 millions de bouteilles** (à titre de comparaison, la Bourgogne a commercialisé 24 millions de bouteilles au Royaume-Uni, son premier marché export, en 2010).

Si, en 2009, les clients semblaient moins nombreux et moins enclins à venir chercher du vin au caveau, crise oblige, il semblerait que la situation se soit redressée progressivement depuis 2010.



Malgré la conjoncture encore morose à l'été 2010, la clientèle était là. Une enquête de Bourgogne Tourisme a montré que 63 % des prestataires du tourisme (toutes activités confondues) ont jugé la saison touristique 2010 « plutôt bonne », voire « très bonne » et même « en hausse » pour 41 % d'entre eux (*source : EUREMA*). Près de 80 % des caves viticoles interrogées ont estimé que la dernière saison estivale a fait partie des meilleures saisons. Si leur avis était encore mitigé sur la clientèle étrangère (32 % la voyaient en hausse contre 28 % en baisse), il était beaucoup plus tranché et positif sur la clientèle française (« en hausse » pour 40 %, contre 60 % de « au pire, stable »).

Le BIVB a mis à jour, en 2010, une étude portant sur la vente directe. Les résultats confirment ceux de l'enquête de 2006, mais avec des améliorations notables.

Pour la vente au caveau : s'ils sont toujours aussi nombreux à ouvrir leur porte aux clients (96 %), les conditions d'accueil ont été améliorées sur deux points :

- ▶ ils sont moins nombreux à accueillir uniquement sur rendez-vous (30 % contre 36 % en 2006 en saison estivale par exemple) ;
- ▶ ils sont plus nombreux à ouvrir désormais de 3 à 6 jours par semaine (25 % contre 18 % en 2006), 45 % restant même ouverts tous les jours.

Un accueil facilité par la présence renforcée d'un salarié dans 18 % des domaines (12 % en 2006).

La clientèle est parallèlement devenue moins locale/amicale : le pourcentage de touristes étrangers a progressé, passant de 19 % à 23 %. Mieux, les entreprises viticoles de la région sont désormais 54,5 % à faire visiter leur exploitation (48 % en 2006).

Notons l'importance de la région Ile de France, principale région d'origine des touristes français au caveau pour 60 % des répondants, et de la Belgique, citée par 80 % des répondants comme l'une des deux principales provenances de touristes étrangers.

En dehors de la vente au caveau, 61 % des entreprises répondantes font de la vente par correspondance (à peine 50 % en 2006). 8 % offrent la possibilité de passer une commande en ligne sur leur site Internet, contre 5 % il y a quatre ans.

La présence des bourguignons s'est également renforcée sur les foires et salons (60 % des répondants contre 54 % en 2006), particulièrement sur les salons nationaux (35 % contre 30 %) mais aussi internationaux (11 % contre 8 %).

Ils n'hésitent plus, désormais, à se rapprocher des consommateurs en allant également sur les marchés : 31 % en 2010 contre seulement 7 % en 2006.

La vente directe a encore de beaux jours devant elle puisqu'ils sont 73 % à souhaiter développer encore la vente au caveau et 42 % à vouloir augmenter leur vente par Internet. Soutenir le développement de l'oenotourisme est primordial aujourd'hui, tant les consommateurs sont en quête de proximité, de produits locaux et du terroir.

■ Cavistes : la crise a ralenti le développement du circuit

Malgré un parc de magasins en légère augmentation en France (5 500 magasins recensés environ), la crise économique a rompu la progression du circuit observée en 2008. 2009 a été une année de commercialisation difficile pour le secteur. On a notamment constaté une baisse du panier moyen par client de 25 %, preuve de la prudence dans les dépenses des consommateurs. La crise a également impacté le segment des cadeaux, propice aux cavistes, notamment de la part des comités d'entreprises.

La Bourgogne n'a pas été épargnée. **7,2 millions de bouteilles ont été commercialisées sur ce circuit** en 2009, en baisse de plus de 20 % sur un an. En France, 92 % des cavistes proposent des vins de Bourgogne.

En reliant cette situation à la progression des Appellations Villages de Bourgogne en grande distribution, il est facile d'imaginer que les consommateurs ont reporté une partie de leurs achats chez les cavistes vers ce circuit.

Avec la reprise de consommation des ménages français, les résultats de l'année 2010 devraient afficher des résultats en hausse (*enquête en cours*).

Les entreprises bourguignonnes gardent confiance en ce circuit de commercialisation et le BIVB continue d'y investir, notamment en formant des cavistes toujours désireux d'approfondir leurs connaissances en Bourgogne, afin d'accroître leur rôle de prescripteur auprès de leurs clients.



■ Les chiffres clés de la Bourgogne viticole (Sources : Douanes/ IRI/ BIVB/DRAF)

Octobre 2010

■ La production moyenne

1,5 million d'hectolitres	<i>dont</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 60 % de vins blancs ▶ 32 % de vins rouges (et rosés) ▶ 8 % de Crémant de Bourgogne
	<i>et</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 1,5 % d'Appellations Grands Crus ▶ 47,5 % d'Appellations Villages et 1^{er} Crus ▶ 51,0 % d'Appellations Régionales
	<i>soit</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 6,6 % de la production de VQPRD français ▶ 3,3 % de la production de vin en France ▶ 0,5 % de production mondiale de vin

27 700 hectares en production (3 % du vignoble français)

2 cépages principaux :

- ▶ Le Chardonnay (46 % de l'encépagement) : donne naissance à presque tous les vins blancs
- ▶ Le Pinot Noir (36 % de l'encépagement) : produit presque tous les vins rouges

Autres cépages : Aligoté (blanc, 6 %), Gamay (rouge, pour Bourgogne Passe-tout-grains et Mâcon, 11 %), Sauvignon et César (1 %)

100 Appellations différentes	<i>dont</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 33 Grands Crus ▶ 44 Villages et 1^{ers} Crus ▶ 23 Régionales
-------------------------------------	-------------	---

■ Les entreprises

3 800 Domaines viticoles (dont **1 300** embouteillent et commercialisent plus de 10 000 cols)

250 Maisons de Négoce

23 Caves Coopératives

■ Le marché

190 millions de bouteilles commercialisées

- ▶ **48 %** sont exportées

1 milliard d'euros de chiffre d'affaires estimé

La Bourgogne représente :

- ▶ **3 %** des échanges mondiaux de vin, en valeur
- ▶ **18,5 %** du chiffre d'affaires des VQPRD tranquilles français à l'export en 2010 (pour 6,5 % de la production)

■ Le poids régional

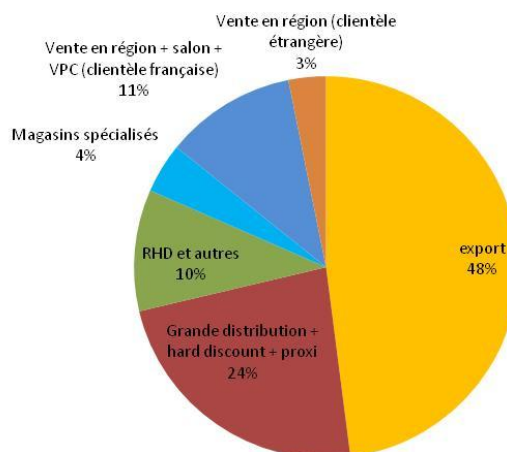
2 % des surfaces agricoles exploitées en Bourgogne

3 % du PIB de la Bourgogne

20 000 emplois directs

100 000 emplois indirects : verreries, tonnelleres etc.

