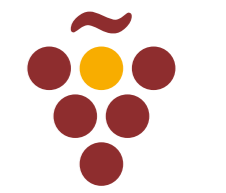


RÉCIT COMMUN DU VIN ESPAGNOL



RÉCIT
COMMUN
DU
VIN
ESPAGNOL



Interprofesional del
VINO
DE ESPAÑA

Indice

- 06** Préface
- 08** Introduction
Plan stratégique de l'OIVE / 08
- 12** Importance du vin en Espagne
- 14** ¿Pourquoi un récit commun sur le vin espagnol?
Le récit commun : un outil de valorisation / 14
MARKETING TIP (création de la marque) / 15
- 16** Argumentaire du vin espagnol
QUALITÉ / 18
DIVERSITÉ / 20
HISTOIRE / 22
ART DE VIVRE / 23
DURABILITÉ / 26
- 28** Communication de l'argumentaire
- 32** Participants et remerciements

Préface

Ce document **s'adresse à tous les acteurs impliqués dans la production, la commercialisation et la communication du secteur espagnol du vin**. Il a pour objectif d'élaborer un récit cohérent basé sur les attributs, les qualités distinctives et les valeurs du secteur vitivinicole espagnol. L'objectif est qu'il devienne une **source d'inspiration** pour les initiatives développées par les acteurs de la chaîne de valeur du vin sur les marchés internationaux, afin de concevoir ensemble l'image valorisante de l'Espagne comme un producteur de vin différencié. Chacun d'entre nous, ainsi que les bouteilles de vin que nous exportons dans 189 pays à travers le monde, sommes les meilleurs ambassadeurs de la marque 'vin d'Espagne'

Pour ce faire, nous commencerons par résumer les raisons pour lesquelles ce récit commun est nécessaire, en expliquant où et comment il s'intègre dans le plan stratégique

sectoriel porté par l'Organisation Interprofessionnelle du Vin d'Espagne (OIVE), ainsi que l'importance du secteur vitivinicole dans l'économie et la société de notre pays. Ensuite, les attributs du vin espagnol seront énumérés, puis sur cette base un discours commun sera construit.

Enfin, les doutes les plus fréquents seront clarifiés, puis un ensemble d'outils sera proposé afin de maximiser l'utilisation pratique de ce récit.

Nous remercions, bien sûr, les membres du groupe de travail créé à cet effet, au sein de la Table pour la gastronomie, pour leurs conseils et les efforts déployés, ainsi que les organisations membres de l'OIVE et l'ICEX (Food and Wines from Spain), pour leur aide essentielle dans la promotion de ce projet.



Chacun d'entre nous, ainsi que les bouteilles de vin que nous exportons dans 189 pays à travers le monde,

**sommes les
meilleurs
ambassadeurs de
la marque 'vin
d'Espagne'**



Plan stratégique du secteur vitivinicole espagnol

En juillet 2022, sous les auspices de l'OIVE, le Plan Stratégique du secteur vitivinicole espagnol 2022-2027 a été présenté. Le document est le résultat d'un processus exhaustif de recherche et d'analyse, qui a bénéficié de la participation et du consensus de tous les acteurs du secteur. L'élaboration de ce plan

définit la mission et la vision du secteur vitivinicole espagnol et, pour y parvenir, cinq axes principaux d'action centrés sur l'amélioration de l'image et du fonctionnement du secteur, ainsi que sur **l'augmentation de la valeur de nos produits sur les marchés.**

La vision



Positionner l'Espagne comme une référence vitivinicole de valeur nationale et internationale, basée sur ses qualités uniques et distinctives : **qualité, diversité, histoire, tradition, durabilité et modernité**

Mission



Défendre, promouvoir et assurer la connaissance, l'image et la qualité du produit vitivinicole espagnol pour les consommateurs nationaux et internationaux.



Positionner l'Espagne comme une référence vitivinicole mondiale en termes de durabilité dans tous les domaines : environnemental, social, économique, historique, culturel et paysager.



Générer de la valeur et de la rentabilité, principalement sur les marchés internationaux, en s'appuyant sur les attributs différenciants, tout en assurant leur répartition équitable et durable tout au long de la chaîne.



Faciliter le développement, la transmission de l'innovation et la digitalisation, en attirant et en retenant les meilleurs talents pour assurer l'avenir du secteur.



Sensibiliser la société et les consommateurs au vin espagnol en tant que lien avec le développement territorial, social et économique, ainsi qu'en tant qu'élément indissociable de notre histoire, de la culture méditerranéenne, d'un mode de vie sain et d'une consommation modérée et responsable.

