



Les infos à retenir

À partir de quand pouvons-nous « concrétiser » sur les étiquettes le changement de nom ?

- Déjà sur les millésimes 2006 et 2007 : à condition de prendre soin de reporter toutes les mentions légales accompagnées de l'ancienne dénomination sur la contre-étiquette.
- À partir du millésime 2008 sur tous les vins, sur l'étiquette principale.

À partir de quand chaque vigneron et négociant concerné pourra communiquer sur ses documents commerciaux le changement de nom de nos AOC ?

- Dès à présent puisque chaque syndicat ainsi que l'Union des Côtes de Bordeaux ont déjà commencé à communiquer depuis un an sur notre réforme.

Quels outils et actions de communication sont prévus ?

Cet événement est l'occasion pour l'Union des Côtes de Bordeaux et chaque syndicat représentant sa « communale » de mettre en place **un plan de communication conjoint sans précédent dans l'histoire de nos AOC**, auprès de tous les acteurs de nos filières commerciales, de nos clients « consommateurs actuels » et du grand public via des médias de masse.

La réussite du lancement de nos nouvelles AOC dépend aussi du dynamisme de chacun : l'Union des Côtes de Bordeaux, chaque syndicat et chaque membre que nous sommes tous.

Les outils : Courrier papier, internet avec le site www.bordeaux-cotes.com et le blog www.bordeaux-cotes-blog.com, Vinexpo, presse, films vidéo, utilisation des acteurs commerciaux de la filière.

Les actions de communication spécifiques prévues par l'Union des Côtes de Bordeaux et des syndicats :

- Directe auprès des acteurs de la place de Bordeaux : négociants, courtiers, œnologues, presse grand public locale et régionale, presse professionnelle nationale.
- Directe auprès de chaque catégorie professionnelle de nos filières commerciales externes à Bordeaux : acheteurs GD et chefs de rayon, grossistes, cavistes, CHR, organisations professionnelles regroupant les prescripteurs d'opinion afin d'en faire des relais d'information, fichiers d'importateurs et distributeurs des principaux pays tiers.
- Actions vers la presse : plusieurs « vagues » de communiqués sont programmées vers la presse locale, régionale, nationale et internationale afin de profiter au mieux de l'évènement, touchant les professionnels et le grand public. Contact presse : Cap&cime - Jennifer Potts/jpotts@capcime.fr

Les actions de communication spécifiques prévues par chaque syndicat : (« Communales » + Côtes de Bordeaux)

- Communication interne auprès de chaque producteur et de tous les négociants par ce document + réunion plénière.
- Communication externe de chaque syndicat sur sa propre « communale », annonçant la réforme en utilisant tous les fichiers détenus en interne, constituant un grand nombre de catégories : grossistes, cavistes, prescripteurs d'opinion, journalistes et divers fichiers...

Pour toute information complémentaire, merci d'écrire à
contact : contact@bordeaux-cotes.com



Les côtes de Bordeaux officialisent leur union.

Après 5 années d'études en interne, d'enquêtes d'opinions menées auprès des consommateurs et en concertation avec l'INAO et les instances professionnelles de Bordeaux, 4 Côtes bordelaises officialisent désormais leur union sous la dénomination commune de « COTES DE BORDEAUX » tout en préservant l'identité spécifique de chacune des Côtes qui composent cette union.

CÔTES DE BORDEAUX

 CASTILLON - BLAYE - CADILLAC - FRANCS

Harmonisation des noms d'AOC

À partir du millésime 2008, nos AOC actuelles deviennent :

Pour les « COTES DE CASTILLON » :

CASTILLON
CÔTES DE BORDEAUX

Pour les « PREMIERES COTES DE BLAYE » :

BLAYE
CÔTES DE BORDEAUX

Pour les « BORDEAUX-COTES DE FRANCS » :

FRANCS
CÔTES DE BORDEAUX

Pour les « PREMIERES COTES DE BORDEAUX » :

CADILLAC
CÔTES DE BORDEAUX

Les avantages de la simplification des noms AOC.

Donner la possibilité à tous les producteurs et négociants des vins de Côtes d'utiliser le nom de nos AOC comme une « **marque collective** » de reconnaissance, compte tenu du nombre important de points partagés par les 4 Côtes : géographie, terroirs, structures d'exploitation, typicité des vins, marchés en commun, promotion commune et spécifique. Cette offre représente alors 17 % de la production bordelaise.