Estimation de la répartition des ventes de vins de Bourgogne (mars 2011)



Sources : BIVB/Douanes/IRI/CHD/Equonoxe



Climats et lieux-dits

L'exception culturelle de la Bourgogne

Une brochure, une exposition itinérante, un temps fort autour de Vinexpo... En 2011, l'Interprofession des Vins de Bourgogne (BIVB) a décidé de centrer sa communication autour des Climats et lieux-dits de son vignoble.

La Bourgogne est la seule région viticole au monde à pouvoir légitimement revendiquer les notions de Climats et de lieux-dits, indissociables de ses terroirs, éléments fondateurs de la réputation de ses vins. Climats et lieux-dits sont l'expression même de la construction du vignoble bourguignon et de ses appellations. Ils ont fondé son histoire, ses paysages, son économie, ses savoir-faire...

■ Une brochure : « Du Terroir aux Climats »

Le Bureau Interprofessionnel des Vins de Bourgogne (BIVB) vient d'éditer cette nouvelle brochure pour permettre à chacun d'en apprendre plus sur ces notions passionnantes et uniques au monde.

Ce document, simple et pédagogique, présente les différents éléments qui font des Climats de Bourgogne un patrimoine précieux et exceptionnel : la diversité des sols, une météorologie particulière, 2000 ans d'histoire et des cépages qui ont trouvé ici leur plus riche expression.

Prochainement, un livret plus complet, réalisé par des experts et destiné aux amateurs avertis, sera téléchargeable sur le site Internet du BIVB. Il abordera plus en profondeur ces notions à travers l'histoire, la géologie ou encore les aspects climatiques.

La brochure « Du Terroir aux Climats » est disponible gratuitement, en français et en anglais, directement au BIVB ou sur la boutique en ligne du site de l'Interprofession : www.vins-bourgogne.fr.



■ Une exposition pédagogique et esthétique

Une exposition photos exceptionnelle a été mise en place par le BIVB depuis janvier à l'occasion des dégustations Terroirs et Signatures de Bourgogne (USA, Grande-Bretagne, Canada et Suède). Revisitée et complétée de petits films, elle est présentée en France pour la première fois à l'occasion de Vinexpo.

■ Les Climats du Vignoble de Bourgogne candidats au Patrimoine mondial de l'Unesco : la Bourgogne fait un nouveau pas vers la reconnaissance internationale

Le 8 avril 2011, près de 3 000 personnes sont venues témoigner de leur engagement en faveur de la candidature des Climats du vignoble de Bourgogne au patrimoine mondial de l'Unesco, à l'occasion de la Marche des Climats, spectacle son et lumière au milieu des vignes.

Des milliers de flambeaux avaient été disposés pour délimiter les Climats traversés par les marcheurs (13 km de parcelles entre Chambolle-Musigny et le Clos de Vougeot), tandis que des comédiens expliquaient, à leur manière, l'histoire du paysage viticole.

3 000 personnes, toutes générations confondues, ont adhéré à cette idée originale. Loin d'une marche triomphale, cette mobilisation populaire s'est déroulée dans une atmosphère bon-enfant, typique de l'esprit bourguignon.

Ce grand rendez-vous était proposé à l'occasion de la signature de la Charte territoriale, étape décisive dans la candidature qui engage officiellement toute la région dans une dynamique d'avenir. 53 personnalités ont signé cette Charte qui assurera la gestion du territoire dans le respect de sa Valeur Universelle Exceptionnelle.



Le 30 septembre prochain, l'ensemble des décideurs du territoire lancera officiellement le nouvel organe de gouvernance qui sera ensuite amené à gérer le site culturel des Climats de Bourgogne.

Associés aux villes de Dijon et Beaune, sièges historiques du pouvoir politique, économique et culturel, les Climats du Vignoble de Bourgogne postulent auprès de l'UNESCO afin de faire reconnaître leur Valeur Universelle Exceptionnelle. La candidature, officiellement lancée en 2007, pourrait se voir concrétisée dès juillet 2013, si la France décide de retenir le dossier Bourguignon en janvier 2012.

Pour soutenir la candidature des Climats du vignoble de Bourgogne,
rendez-vous sur www.climats-bourgogne.com



■ Qu'est-ce qu'un Climat ?

Le terme de « Climats » est typiquement bourguignon et fait référence à un usage ancestral. Il constitue la définition bourguignonne du terroir. Les « Climats » sont des parcelles de terre précisément délimitées, bénéficiant de conditions géologiques et climatiques spécifiques qui, combinées au travail des hommes et « traduits » par les deux grands cépages, Pinot Noir pour les vins rouges, et Chardonnay pour les vins blancs, ont donné naissance à une exceptionnelle mosaïque de crus hiérarchisés et mondialement réputés. On compte ainsi des milliers de Climats en Bourgogne.



Dès le 7^{ème} siècle, on reconnaît et on cite déjà certains crus fameux comme le « Clos de Bèze » à Gevrey. Pendant plusieurs siècles, la notoriété des vins de Bourgogne s'étend sous l'impulsion des moines de Cîteaux puis des Ducs de Bourgogne. Certains vins, désignés par le nom de leur Climat d'origine, acquièrent une réputation au-delà des frontières (Clos de Vougeot, Montrachet...). A partir de 1935, l'INAO officialise cet usage du terme « Climat » et l'utilise dans ses textes réglementaires pour l'ensemble des appellations bourguignonnes, quels que soient leurs niveaux hiérarchiques.

■ Et un lieu-dit ?



Le lieu-dit désigne, depuis la création du cadastre en France, un morceau de terrain dont le nom rappelle une particularité d'ordre topographique ou historique. Cependant, depuis longtemps, les termes Climats et lieux-dits se confondent dans l'usage bourguignon. Quelques différences apparaissent toutefois dans la réalité. Ainsi, on peut trouver plusieurs lieux-dits à l'intérieur d'un même Climat ou avoir un Climat qui ne reprend qu'une partie de lieu-dit.