Axes principaux

A1
Renforcer le positionnement et l'image, accroître la valeur à l'échelle internationale et stimuler la consommation intérieure.

A2
Atteindre un équilibre entre l'offre et la demande, une répartition équitable de la valeur et de la rentabilité tout au long de la chaîne et améliorer la compétitivité du secteur.

A3
Être leader en matière de durabilité.

A4
Valoriser le vin et sa consommation responsable, en tant qu'aliment faisant partie d'un mode de vie sain.

A5
Promouvoir l'œnotourisme.

AXES PRINCIPAUX

A6
Défendre et coordonner le secteur.

A7
Générer, consolider et partager —à partir de l'OIVE— une intelligence pertinente et applicable à toute la chaîne de valeur.

AXES TRANSVERSAUX

A8
Attirer, former et retenir les talents.

A9
Promouvoir la digitalisation.

A10
Stimuler l'innovation.

AXES COMPLÉMENTAIRES

22
INITIATIVES STRATÉGIQUES

101
ACTIONS ASSOCIÉES

Le développement des axes stratégiques définis permettra de positionner l'Espagne comme une référence vitivinicole mondiale, et de stimuler une spirale vertueuse de création de valeur dans l'ensemble du secteur.

Les axes stratégiques comprennent 22 initiatives stratégiques avec 101 actions associées, reposant sur les qualités uniques et distinctives du vin d'Espagne : qualité, diversité, histo-

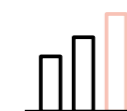
re, tradition, durabilité et modernité.

L'exercice de création d'un récit commun sur le vin espagnol fait partie du premier axe ; il s'agit d'une action principale pour façonner la perception internationale de notre produit Ceci étant basé sur les qualités uniques et distinctives mentionnées précédemment.



Le Plan Stratégique

Le Plan Stratégique définit la mission et la vision du secteur vitivinicole espagnol et, pour y parvenir, 5 axes principaux visant à améliorer l'image et le fonctionnement du secteur et à accroître la valeur de nos produits sur les marchés.



Le développement

Le développement des axes stratégiques définis permettra de positionner l'Espagne comme une référence vitivinicole mondiale, et de stimuler une spirale vertueuse de création



L'importance du vin en Espagne

La contribution du secteur vitivinicole à l'économie espagnole est significative en termes de PIB et d'emploi, tout comme son apport du point de vue de la performance du secteur extérieur, de la dimension sociale et de la gestion des défis en matière de durabilité environnementale.

Le secteur **vinicole espagnol est le leader mondial**. En effet, l'Espagne représente 13 % de la superficie mondiale des vignobles, 15,3 % dans le cas des vignobles biologiques. L'Espagne est également le troisième plus grand producteur de vin au monde (Source : étude AFI 2023)

Data from Spanish wine sector

SURFACE

930,000
hectares of vineyard

13%
Total world vine



World leaders in organic vineyard areas

142,100
hectares of organic vineyard

EMPLOYMENT

363,980
jobs

2%
national employment



ECONOMY

20,330
million euros of gross value added

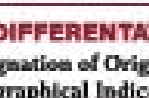
Close to 2% of Spanish GDP



PRODUCTION

36,4
millions of hectolitres of wine

104 Wine Designation of Origin
43 Protected Geographical Indications



ATTRACTION OF WEALTH IN SMALL MUNICIPALITIES



3,233
municipalities have vineyards

66%
of the wine-producing municipalities have less than 2,000 inhabitants

40% of total

Municipalities with less than 2,000 inhabitants dedicated mainly to wine have increased their population by nearly 50% in 20 years

INTERNATIONALIZATION

4,347
winery companies

4th place in exports of agri-food sector



Trade surplus: 3,058 million euros

6% of total agri-food sector exports



*Data from the report on the economic and social relevance of the wine sector in Spain, 2023 (Asociación Española Intersectorial, AEI)

Actuellement, l'Espagne compte **104 Appellations d'Origine et 43 IGP**, qui regroupent au total plus de 4 000 caves inscrites. Des caves qui, en outre, sont réparties sur l'ensemble du territoire national et témoignent, à travers leurs vins, de la diversité des sols, des climats et des cépages dont nous disposons (Source : MAPA)

L'Espagne s'est consolidée comme l'un des plus grands exportateurs de vin au monde, se classant au troisième rang en valeur exportée et au deuxième en volume. En effet, le chiffre d'affaires annuel à l'exportation dépasse les **3 milliards d'euros et les 2 milliards de livres**.