Affirmer un « **positionnement charnière** » entre les Bordeaux génériques et les célèbres grands crus.

Donner au marché une identification **commune et reconnaissable** aux COTES DE BORDEAUX à la hauteur du poids économique des AOC qui la composent. Cela permettra la reconnaissance d'une vraie catégorie au sein de la production bordelaise, notamment pour le réseau CHR et pour le commerce de détail à l'export.

Utiliser une « **grille de lecture** » de la hiérarchie de nos AOC proche de celles existant déjà : le Médoc et ses communales, les Côtes du Rhône et ses AOC villages.

Donner aux producteurs les outils qui permettent d'affirmer une **identité plus forte** à leurs produits.

Rendre les « communales » **plus lisibles** que dans les anciennes dénominations (noyées sous différentes sémantiques).

Respecter la personnalité des 4 « terroirs » des Côtes en utilisant le nom **de la ville comme identifiant géographique fort** et ainsi conserver le capital de notoriété individuelle permettant de poursuivre sa fructification via chaque syndicat.

Améliorer la **lisibilité des produits** pour les consommateurs par la simplification de l'AOC sur l'étiquette.

Adapter nos AOC et nos produits aux défis du commerce mondial qu'est le **grand export, potentiel de développement** des volumes et des marges, potentiel encore trop peu travaillé par nos AOC.

Rendre **plus efficaces les actions de promotion** de l'ensemble des Côtes grâce à la **mutualisation des engagements** et à leur synergie.

Tout ce qui va dans le sens de **l'accroissement de la notoriété**, de la **simplification** et de la **reconnaissance du nom** de nos AOC favorise la **commercialisation** des produits et le **développement de la valeur ajoutée**.

Une nouvelle AOC pour de nouveaux débouchés

À partir du millésime 2008, chacune de nos AOC pourra décliner sa production sur deux niveaux.

La création de cette nouvelle AOC « COTES DE BORDEAUX » constitue un événement ayant **deux objectifs** :

1. Hiérarchie interne.

Donner la possibilité aux producteurs et à la coopération d'utiliser une hiérarchie interne aux « Côtes » entre les catégories

Super Premium :

" COMMUNALE "
CÔTES DE BORDEAUX

Premium :

CÔTES DE BORDEAUX

2. Vins de marque.

Donner la possibilité aux négociants, aux coopératives et aux distributeurs de créer des « vins de marque » issus de plusieurs « Communales » (les AOC prénoms) sous l'AOC nom de famille **COTES DE BORDEAUX**. C'est la complémentarité qualitative de nos vins issus de terroirs proches mais de typicités particulières.

De nouveaux horizons pour le négoce de place :

Le négoce de place a manifesté un grand intérêt pour cette réforme car une AOC portant à la fois le mot « Côtes » et le mot « Bordeaux » est vecteur de valeur ajoutée sur le produit. Cela ouvre la voie à la création de vins de marque sous cette nouvelle AOC, qui permet l'assemblage de produits issus de plusieurs communales des 4 « Côtes ». Ce qui n'était pas le cas avant, d'autant plus qu'aucunes d'entre elles ne disposent seule d'un potentiel volume suffisant pour alimenter un ou plusieurs projets de « marque de Côtes ».

De nouveaux horizons pour la production :

Si la majorité des supers premiums produits dans les Côtes est commercialisée par les producteurs et que la proportion des « rendu-mise » n'est pas appelée à croître, la part de vins vendue en vrac reste mal valorisée. La création de vins de marque par le négoce constitue une extension du marché ayant de nombreux avantages pour les producteurs :

→ Accroître la demande en vins de Côtes destinés à être commercialisés sous l'AOC COTES DE BORDEAUX.

→ Accroître de façon significative le nombre de bouteilles sur le marché portant l'AOC COTES DE BORDEAUX.

→ Ouvrir de nouveaux marchés pour les vins de Côtes.

→ Associer le négoce de place dans la promotion de notre « marque commune » et générer de nouvelles synergies entre la production et le négoce en France et à l'export.



Quand verrons-nous concrètement la naissance de marques sous l'AOC COTES DE BORDEAUX ?

Millésime 2008 après parution du cahier des charges au journal officiel.

Millésime 2009 pour l'ensemble de la production.

L'Union des Côtes de Bordeaux et les syndicats seront des partenaires attentifs des initiatives menées par les négociants pour le lancement de leurs nouveaux projets de vins de marque « COTES DE BORDEAUX ».