■ Origine des noms de Climats

Si l'on compte en Bourgogne **684 Climats classés en Premiers Crus**, on en dénombre **plus de 1 200** à travers toute la Bourgogne et tous les niveaux d'appellation. Toutes ces parcelles de terre sont pourvues de noms provenant de diverses origines.

Dans un Climat, il y a de la géographie, de l'Histoire de France, de l'archéologie, du raisin, des traditions, de la géologie, des savoir-faire, des paysages, des villes, une généalogie, de la raison, de la passion, des gestes ancestraux, des cépages, des usages, de la météorologie, de l'œnologie, de la culture, de la viticulture, de la toponymie, de la biodiversité...

Origine des noms de Climats

Au conditionnement géographique

ex : Les Cras, Les Caillerets (coteaux pierreux), Les Epenots (relatif à la végétation épineuse), Le Montrachet (« mont chauve »)

Les dénominations peuvent avoir trait à différentes caractéristiques

À ce que l'Homme a créé

ex : Champs des Charmes, Aux Charmes (le mot Charmes désigne en Bourgogne d'anciens champs communs cultivés et retournés à la friche), aux Fourneaux, Derrière le Four (présence d'anciens fours à charbon)

À la vie des Hommes

ex : La Romanée (évocation de la proximité d'un ancien chemin supposé romain), Entre Deux Velles (Velle désignant les anciennes villas gallo-romaines devenues des villages), Les Meix (petit clos villageois ou meix)

Certaines dénominations sont difficiles à identifier ou demeurent non identifiées

Ex : Les Ecusseaux (relatif à la forme en écu de la parcelle ?), Les Corbins (parcelle appartenant à un dénommé Corbin ou envahie de corbeaux ?)



A la découverte des vins de Bourgogne

Perfectionnez vos connaissances grâce au module d'e-learning

Le Bureau Interprofessionnel des Vins de Bourgogne (BIVB) a lancé, fin 2010, sa nouvelle formation e-learning « **A la découverte des vins de Bourgogne** ».

« **A la découverte des vins de Bourgogne** » associe un format interactif (vidéos-témoignages, photos à 360°, films sur le vignoble, quizz) à un contenu riche en informations et très documenté pour que chaque professionnel, qu'il soit importateur, caviste ou bien encore sommelier, puisse approfondir ses connaissances.

Pour le développement de ce module e-learning, le BIVB s'est appuyé sur les expertises et compétences des vigneron bourguignons et de l'École des Vins de Bourgogne. Cette formation propose un éclairage approfondi sur les notions qui font l'essence de la Bourgogne : Terroirs, Climats, appellations, vinification, élevage...

« La formation e-learning a été un choix stratégique évident pour le BIVB, première interprofession viticole française à proposer ce format. Cette démarche s'inscrit dans la tradition de recherche constante d'excellence de notre région en proposant une réelle innovation dans la formation professionnelle dans le secteur viticole. La Bourgogne a fait le choix depuis de nombreuses années d'investir de manière significative dans l'accompagnement et la formation des publics professionnels : importateurs, sommeliers, cavistes, restaurateurs... Notre programme a pour vocation et ambition de les aider à découvrir toutes les facettes et la richesse de notre vignoble mais aussi de les aider à mieux répondre aux attentes des consommateurs finaux en les guidant dans leur apprentissage des vins de Bourgogne » explique Michel Baldassini, Président du BIVB.

Depuis 2008, le BIVB a ainsi entièrement repensé son programme de formation pour répondre précisément aux attentes des prescripteurs sur l'ensemble des marchés export du vignoble. La Bourgogne s'affirme ainsi comme l'une des régions les plus dynamiques sur ce domaine avec notamment 31 séminaires organisés dans 13 marchés et près de 2 000 professionnels formés au cours des deux dernières années. Le programme de formation Bourgognes couvre tous les niveaux : des Fondamentaux de la Bourgogne d'une durée de 2 heures, au séminaire d'une semaine, en Bourgogne, décernant le titre de Formateur officiel pour les Vins de Bourgogne, pour les plus experts.

■ 4 grandes thématiques

Le module e-learning *A la découverte des vins de Bourgogne* est articulé autour de 4 grandes thématiques :

- ▶ **A la rencontre des vins de Bourgogne** pour rafraîchir ou consolider ses connaissances sur les terroirs et les appellations de Bourgogne
- ▶ **365 jours en Bourgogne** pour découvrir le quotidien de la Bourgogne viticole
- ▶ **Déguster les vins de Bourgogne**
- ▶ **Conseiller et accompagner vos clients**, pour aider les professionnels à guider leurs clients dans l'offre riche des vins de Bourgogne

Déclinée à terme en 5 langues : français, anglais, chinois, japonais et coréen, la formation « **A la découverte des vins de Bourgogne** » est disponible en téléchargement sur le site du BIVB www.vins-bourgogne.fr et en format CD-ROM sur simple demande auprès du BIVB à l'adresse export@bivb.com.



Pour en savoir plus sur le programme de formation du BIVB

Le programme de formation du BIVB a pour vocation d'accompagner les professionnels dans leur découverte et apprentissage des vins de Bourgogne, et s'articule autour de plusieurs dispositifs :

Les **formations présentielles** sont organisées sous la forme de séminaires qui associent dégustation et théorie et sont déclinées autour de thématiques adaptées aux différents marchés et publics :

- ▶ Les Fondamentaux des vins de Bourgogne
- ▶ L'excellence des Appellations Régionales de Bourgogne
- ▶ Les Appellations Villages de Bourgogne
- ▶ Les Appellations méconnues de Bourgogne
- ▶ Les Climats de Bourgogne

Pour une plus grande interactivité, le BIVB a intégré dans ses formations des boîtiers de vote électronique qui, outre l'aspect ludique et interactif, permettent de mémoriser les informations et chiffres-clés de la Bourgogne viticole.

Le programme « *Formateurs officiels pour les Vins de Bourgogne* » a pour objectif de détecter et former les ambassadeurs des vins de Bourgogne aux 4 coins du monde. La formation consiste en une semaine intensive de cours théoriques, dégustations et visites découvertes en Bourgogne, sanctionnée par un examen écrit et oral qui conditionne l'obtention du titre de Formateur officiel. Les Formateurs officiels sont les représentants de la Bourgogne dans leurs marchés et forment autant des publics professionnels que consommateurs amateurs éclairés. En 3 ans, 40 personnes ont reçu ce précieux sésame (5 en France et 35 à l'étranger).