Mais au-delà des chiffres, l'importance du vin en Espagne se traduit par l'empreinte qu'il a laissée dans notre culture, notre histoire, nos traditions... En témoigne le rôle central que joue le vin dans notre gastronomie et notre culture du plaisir, qui constituent par ailleurs un important atout pour le tourisme. Il en va de même pour les villages et les paysages que le secteur contribue à protéger.



Pourquoi un récit sur le vin espagnol

LE RÉCIT COMMUN : UN OUTIL DE VALORISATION

L'offre vinicole espagnole est unique et différenciée. Il est essentiel de travailler à sa valorisation afin de garantir la durabilité du secteur. La première étape consiste à connaître tout ce qu'elle représente, à en prendre conscience et à en faire un discours collectif, cohérent et homogène.

Comment y parvenir ?

La revalorisation du produit exige une action à plusieurs niveaux. Tout d'abord, il s'agit de construire **une marque nationale** basée sur des piliers communs approuvés par le secteur. Un discours permettant de positionner l'Espagne dans l'imaginaire international comme un pays aux vins de qualité.

Parmi les **bienfaits que ce récit pourrait apporter**, on peut citer les suivants :

- **Valeur ajoutée** : les valeurs associées au pays d'origine sont automatiquement transférées au vin que l'on souhaite vendre.
- **Coordination** : Des institutions et des caves participeraient à cette initiative, ce qui nécessiterait et favoriserait une meilleure coordination sectorielle. Toutefois, les caves et leurs forces commerciales à travers le monde en seraient les principaux acteurs, en utilisant les arguments convenus pour leur promotion

★ CONSEILS POUR LA CONSTRUCTION DE LA MARQUE

Pour créer une marque qui apporte de la valeur, il est nécessaire de travailler sur 3 grands axes : stratégie, identité et activation.

Stratégie : Une vision stratégique à Moyen/Long Terme. Une stratégie de marque bien définie et correctement élaborée permet de concentrer les efforts et de fixer un cap ; elle offre un message personnel et constitue un guide pour l'avenir, sans perdre de vue les tendances sociales, économiques et technologiques. À qui vais-je m'adresser ? Qui sont mes concurrents ?

internationale, mais également les principaux bénéficiaires, car la marque des vins d'Espagne qu'ils contribueraient à créer apporterait une valeur ajoutée sans cesse croissante à leurs produits.

• **Accessibilité** : Une image claire, définie et répandue de nos vins en faciliterait l'accès à tout client ou consommateur international. Ainsi, par la "marque Espagne" le produit s'imprégnerait d'une série de qualités, qui seraient complétées par la mise en avant des spécificités régionales.

Identité : Un objectif de marque durable dans le temps Il s'agit d'établir ce que l'on appelle une "Unique Selling Proposition" USP (Proposition de vente unique). Une USP est ce qui identifie et différencie votre marque de celles des autres : des valeurs, des qualités et des bénéfices qui rendent votre marque/entreprise unique.

Activation:

• Sur le plan interne, **le leadership partagé et l'engagement** sont essentiels. L'activité quotidienne d'une entreprise constitue le principal canal de construction d'une marque: la marque doit être ressentie à tous les niveaux de



Positionner l'Espagne dans l'imaginaire comme un pays aux vins de qualité

l'organisation, et chaque membre de l'équipe —quel que soit son rôle— doit agir en ambassadeur de la marque, en reflétant son objectif et ses valeurs.

• Sur le plan externe, mener des initiatives, des plans et des actions nécessaires pour **construire l'image et l'expérience de marque souhaitées**, conformément à la stratégie.

Une construction réussie est le résultat d'un travail constant avec une vision globale et une capacité d'action coordonnée. Il s'agit d'une course de fond qui exige concentration, rigueur, persévérance, leadership et détermination, des qualités hautement exigeantes.

Argumentaire du vin espagnol



Qualité



Diversité



Histoire



Art de vivre



Durabilité





QUALITÉ

Dans le monde du vin, l'Espagne se distingue comme un pays d'opportunités et d'innovation, où notre dynamisme nous a permis de perfectionner et de moderniser notre produit.

Innovation dans les Techniques de Vinification

L'Espagne ne se contente pas de la tradition, elle adopte également l'innovation dans les techniques d'élaboration. De l'introduction de méthodes modernes de vinification à l'utilisation de technologies avancées, le **secteur vitivinicole espagnol est en constante évolution** pour améliorer la qualité et la consistance de ses vins.