Enfin, le BIVB a conçu et développé à l'attention de l'ensemble des vignerons la « **Formation Vins de Bourgogne** » que ces derniers peuvent utiliser pour toutes leurs présentations et sessions d'information sur leur entreprise.

Une version spécifique et sur-mesure de la « **Formation Vins de Bourgogne** » a été développée en parallèle pour les prescripteurs (importateurs, agents, cavistes) pour animer leurs sessions d'information et de découverte à l'attention de leurs clients et prospects.



Oenotourisme

La Bourgogne en pleine effervescence !

Le tourisme viti-vinicole n'a pas attendu de devenir une mode pour se développer en Bourgogne. Mais il existait de façon empirique, naturelle... Aujourd'hui, la démarche a changé. Les initiatives spontanées ont fait place à beaucoup plus de professionnalisme. Il s'agit moins, désormais, d'une occupation sporadique. Le tourisme viticole devient un véritable métier que les vignerons ajoutent à leur palette de compétences.

Le Bureau Interprofessionnel des Vins de Bourgogne (BIVB) encourage tous les projets, privés ou collectifs, visant à développer et améliorer l'accueil au cœur de son vignoble. Il assure lui-même la promotion à travers divers guides, comme Bourgognes en Fête et la Carte de la Route des Vins de Bourgogne, ou le développement d'applications pour smartphones, comme Vins et Tourisme en Bourgogne (Proxima Mobile), qui associe de nombreux partenaires sur le territoire. Découvrir la Bourgogne est aujourd'hui facile. Préparer votre séjour l'est encore plus, grâce aux nombreuses innovations de ces dernières années.

■ Proxima Mobile Bourgogne : à la découverte du vignoble, portable en main

L'application Proxima Mobile Bourgogne « Vins et Tourisme en Bourgogne » est destinée aux smartphones (iPhone, Android...). Elle fonctionne par géo localisation. Grâce à elle, les touristes ont la possibilité d'obtenir toutes les informations concernant les appellations traversées (cartes, chiffres, descriptifs, etc) quand ils se promènent dans le vignoble. Ils trouvent également des données sur les producteurs (contacts, horaires d'ouverture, vins commercialisés, etc), les hôtels et restaurants à proximité et les fêtes viticoles du moment.

Gratuite, elle est téléchargeable sur Applestore pour les iPhone, sous le nom « Vins et Tourisme en Bourgogne ». Pour les Android, elle est accessible via le site www.vins-tourisme-bourgogne.com. Elle sera déclinée en anglais au second semestre 2011.

Réalisée avec le soutien du Secrétariat d'État chargé de la Prospective et du Développement de l'économie numérique et du Conseil régional de Bourgogne, la création de cette application est le fruit d'un partenariat public et privé qui rassemble : la Chambre régionale de Commerce et d'Industrie de Bourgogne et son agence NTIC, Bourgogne Tourisme, le Bureau Interprofessionnel des Vins de Bourgogne, le Conseil régional de Bourgogne et Réseau Concept, SSII régionale leader de l'e-Tourisme depuis 15 ans. Les principaux acteurs de la filière oenotouristique de Bourgogne (viticulteurs, coopératives, négociants, hôteliers, restaurateurs, ...) sont également impliqués.



© Photo : BIVB

■ Label « Vignobles et Découvertes » : trois sites au top !

Le nouveau label national « Vignobles et Découvertes » a été décerné, en octobre 2010, aux trois projets bourguignons « Côte et Hautes-Côtes de Beaune : autour de la Colline du Montrachet » ; « Côte et Hautes-Côtes de Beaune : autour de la Colline de Corton » et « Dijon - Côte de Nuits ». Un sans faute qui démontre le dynamisme et l'implication des acteurs de la filière vin et de la filière tourisme en Bourgogne.

Ce label, créé en 2010 par le Secrétariat d'État chargé du Tourisme, a pour double enjeu :

- ▶ de démultiplier l'efficacité touristique des destinations viticoles par une meilleure mise en valeur de leurs richesses à travers la mise en réseau de leurs acteurs
- ▶ de développer l'image, la notoriété et les ventes pour tous les acteurs de la filière du tourisme viticole

Les projets présentés devaient fédérer une sélection de prestations qualitatives et complémentaires comprenant : de l'hébergement, de la restauration, des caves ouvertes au public, des activités de découverte de sites patrimoniaux (culturels, naturels ou relatifs à la découverte de savoir-faire), un ou plusieurs offices de tourisme et une à plusieurs structures réceptives proposant des journées ou séjours de découverte autour du vin.



Les deux premiers dossiers (« Autour de la Colline du Montrachet » et « Autour de la Colline de Corton ») ont été portés par la Chambre de Commerce et d'Industrie de Beaune accompagnée par les principaux acteurs impliqués dans cette filière : Côte-d'Or Tourisme, le Bureau Interprofessionnel des Vins de Bourgogne (BIVB), Bourgogne Tourisme et Clos Mosaïc. La troisième candidature (« Dijon - Côte de Nuits ») est, quant à elle, soutenue par l'Office de Tourisme de Dijon accompagné par le BIVB et les offices de tourisme du Pays de Nuits-Saint-Georges, de Gevrey-Chambertin et de Marsannay-la-Côte.

Les trois territoires bourguignons retenus réunissent 250 offres labellisées !

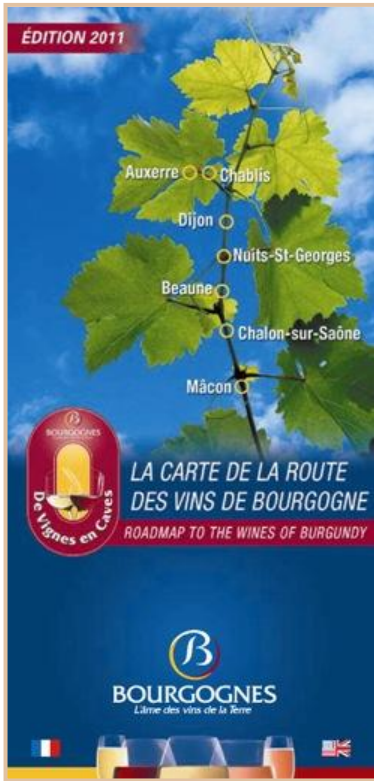
Dès cette année, les prestataires labellisés sont identifiables sur la Carte de la Route des Vins de Bourgogne. On peut également les reconnaître grâce à la plaque qui leur a été remise et qui reprend le logo :



Deux autres territoires s'organisent d'ores et déjà pour obtenir à leur tour ce label :

- ▶ Chablis et les 20 communes qui composent son vignoble
- ▶ La Côte Chalonnaise

■ Charte d'accueil « De Vignes en Caves » : où et quand déguster chez les vigneron ?