Spécialisation et artisanat

Chaque région viticole d'Espagne est spécialisée dans la culture de cépages spécifiques et dans des techniques de vinification uniques. Cette spécialisation, combinée à l'artisanat

et au soin méticuleux des viticulteurs et des œnologues, produit des vins d'une qualité exceptionnelle qui **reflètent le caractère et l'identité de leur terroir.**

Un engagement envers l'excellence

L'Espagne fait preuve d'un engagement inébranlable envers l'excellence à chaque étape de la production vinicole. De la sélection méticuleuse des raisins aux pratiques de vinification et de vieillissement, **l'objectif est d'atteindre des niveaux de qualité toujours plus élevés.**

Rigueur dans le contrôle et la traçabilité

Les Appellations d'Origine (DO, en espagnol) et les Indications Géographiques Protégées (IGP) en Espagne sont des leaders dans la mise en œuvre de contrôles stricts de qualité et de traçabilité. **Chaque bouteille de vin espagnol garantit son origine et sa qualité**, pour offrir aux consommateurs une expérience fiable et satisfaisante.

QUELQUES UNES DE NOS RÉFÉRENCES

Wine Spectator

- ❖ Classement des meilleurs vins au monde par qualité, prix et disponibilité.
- ❖ Environ **10 références de vins espagnols** figurent régulièrement dans ce classement annuel.
- ❖ **2 apparitions dans le Top 10** au cours des 5 dernières années.

Tim Atkin

- ❖ Classement des vins "Tim Atkin" sur une échelle de 100 points.
- ❖ **+200 vins espagnols** ont obtenu une note supérieure à **95 points**.

Decanter

- ❖ Classement des vins classiques, non conventionnels et avec un rapport qualité-prix remarquable.
- ❖ L'Espagne place **4 vins** dans le classement "Wines of the Year 2023: **Classics category**".
- ❖ **2 vins** dans le classement "Wines of the Year 2023: **Value category**".
- ❖ **1 vin** dans le classement "Wines of the Year 2023: **Offbeat category**".

falstaff

- ❖ Classement des vins "falstaff" sur une échelle de 100 points.
- ❖ **2 vins** ont obtenu la **note maximale** de 100 points et **20 vins** ont été notés à plus de 95 points.
- ❖ **30 vins espagnols dans le top 150.**

Robert Parker WINE ADVOCATE

- ❖ Classement des vins "Parker Points" sur une échelle de 100 points.
- ❖ Classement selon cinq facteurs : arôme, goût, structure, complexité et potentiel de vieillissement.
- ❖ **27 vins espagnols** ont obtenu la note maximale possible (**100 points**).

JAMES SUCKLING.COM

- ❖ "James Suckling" donne 15 points pour la couleur, 25 points pour l'arôme, 25 points pour la structure et 35 points pour l'impression globale du vin.
- ❖ **3 vins espagnols** ont obtenu la **note maximale** de 100 et 32 ont été notés à plus de 95.

CHIFFRES CLÉS

- ❖ L'Espagne est le pays avec la **plus grande superficie de vignobles au monde** (944 000 ha).
 - ❖ L'Espagne compte **104 AOP et 43 IGP**.
 - ❖ **97 %** de la superficie des vignobles en Espagne se situe sur **un territoire couvert par une AOP**.
 - ❖ **Plus de 120** communes spécialisées dans la viticulture.
 - ❖ **Plus de 40 %** des communes espagnoles accueillent des vignobles.
 - ❖ Le secteur a investi **200 M€ en RDI au cours des cinq dernières années**.
 - ❖ Cela représente **25 % de l'investissement total** en RDI dans le secteur agroalimentaire.
 - ❖ **Depuis 1970**, des étiquettes, con-
- tre-étiquettes et autocollants holographiques anti-contrefaçon sont utilisés.
 - ❖ De nouvelles technologies, comme la **NFC ou l'Internet des Objets**, sont adoptées par le secteur pour améliorer la traçabilité et renforcer le contrôle de qualité.
 - ❖ Deuxième exportateur mondial en volume :
 - 13 % des exportations mondiales **totales de vin**.
 - 16 % des exportations mondiales de **vins mousseux**.
 - 13 % des exportations mondiales de **vin conditionné**.
 - ❖ Augmentation significative de la présence dans les **segments premium et ultra-premium**.

DIVERSITÉ

Dans le vaste paysage viticole espagnol, la diversité est une caractéristique distinctive qui reflète la richesse et la complexité de ses vins. Qu'il s'agisse des sols, des climats et des environnements, ou encore de la diversité des caves, des viticulteurs et des cépages, chaque région viticole offre une expérience unique et singulière.

Richesse des sols et des climats

L'Espagne est un pays d'une extraordinaire richesse géographique, offrant une grande diversité de sols, de climats et d'environnements où la vigne est cultivée. Des hautes montagnes des Pyrénées aux plaines chaudes de l'Andalousie, chaque région viticole présente un paysage unique qui façonne le caractère et la qualité de ses vins.

Cette diversité de paysages offre un riche éventail à la viticulture espagnole, ce qui permet la production d'une **large gamme de vins qui reflètent le caractère unique de chaque région**.

Multiplicité des cépages

L'Espagne compte 235 variétés de raisin reconnues pour la vinification, dont 150 sont autochtones. Cependant, il existe au moins 350 autres variétés non reconnues, dont

certaines sont en cours de récupération. Cette diversité de cépages permet à chaque région d'avoir sa propre sélection distinctive, ce qui génère la **vaste gamme de saveurs, de profils aromatiques et de typologies de vins** qui caractérisent notre pays.

Caves : Un éventail de styles et de traditions

Des petites caves familiales aux grandes compagnies vitivinicoles, l'Espagne présente une diversité des caves prodigieuse. Chacune apporte une approche unique, allant des techniques traditionnelles aux méthodes d'avant-garde, créant ainsi une **riche variété de styles et d'expressions vinicoles**.

Appellations d'Origine et Indications Géographiques Protégées

Les AOP et IGP espagnoles témoignent de la diversité du pays et représentent une grande variété de régions et de styles de vins. Des appellations les plus prestigieuses aux émergentes, chacune offre une **expérience vinicole unique et authentique**.

235 cépages reconnus **150** cépages autochtones

qui génèrent une vaste gamme de saveurs et de profils aromatiques qui caractérisent notre pays.

CHIFFRES CLÉS

- ❖ L'Espagne compte **plus de 4 000 caves, plus de 500 coopératives et plus de 560 000 viticulteurs**.
- ❖ **Plus de 150 cépages de raisins autochtones** plantés.
- ❖ Présente dans **189 pays**, avec plus de **2,6 milliards de litres** de produits vinicoles exportés.
- ❖ L'Espagne est l'un des **pays les plus montagneux d'Europe**, ce qui favorise la présence de nombreux microclimats variés.
- ❖ D'une manière générale, l'Espagne compte **8 régions vinicoles différentes en fonction du climat et de l'environnement** (zone atlantique, vallée du Duero, vallée de l'Èbre, Méditerranée intérieure, Méditerranée, système central, le sud et les îles Canaries).



HISTOIRE

L'histoire des vins espagnols est un voyage fascinant qui démontre la capacité de notre pays à perfectionner l'élaboration du vin au fil du temps.

Une histoire millénaire de la viticulture

Avec une histoire remontant à plus de 3 000 ans, l'Espagne possède l'une des plus anciennes traditions viticoles au monde. Au fil du temps, nos vins se sont adaptés aux avancées technologiques et en ont même été les promoteurs.

Le Patrimoine Culturel Vinicole

Les vins espagnols sont bien plus qu'une boisson : ils sont le reflet vivant du patrimoine culturel du pays. Les anciennes techniques de culture de la vigne, les pratiques de vinification perfectionnées au fil du temps et les célébrations et festivités autour du vin font **partie intégrante de l'identité espagnole**.

Héritage Culturel

La viticulture espagnole est imprégnée d'un riche héritage culturel qui se manifeste dans chaque aspect de la production viticole. Des ruines d'anciens domaines viticoles aux châteaux et monastères témoins de siècles de vinification, **l'histoire de l'Espagne est intimement liée à celle du vin**.

CHIFFRES CLÉS

Le vin en Espagne est une **tradition millénaire**.

Il s'agit d'un processus doublé d'une spécialisation qui a généré des connaissances transmises de **génération en génération**.

1.100 av. J.-C. : Les Phéniciens introduisent la plantation de la vigne.

VI^e siècle av. J.-C. : Les Grecs répandent la vigne dans l'est de la péninsule ibérique et exportent du vin vers d'autres régions méditerranéennes.