311 Domaines ou Maisons (contre 273 pour l'édition 2010) ont décidé d'adhérer à la charte d'accueil « De Vignes en Caves » en 2011. Créée il y a 20 ans par le Bureau Interprofessionnel des Vins de Bourgogne (BIVB), cette charte engage les signataires à recevoir les particuliers dans de bonnes conditions.

Pour faciliter votre séjour, ils sont tous réunis dans un document pratique à emmener partout avec soi : la « Carte de la Route des Vins de Bourgogne ». Outre les références de ces producteurs, la carte recense également les sites remarquables, itinéraires, etc.

Pour la première fois, les offres labellisées « Vignobles et Découvertes » présentes dans ce document sont identifiées à l'aide du logo.



Parallèlement, et de manière complémentaire, le BIVB vous propose « Bourgognes en Fête 2011 ». La « bible » des fêtes vinicoles en Bourgogne (une centaine) énumère les événements qu'il ne faut pas manquer cette année. Document bilingue français-anglais.

Ces deux documents sont disponibles auprès du BIVB et des prescripteurs touristiques : offices de tourisme, syndicats d'initiative, comités régional et départemental du tourisme, hôtels et campings.

Les internautes peuvent les retrouver directement (à télécharger ou sous forme de base de données) sur le site <http://tourisme.vins-bourgogne.fr>.





La diversité des vins de Bourgogne *accessible à tous grâce au multimédia*

Depuis la création de son premier site en 1998, le Bureau Interprofessionnel des Vins de Bourgogne (BIVB) a démultiplié sa présence sur Internet, afin de rendre accessibles aux différents publics toute la richesse et la diversité des vins de Bourgogne.

Petit vignoble par sa taille (3 % du vignoble français soit 0,5 % du vignoble mondial), la Bourgogne jouit d'une renommée internationale et exporte ses vins dans plus de 130 pays. Prescripteurs et consommateurs du monde entier attendent des informations, des conseils, des nouvelles sur les vins de Bourgogne.

Le BIVB dispose aujourd'hui de très nombreux sites ou espaces différents pour répondre à ces attentes diverses.

■ **www.vins-bourgogne.fr : un nouveau visage pour le portail officiel des vins de Bourgogne**

Plus dynamique, plus riche et plus lisible ! Le Bureau Interprofessionnel des Vins de Bourgogne (BIVB) vient d'offrir une nouvelle jeunesse au site officiel des vins de Bourgogne. Dès la page d'accueil, entièrement repensée, les internautes sont invités à percer les mystères des vins de Bourgogne. Un choix de couleurs chaudes et sombres incite à entrer dans le secret des caves pour partir à la découverte des vins, partager des moments d'émotions, de saveurs raffinées avec ceux qui les font vivre.

Les informations sont hiérarchisées pour gagner en lisibilité. Le choix du colonage et des contenus offre un aspect « magazine », plus en phase avec les modes de lecture actuels. Outre l'actualité, l'accent est également mis sur l'information pratique. Ainsi, la colonne de droite est une invitation vers les différents espaces dédiés : liste des vigneron et maisons de Bourgogne, accès à la boutique, à l'École des Vins de Bourgogne, etc.

Soucieux de limiter l'usage du papier, le BIVB rend toutes ses brochures accessibles et téléchargeables à partir de la « Bibliothèque de documentation » en ligne.

Sur le site des vins de Bourgogne, de nombreux autres services peuvent être un plus pour les amateurs ou les professionnels, comme par exemple le module d'accords mets et vins. Celui-ci permet notamment, en fonction du menu prévu, de choisir la bouteille la mieux appropriée (et inversement). Un incontournable pour aider les clients indécis ou pour valoriser une bouteille qui sommeille dans la cave familiale !

Ce portail est disponible en français et en anglais, mais il donne également accès à 8 mini-sites en langues étrangères (allemand, japonais, chinois, suédois, coréen, russe, danois et norvégien).

Depuis n'importe quel smartphone, quel que soit le lieu où l'on se trouve, l'application **www.mobi.vins-bourgogne.fr** prolonge l'expérience grâce à une navigation simple et intuitive... L'internaute mobile peut y bénéficier d'informations en anglais et en français sur la Bourgogne, ses hommes, ses savoir-faire, ses vins etc.

Ce site mobile est également accessible en flashant un QR code dorénavant inscrit sur toutes les nouvelles éditions du BIVB.



■ Le Site Pro : un espace dédié aux prescripteurs

L'Espace Pro, accessible depuis le portail des vins de Bourgogne www.vins-bourgogne.fr, a été conçu pour répondre aux demandes des prescripteurs du monde entier. Cavistes, restaurateurs, importateurs, vendeurs... y trouvent des informations pensées pour eux, afin de faciliter leur approche des vins de Bourgogne.

Outre la newsletter Bourgognes International, les prescripteurs retrouvent ici les rendez-vous que leur réserve le Bureau Interprofessionnel des Vins de Bourgogne (BIVB) comme les dégustations ou formations en France et à l'International.

La rubrique « **BIVB à votre service** » propose tous les derniers documents mis en ligne, disponibles de façon numérique ou sur commande.

Les posters, brochures ou autres objets utiles aux couleurs des vins de Bourgogne (tabliers, stop-gouttes, tire-bouchons...) sont faciles à commander sur la « **Boutique prescripteurs** », à un tarif privilégié.



Enfin, depuis le début de l'année, un module de formation autonome sur les vins de Bourgogne (e-learning) est téléchargeable depuis la page d'accueil du site pro. « A la découverte des vins de Bourgogne », propose aux prescripteurs un format interactif ludique (film, photos à 360°, quizz...) à un contenu riche en information et très documenté. Chaque professionnel peut ainsi accroître ses connaissances. C'est également une opportunité simple et gratuite de former un tout nouveau collaborateur !

■ De très nombreuses informations dédiées au tourisme viticole

L'arme pour réussir son séjour d'oenophile a un nom, ou plutôt une adresse Internet : <http://tourisme.vins-bourgogne.fr> ! Créé il y a 5 ans, ce **moteur de recherche dédié au tourisme viticole** vient d'être entièrement revu. Enrichi de plusieurs rubriques, il est devenu un site à part entière. En voiture, en vélo ou même à pied, pour déguster, visiter, faire la fête... : grâce à ce site, il est impossible de passer à côté des richesses (oeno)touristiques de la Bourgogne.

Par une double entrée, les internautes sont invités à « Déguster », « Découvrir », « Apprendre » et « Séjourner » en Bourgogne. Ils peuvent aussi rechercher directement un producteur à l'aide de la rubrique « Contacter les producteurs ». Les informations défilent en page d'accueil et incitent à aller plus loin ou à en savoir plus.