III^e siècle av. J.-C. : Les Carthaginois intensifient la culture de la vigne.

I^{er} siècle av. J.-C. : les Romains étendent les vignobles à toute la péninsule et commercialisent le vin dans tout l'Empire.

VI^e siècle : Les vignobles deviennent la propriété des rois wisigoths et de l'Église.

XVI^e siècle : Développement d'une industrie viticole solide grâce à l'ouverture des routes commerciales vers l'Amérique.

XIX^e siècle : le phylloxéra provoque l'émigration de viticulteurs européens vers des



régions espagnoles, apportant avec eux des innovations.

1902: Promulgation de la Loi sur la Propriété Industrielle.

1932: Le Statut du Vin crée les Appellations d'Origine.

ART DE VIVRE

Les vins espagnols ne sont pas qu'une simple boisson ; ils reflètent l'art de vivre vibrant et passionné qui caractérise l'Espagne. De la diète méditerranéenne à la culture de l'œnotourisme, la convivialité et le plaisir font partie intégrante de l'expérience viticole espagnole.

La diète méditerranéenne

Le vin est un **ingrédient emblématique de la diète méditerranéenne espagnole**. Il est apprécié à la fois pour son goût et ses bienfaits pour la santé. Consommé avec mo-

dération, le vin est associé à une réduction des risques de maladies cardiovasculaires. Il complète les plats variés et équilibrés de cette diète.

Gastronomie : un vin pour chaque occasion

La gastronomie espagnole est une fusion de tradition, diversité régionale et passion pour les ingrédients frais et de qualité. Chaque plat reflète la richesse culturelle et culinaire du pays. Dans ce contexte, plus qu'une simple boisson le vin est un compagnon inséparable des repas, un élément qui rehausse l'expérience gastronomique. Grâce à leur grande variété, les vins espagnols offrent une **option pour chaque plat et chaque occasion**.

Tourisme : un vin, un voyage

La richesse de ses paysages, ses héberge-

ments et activités, font de l'Espagne une véritable puissance mondiale touristique. Les vins contribuent à cette variété par leur grande diversité due aux spécificités géographiques et culturelles de chaque région. En ce sens, les vins **reflètent l'âme de l'endroit où ils sont créés**, et c'est pourquoi ils sont un élément indispensable de tout voyage dans une région d'Espagne.

œnotourisme : à la recherche de l'origine

L'œnotourisme en Espagne offre bien plus que la simple dégustation d'un vin ; c'est une **opportunité d'immersion unique au cœur des régions viticoles**, un moment de connexion avec la terre et les artisans qui la cultivent. Des promenades dans les vignobles aux visites de caves familiales, chaque expérience vous permet de tisser un lien authentique avec les paysages et les artisans du vin.



The Diète méditerranéenne et culture de l'œnotourisme

From the Mediterranean diet to the culture of l'œnotourisme, la convivialité et le plaisir font partie intégrante de l'expérience viticole espagnole.

L'œnotourisme en Espagne offre bien plus que la simple dégustation d'un vin ; c'est une opportunité d'immersion unique au cœur des régions viticoles, un moment de connexion avec la terre et les artisans qui la cultivent.

Sociabilité: Que ce soit dans une taverne traditionnelle ou dans un bar à vin moderne, le vin favorise les conversations, renforce les liens et forge des souvenirs durables. En Espagne, **le vin n'est pas qu'une simple boisson, c'est un catalyseur social** qui rassemble hommes et femmes autour de la table, célébrant la vie et l'amitié.

Plaisir: Pour les Espagnols, la dégustation d'un vin est une célébration en soi, au cours de laquelle on apprécie l'arôme, le goût et la texture de la boisson, tout comme la compagnie et la conversation qu'elle suscite. Cette culture de la dégustation du vin reflète la **passion espagnole pour la vie, la gastronomie et la convivialité.**

CHIFFRES CLÉS

❖ Espagne, terre de climat, de gastronomie et de convivialité :

- Plus de **83 000** restaurants.
- Plus de **270 étoiles Michelin.**
- Plus de **80 millions** de touristes par an.
- 300 jours de **soleil** par an.

❖ **36 routes œnotouristiques officielles** dans tout le pays :

- **2,5 millions** d'œnotouristes annuels.
- Plus de **2 500** services œnotouristiques.
- 75M€ générés par l'œnotourisme.

• Activité **soutenue par 794 entités** (658 municipalités, 32 Conseils Régulateurs et 104 autres entités publiques et privées).

• **Secteur accessible et hautement digitalisé** (63 % des réservations d'œnotourisme effectuées en ligne).

❖ L'Espagne est le **deuxième pays au monde en termes d'espérance de vie.**

❖ Le vin contient des composés antioxydants, tels que les polyphénols, qui sont en partie responsables de ses **bienfaits cardiovasculaires.**

❖ Près de **10 millions d'hectolitres de vin** sont consommés **chaque année** en Espagne.



Des siècles de connaissances et expérience

Chaque bouteille de vin espagnol porte en elle des siècles de connaissances et d'expériences accumulées au fil du temps.

DURABILITÉ

Le vin espagnol s'inscrit dans une démarche intégrale de développement durable, par le respect de la biodiversité, la conservation des pratiques sociales et la préservation des paysages dans lesquels il est présent.

L'aspect environnemental

L'Espagne, pays méditerranéen sujet à des sécheresses fréquentes, est consciente de l'importance du climat dans la culture de la vigne. C'est pourquoi l'environnement a été et continue d'être une préoccupation centrale dans la création de nos vins. Cela se traduit par **l'adaptation du travail de la terre aux besoins de l'environnement, mais aussi par une consommation efficace de l'eau et une utilisation réduite d'intrants chimiques.**

L'aspect social

Chaque bouteille de vin raconte une histoire d'enracinement et d'espoir dans les régions rurales d'Espagne. Le vin et tout l'écosystème qui l'entoure **contribuent à maintenir en vie des communautés menacées par le dépeuplement.**

L'aspect culturel

Le vin joue un rôle essentiel dans la durabilité culturelle de l'Espagne. Ainsi, les **vignobles représentent une partie intrinsèque du patrimoine culturel espagnol**, témoins de siècles de tradition viticole et de savoir-faire transmis de génération en génération. Le vin, en tant que produit emblématique, est ancré dans l'identité culturelle de chaque région viticole, des caves familiales aux appellations d'origine internationalement reconnues.

Les Paysages

L'écosystème viticole est un facteur clé dans la conservation des paysages espagnols. Faisant office de **barrière naturelle**, les vignobles agissent contre l'érosion des sols, préservent l'intégrité des paysages et offrent un habitat à diverses espèces végétales et animales.

CHIFFRES CLÉS

- ❖ Un rôle crucial dans l'économie espagnole.
 - Plus de **23,7 milliards d'euros** de valeur ajoutée brute.
 - **Plus de 420 000 emplois** directs et indirects.
 - **Plus de 363 000 emplois** liés à des territoires menacés par le dépeuplement.
- ❖ Leader mondial en **surface des vignobles biologiques** (15,3 % ou 142 000 ha), avec une augmentation annuelle de 8 %.
- ❖ **1.334 caves** et sites d'embouteillage en Espagne développent la production biologique.
- ❖ Des projets nationaux tels que le label **"Sustainable Wineries for Climate Protection"** (94 caves certifiées) visent à mettre en place un **contrôle efficace du degré de durabilité** dans le secteur.
- ❖ Engagement du secteur à atteindre le **Net Zéro d'ici 2035.**
- ❖ Rôle fondamental dans la **conservation des paysages** et la prévention des incendies de forêt.

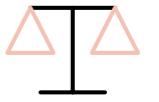


Il contribue à revitaliser les communautés menacées par le dépeuplement

Le vin et tout l'écosystème qui l'entoure contribuent à maintenir en vie des communautés menacées par le dépeuplement.



Communication de l'argumentaire



Au-delà des chiffres,

l'importance du vin en Espagne
se traduit par l'empreinte qu'il a
l laissée dans notre culture, notre
histoire, nos traditions...



UNE BONNE COMMUNICATION SUR LE VIN ESPAGNOL DOIT GARDER À L'ES-PRIT LES RECOMMANDATIONS SUIVANTES.

CE QU'IL FAUT FAIRE

1/Un art de vivre : Véritable art de vivre, en Espagne le vin fait partie de notre culture, de notre paysage et de nos coutumes. Il fait partie de la Diète Méditerranéenne, où le partage et la convivialité à table sont l'une de nos marques d'identité, avec une gastronomie d'exception et une grande variété de vins. Ce style de vie est la clé de notre longue espérance de vie.