Une interface pratique et conviviale regroupe toutes les adresses pour réussir son voyage autour des vins de Bourgogne. Ce site est traduit en anglais et allemand.

Version nomade du portail dédié à l'oenotourisme, l'application Proxima Mobile Bourgogne « Vins et Tourisme en Bourgogne » est destinée aux smartphones (iPhone, Android...). Elle fonctionne par géo-localisation. Grâce à elle, les touristes ont la possibilité d'obtenir toutes les informations concernant les appellations traversées (cartes, chiffres, descriptifs, etc) quand ils se promènent dans le vignoble. Ils trouvent également des données sur les producteurs (contacts, horaires d'ouverture, vins commercialisés, etc), les hôtels et restaurants à proximité et les fêtes viticoles du moment.

Gratuite, elle est téléchargeable sur Appstore pour les iPhone, sous le nom « Vins et Tourisme en Bourgogne ». Pour les Android, elle est accessible via le site www.vins-tourisme-bourgogne.com. Elle sera déclinée en anglais au second semestre 2011.



■ Une salle de presse en ligne pour suivre toute l'actualité du vignoble

L'actualité est riche en Bourgogne, qu'elle concerne l'Interprofession, les appellations ou les entreprises. La salle de presse en ligne du site www.vins-bourgogne.fr permet simplement, de trouver les derniers communiqués (millésimes, dossiers économiques sur les principaux marchés des vins de Bourgogne, résultats des concours...) ou dossiers de presse publiés, tout autant que les événements à venir.

De très nombreuses photos libres de droits sont également disponibles sur simple demande. Elles couvrent des sujets aussi variés que les vendanges, la vinification, les paysages viticoles, l'oenotourisme, les accords mets et vins ou les occasions de consommation.

Enfin, vous pouvez également retrouver le dernier numéro et les archives de la lettre d'information En Direct envoyée chaque mois à la presse.

Cet outil est disponible en anglais et français.





11^{ème} édition des Grands Jours de Bourgogne

Rendez-vous du 19 au 23 mars 2012

Créés en 1992, les Grands Jours de Bourgogne se déroulent tous les deux ans en mars et ont la particularité de donner rendez-vous aux prescripteurs et journalistes du monde entier, non pas dans une salle immense et impersonnelle, mais au cœur du vignoble. Pendant une semaine, ils sont invités à parcourir la Bourgogne, au fil des dégustations, de Chablis à la Côte Chalonnaise (pour des raisons pratiques, les vins du Mâconnais donnent rendez-vous à Beaune pour une journée spéciale), en passant par la Côte de Beaune et la Côte de Nuits.

Cette formule plaît, tout autant que la possibilité de découvrir plus de 10 000 vins et de rencontrer plus de 1 000 vignerons. Cet ensemble assure le succès des Grands Jours de Bourgogne.

L'édition de 2010 a confirmé ce large plébiscite avec une hausse de fréquentation de 10 %, dont 40 % de nouveaux inscrits par rapport à 2008. Universels, les Grands Jours de Bourgogne ont accueilli des visiteurs venus de 40 pays différents, dont 10 nouveaux !



■ Un accueil toujours plus qualitatif

Comme pour chaque édition, les organisateurs des Grands Jours de Bourgogne vont tout mettre en œuvre pour améliorer encore les différents paramètres de l'organisation afin de faciliter les déplacements, les accès aux sites, la recherche d'informations...

■ [Le site www.grands-jours-bourgogne.com](http://www.grands-jours-bourgogne.com) : mobile, pratique et rapide

Ce précieux site permet au futur visiteur de découvrir le concept des Grands Jours de Bourgogne, mais aussi de s'inscrire facilement et de préparer son prochain séjour.

S'il présente pour le moment le bilan de la dernière édition, dès la fin de cette année, prescripteurs et journalistes seront invités à y consulter le programme de la 11^{ème} édition, notamment la liste exhaustive des exposants (début 2012), et à s'inscrire pour les dégustations qui seront proposées du 19 au 23 mars prochain.

Nouveau : conformément aux engagements du Plan « Bourgognes Amplitude 2015 », une version mobile du site est en cours de développement, afin de limiter les impressions de catalogues. Pratique, elle permettra aux détenteurs de smartphones de préparer leur programme en amont, tout autant que de le consulter sur place.

■ Un réseau de navettes toujours plus fluide

Mises en place depuis 2006, les navettes ont tout de suite trouvé leur public et il est vite apparu évident que leur réseau devait être étoffé pour satisfaire les invités. Leur nombre, multiplié en 2010, a donné satisfaction aux nombreux utilisateurs en permettant un accès plus rapide d'un site de dégustation à l'autre. Leur quadrillage sera encore amélioré en 2012, pour accroître le nombre de bénéficiaires, tout en limitant l'impact écologique de la manifestation.

■ Un carnet de dégustation unique par jour

Inauguré en 2010, le carnet de dégustation UNIQUE pour chaque journée sera renouvelé en 2012. Il a le double avantage de simplifier le travail des journalistes et des prescripteurs tout en allégeant leurs bagages.

■ La salle de presse : confortable et pratique

Devenue incontournable, la salle de presse vous fera une nouvelle fois bénéficier de ses différents services (accès à internet, ordinateurs, téléphones, presse locale et nationale...) et de son confort.

Un lieu par jour qui permettra à chaque membre de la presse de profiter d'une pause ou de boucler ses articles pour les envoyer plus rapidement !



Journalistes, participez au Trophée de la Presse des Grands Jours de Bourgogne !

Tous les deux ans à l'occasion des Grands Jours de Bourgogne, **un jury de professionnels bourguignons salue le travail d'un journaliste** en lui décernant le Trophée des Grands Jours de Bourgogne. Pour la prochaine édition, un ou plusieurs membres de la presse seront invités à présider ce jury et à donner leur voix à un lauréat.

- ▶ Pour concourir, il suffit de nous adresser, **jusqu'au 31 janvier 2012**, l'un de vos reportages sur les vins de Bourgogne (dans leur ensemble ou à travers une ou plusieurs appellations), présentés de façon pédagogique. **IMPORTANT** : pour le Trophée 2012, l'article ou le reportage doit avoir été publié/diffusé entre avril 2010 et fin janvier 2012.
- ▶ Dossier d'inscription et règlement prochainement disponibles.



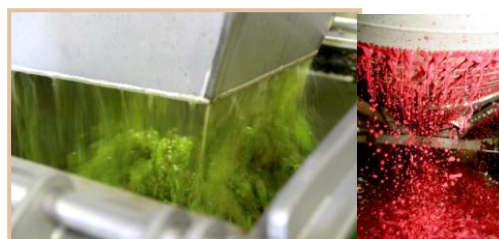
Le Pôle Technique et Qualité du BIVB *Deux évènements techniques et scientifiques au programme de l'hiver*

Le Bureau Interprofessionnel des Vins de Bourgogne (BIVB) a, parmi ses missions principales, celle d'être au service des viticulteurs et producteurs de vins de Bourgogne, en particulier du point de vue technique, comme il l'a réaffirmé à l'occasion de la mise en place de son Plan « Bourgognes Amplitude 2015 ». Depuis ses origines, le BIVB soutient et participe activement à la recherche et à l'expérimentation, afin d'améliorer toujours la qualité des vins de Bourgogne.

Ainsi, il investit chaque année un budget de plus de **1 million d'euros** et participe à près de **50 programmes de recherche et d'expérimentation**.

Toutes les références acquises sont ensuite transmises aux professionnels bourguignons, tout l'enjeu étant de leur permettre de s'approprier et de mettre en œuvre les techniques et solutions développées.

Dans ce cadre, le Pôle Technique et Qualité du BIVB a décidé de mettre en place des rendez-vous réguliers avec le monde de la recherche, de l'expérimentation et les prestataires de la filière, afin que ses professionnels puissent bénéficier des dernières innovations. Ces rencontres visent à permettre aux vignerons et vinificateurs de comprendre et mettre en place les nouvelles techniques grâce à l'échange et au partage d'expériences. Les prochains mois seront ponctués de deux temps forts, en novembre 2011 et janvier 2012.



■ 3 novembre 2011 :

Vinosciences en Bourgogne, une journée dédiée au Goût du vin

Le 3 novembre 2011, les équipes de l'université de Bourgogne, du Centre des Sciences du Goût et de l'Alimentation (INRA Dijon) et les experts d'autres régions viendront exposer leurs travaux et se mettre à l'écoute du terrain, autour d'une thématique forte : Le goût du vin : hier, aujourd'hui et demain. Antoine Gerbelle, journaliste à la Revue des Vins de France sera le parrain de cette grande première.

Les itinéraires de vinification et l'œnologie progressent continuellement en suivant les évolutions des marchés et le goût des consommateurs. Comment concilier l'aspect technique et les contraintes de la production de grands vins avec les attentes des consommateurs ?

La matinée se déroulera en deux temps. Elle commencera par une série de 6 mini-conférences expliquant l'évolution du goût du vin à travers le temps. Géologues, historiens, sociologues, équipes de recherche vigne et vin apporteront chacun leur éclairage pour une approche globale du sujet.

Une table ronde dédiée aux « vins à forte personnalité », problématique éminemment complexe, réunira ensuite tous les acteurs de la filière. Le vin n'étant pas seulement un sujet technique et scientifique, cavistes, journalistes, restaurateurs et acheteurs pourront enrichir les échanges de leurs témoignages et faire partager leurs expériences aux professionnels et scientifiques présents.

L'après-midi sera consacrée à des ateliers ludo-techniques permettant aux professionnels d'appréhender, de manière concrète, ce que peut leur apporter la recherche. Ce sera également l'occasion pour les vignerons d'échanger directement avec les chercheurs et de leur poser toutes leurs questions.

Cette journée permettra à ces deux mondes liés par l'Interprofession de communiquer et d'échanger. Si elle ne peut être exhaustive, elle constituera une vraie passerelle entre la recherche et le terrain.

■ **Janvier 2012 :**

2^{èmes} Grands Rendez-Vous Techniques de Bourgogne : l'élevage du vin

Complexe, chaque nouvelle acquisition technique implique tous les acteurs de la filière : depuis la recherche fondamentale en amont jusqu'aux revendeurs de matériels et de prestations en aval, en passant par la recherche appliquée, l'expérimentation, le transfert et la communication.

Initiés en juillet 2010, les Grands Rendez-Vous Techniques de Bourgogne relèvent le défi de réunir, sur deux jours et en un lieu unique, des chercheurs, des expérimentateurs, des vendeurs de matériels et des prestataires de service, afin de leur faire rencontrer vignerons et vinificateurs bourguignons. Pour cette deuxième édition, 11 et 12 janvier 2012 seront consacrés à un thème majeur : l'élevage du vin.

Rythmées par des interventions, des tables rondes, des démonstrations et des visites de stands, ces deux journées constituent le rendez-vous technique indispensable à la Bourgogne.

Désormais, ces deux événements, réservés aux professionnels, seront proposés en alternance par le BIVB : Vinosciences en Bourgogne en année impaire et les Grands Rendez-Vous Techniques de Bourgogne l'année suivante.





L'École des Vins de Bourgogne

des formations ludo-pédagogiques et professionnelles pour tous !

Depuis 35 ans, l'École des Vins de Bourgogne anime des formations et des séjours œnologiques pour un très large public constitué d'amateurs, de prescripteurs et de professionnels du vin des 4 coins du monde. Elle doit sa longévité à sa capacité d'adaptation qui lui permet, notamment, de répondre rapidement aux nouvelles demandes. Celles-ci viennent aujourd'hui de pays du sud-est asiatique et de la Chine.

Pour satisfaire la demande de ses différentes clientèles, l'École des Vins de Bourgogne propose une gamme diversifiée de formations en français et dans plusieurs langues étrangères, en Bourgogne, en France ou à l'étranger.

■ Une école ouverte à tous

Associer le plaisir des sens à celui de la connaissance, telle est la philosophie de l'École des Vins de Bourgogne !

Depuis 1974, cette formule a séduit des milliers de personnes, néophytes, amateurs et professionnels du vin du monde entier. En effet, les formations de l'École des Vins de Bourgogne sont ouvertes et accessibles à tous.

Les formations s'adressent aussi bien au consommateur néophyte, qui souhaite découvrir en quelques heures les grandes caractéristiques de la Bourgogne viticole et de ses vins, qu'au vigneron bourguignon qui cherche à améliorer ses performances en dégustation, sans oublier les prescripteurs du vin qui éprouvent le besoin d'actualiser leurs connaissances sur la richesse et la diversité des vins et terroirs de Bourgogne.

Pour répondre à ces besoins multiples, l'École des Vins de Bourgogne propose à son catalogue 16 formations, de 2h30 à 5 jours, auxquelles il faut ajouter les **prestations sur mesure** conçues pour des groupes constitués (voir le dernier paragraphe).

Les formations pour les prescripteurs peuvent être prises en charge par le BIVB, dans le cadre de ses budgets de promotion. Les formations et séjours grand public font l'objet d'une tarification adaptée à la durée et au contenu des prestations. Chaque année, l'École des Vins de Bourgogne accueille près de 3 000 personnes.