4/Promouvoir la valeur du secteur vitivinicole espagnol : Mettre en avant son importance pour l'économie, l'environnement et la société espagnole, en soulignant son rôle dans la culture ainsi que sa fonction de créateur d'emplois et d'opportunités dans le milieu rural. **S'il y a du vin, il y a de la vie.**

2/Variété et qualité comme marque d'identité, nous captivons le monde avec les meilleurs vins d'Espagne. Il s'agit d'un secteur pionnier en matière **d'internationalisation,** présent dans 189 pays.

3/La consommation modérée est un engagement clair du secteur pour promouvoir et défendre exclusivement une **consommation modérée de vin** et lutter contre la consommation excessive, par le biais de la formation et de son code de communication.

5/Leader dans le tourisme avec une riche offre œnotouristique à découvrir. De nombreux marchés connaissent l'Espagne pour le soleil et la plage ; dévoilons également d'autres attributs de nos régions vitivinicoles afin d'enrichir leur expérience et leurs rencontres.

CE QU'IL NE FAUT PAS FAIRE

1/Construire une meilleure image du secteur vitivinicole espagnol :

Il est important de briller par ses propres qualités sans dévaloriser d'autres marques de vin, cépages ou appellations d'origine spécifiques.

2/Promotion d'une consommation modérée. Interdit aux mineurs, et incompatible avec

la conduite ou la grossesse. C'est un sujet très sérieux, sur lequel le secteur insiste particulièrement. Cet aspect ne peut être traité sur un ton humoristique. Les messages relatifs aux **effets potentiellement bénéfiques du vin sur la santé ne doivent pas être utilisés comme argument commercial par le secteur Ils ne peuvent être émis que par des scientifiques, sur la base de preuves avérées.**

3/Mettre en avant la valeur du produit espagnol et ses qualités. Le vin espagnol doit augmenter sa valeur perçue **Ne pas utiliser des phrases telles que « les vins espagnols ont un bon rapport qualité/prix »,** car ce n'est pas un attribut positif.

4/Gastronomie internationale et vins d'Espagne : Outre le fait que nos vins s'accordent parfaitement avec la gastronomie es-

pagnole, nous ne devons pas nous limiter à la cuisine nationale. Grâce à leur grande diversité, les vins d'Espagne sont dans tous les pays **l'accompagnement parfait pour la gastronomie locale.**

Participants et remerciements

Nous remercions les personnes et les entités qui ont participé à la rédaction de ce document pour leurs efforts et leur contribution au cours des longs mois de travail nécessaires à son élaboration.

Entités promotrices

- Organización Interprofesional del Vino de España (Organisation interprofessionnelle du vin d'Espagne)
- ICEX España Exportación e Inversiones, ... - Foods & Wines from Spain (ICEX Espagne Exportation et Investissements, ... - Produits alimentaires & vins d'Espagne)

Entités participantes

- Asociación Española de Ciudades del Vino (Association espagnole des villes du vin) (ACEVIN)
- Routes des vins
- Alimentos de Madrid (Aliments de Madrid)
- Aragón Exterior
- Instituto de Fomento de la Región de Murcia (Institut de développement de la Région de Murcie)
- Conferencia Española de Consejos Reguladores Vitivinícolas (Conférence espagnole des conseils régulateurs vitivinicoles) (CECRV)
- Conseil Régulateur de l'Appellation d'Origine Jerez
- Conseil Régulateur de l'Appellation d'Origine Navarra
- Federación Española del Vino (Fédération espagnole du vin) (FEV)
- Instituto de Promoción Exterior de Castilla-La Mancha (Institut pour la promotion extérieure de Castilla-La Mancha)
- Instituto de Competitividad Empresarial CyL

- (Institut pour la compétitivité des entreprises CyL) (ICE)
- Ministère de l'agriculture, de la pêche et de l'alimentation
- Unión de Pequeños Agricultores (Union des Petits Agriculteurs) (UPA)
- Sociedad Canaria de Fomento Económico (Société de développement économique des îles Canaries)
- (PROEXCA) instituto Navarro de Tecnologías e Infraestructuras Agroalimentarias (Institut des technologies et des infrastructures agroalimentaires de Navarre) (INTIA)
- Real Academia de la Gastronomía (Académie royale de la gastronomie)
- Cooperativas Agro-alimentarias de España (Coopératives agroalimentaires d'Espagne)
- Comunidad Autónoma de la Región de Murcia (Communauté autonome de la région de Murcie)

Avec la collaboration de

- KPMG

Photos

- Abel Valdenebro et archives

RÉCIT
COMMUN
DU
VIN
ESPAGNOL



RÉCIT COMMUN DU VIN ESPAGNOL