■ Oenotourisme : Offre de séjours pour groupes constitués

Disposant à la fois d'un **agrément pour la formation continue** et d'une **Licence de voyage**, l'Ecole des Vins de Bourgogne répond de plus en plus fréquemment aux demandes des clubs œnologiques, comités d'entreprise, associations, organisateurs de colloques ou de séminaires professionnels... qui recherchent des formules originales, authentiques et sur-mesure pour des groupes constitués (de 6 à 45 personnes).

Ces prestations sont souvent conçues sur la base de programmes existants et déjà testés avec succès depuis de nombreuses années : *Conférence-dégustation, Journée découverte, Week-end découverte*. Mais il est également possible de construire un programme unique, incluant les prestations souhaitées par le client.

■ L'outil de formation de l'Interprofession

Créée en 1974 par l'Interprofession des Vins de Bourgogne (BIVB), l'Ecole des Vins de Bourgogne en est aujourd'hui une filiale. A ce titre, elle anime, à sa demande, de nombreuses prestations pour les prescripteurs français et étrangers : cavistes, restaurateurs, sommeliers, élèves et professeurs d'écoles hôtelières, responsables du rayon vin de la distribution moderne...

Grâce à ses moyens logistiques, à ses outils pédagogiques et à la passion de son équipe de formateurs, l'Ecole des Vins de Bourgogne (qui fait noter ses prestations par les participants) a obtenu, en 2010, la note de 17,9/20.

Afin de démultiplier les formations en France et à l'étranger, le BIVB a lancé, depuis 2009, le réseau des « Formateurs officiels des vins de Bourgogne ». Cette démarche ambitieuse a pour but de constituer un réseau de formateurs compétents et motivés qui organiseront sur leur territoire, des formations à destination du grand public ou des prescripteurs sur les vins de Bourgogne.

Les candidats sont sélectionnés à partir d'un cahier des charges strict portant sur leurs compétences et aptitudes pédagogiques et par rapport aux résultats d'un questionnaire sur les vins de Bourgogne effectué au téléphone.

L'accréditation « Formateur officiel des vins de Bourgogne » s'obtient alors suite à une semaine de cours intensifs en Bourgogne, sanctionnée par un contrôle des connaissances d'un niveau élevé. Les lauréats reçoivent un diplôme et une lettre d'accréditation signés par le BIVB et l'Ecole des Vins de Bourgogne.

Aujourd'hui, près d'une quarantaine de personnes ont été accréditées. Autant d'ambassadeurs compétents et motivés qui contribuent au développement de la notoriété et de l'image des vins de Bourgogne aux quatre coins du monde.



Ecole des vins de Bourgogne
6, rue du 16^{ème} Chasseurs
21 200 – BEAUNE

Tél : 03 80 26 35 10 – ecoledesvins@bivb.com
www.ecoledesvins-bourgogne.com

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

3^{ème} édition en 2011 de « Dégustez la Bourgogne » : un « deal gagnant-gagnant » entre restaurateurs et viticulteurs

Impensable en Bourgogne, terre de bons vivants, de dissocier un bon plat d'un bon vin ! Forts de ce constat, des restaurateurs et des viticulteurs bourguignons se sont à nouveau associés, sous l'égide de Bourgogne Tourisme et avec le soutien du Bureau Interprofessionnel des Vins de Bourgogne (B.I.V.B.), pour reconduire cet été une opération initiée en 2009 sous l'accroche « Dégustez la Bourgogne ».

L'opération 2011 reprend - en le développant - le concept lancé en 2010 qui s'appuie en fait sur 2 formules : « *De Tables en Caves* », et « *De Caves en Tables* ». Le principe de chaque formule est simple et repose sur la complémentarité et le renforcement des liens entre le monde du vin et celui de la restauration.

- Dans le cadre de la formule « *De Tables en Caves* », 50 restaurateurs (contre 32 en 2010) participant à l'opération, répartis sur l'ensemble du territoire bourguignon et tous membres des réseaux « *Logis de Bourgogne* », « *Restaurateurs de France* » et « *Châteaux-Hôtels Collection* », proposent à leurs clients une sélection de 3 vins produits par 111 viticulteurs bourguignons (contre 79 en 2010), de préférence des domaines signataires de la charte de qualité « *De Vignes en Caves* », ou en tous cas largement ouverts à la visite. Les coordonnées des viticulteurs figurent sur un flyer remis aux clients qui peuvent ainsi se rendre directement chez les producteurs pour acheter les vins qu'ils auront dégustés au restaurant. Comme en 2010, les vins proposés dans les restaurants pourront être achetés soit au verre (de 8 cl), soit en forfait de 3 verres, et un concours récompensera le personnel de salle qui aura réalisé les meilleures ventes.

- La formule « *De Caves en Tables* », lancée en 2010, repose sur le principe inverse. Les 130 viticulteurs concernés par l'opération (contre 18 en 2010) recommandent à leurs visiteurs une sélection de 3 restaurants sur la carte desquels leurs vins sont inscrits. Là aussi, les coordonnées de ces 226 restaurants (contre 35 en 2010) sont mentionnés sur un flyer disponible dans la cave. Les viticulteurs permettent ainsi à leurs visiteurs de découvrir les spécialités régionales et les plats qui s'accorderont au mieux avec les vins goûtés et achetés au domaine.

Parmi les nouveautés 2011, il faut noter l'accroissement très sensible du nombre de restaurateurs et de viticulteurs participant à l'opération.

Un accroissement dû bien sûr au succès de l'opération 2010, mais aussi à la nouvelle participation de « Châteaux-Hôtels Collection » et au fait que « *Dégustez la Bourgogne* » concerne désormais la presque totalité des vignobles bourguignons, et non plus seulement la Route des Grands Vins en Côte chalonaise.

2011 verra par ailleurs l'organisation d'un **jeu-concours** destiné aux clients et dont l'analyse permettra de mieux évaluer l'efficacité et les retombées de l'opération. Et – nouvelles technologies obligent – les flyers disponibles auprès des viticulteurs et des restaurateurs porteront cette année un **flashcode** permettant de télécharger gratuitement sur les smartphones l'application Proxima Mobile qui donne accès à toutes les informations concernant les appellations, les producteurs, les restaurants, les hébergements et les fêtes viticoles dans l'ensemble des vignobles bourguignons. Cette application est à télécharger sur le site www.vins-tourisme-bourgogne.com.

La 3^{ème} édition de l'opération « *Dégustez la Bourgogne* », traduction concrète du développement de l'œno-tourisme dans notre région, se déroulera du **20 juin au 20 septembre 2011**.

Pour plus d'informations :
www.bourgogne-tourisme.com
(liste des restaurateurs et des viticulteurs participant à l'opération)
www.vins-bourgogne.fr



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

