

Observatoires économiques

Un axe fort du contrat de filière

Occitanie

Conseil de bassin Languedoc-Roussillon
Montpellier, le 3 juillet 2026



« Un observatoire économique pour
anticiper les tendances et les attentes des
consommateurs, pour identifier les parts
de marché à conquérir et accompagner
les entreprises dans leur connaissance
des marchés »

Observatoire économique



Des outils

- pour suivre les marchés et leurs évolutions
- pour identifier les parts de marché à conquérir
- pour travailler en équipe et en synergie entre les acteurs au sein des interprofessions

Des études

- pour faire progresser la connaissance des consommateurs,
- Pour objectiver nos décisions
- Pour mieux appuyer nos actions sur les marchés

Les observatoires économiques s'inscrivent dans le contrat de filière vin Occitanie

Fédère

- 7 interprofessions
- 3 fédérations de métiers
- 1 Sud Vin Bio

Coordonné par

- La Chambre régionale d'agriculture Occitanie

Cofinancé par

- La Région Occitanie



La Région
Occitanie
Pyrénées - Méditerranée



**CHAMBRE
D'AGRICULTURE**
OCCITANIE



PAYS D'OC
Indication Géographique Protégée
— French varietal wines —



LA COOPÉRATION AGRICOLE
OCCITANIE



union des entreprises
vinicoles méridionales



Association interprofessionnelle
engagée en Occitanie depuis 1991



INSTINCT. SHARED.



**VIGNOBLES DU
SUD-OUEST**
DE L'ORIGINE À L'ORIGINALITÉ



SIGNATURES ORIGINALES



**vigneron
indépendant**



Vins du
Roussillon



**VIGNOBLES
DE LA VALLÉE
DU RHÔNE**

La finalité des observatoires éco

Pour une viticulture dynamique à horizon 2035, nous devons

- Inverser le paradigme de départ : partir du panier du consommateur pour flécher ses demandes sur nos parcelles
- Conquérir des parts de marché et identifier nos opportunités de marché
- Faire progresser la valeur perçue de nos vins
- Objectiver les décisions de filière par la donnée économique

**Dans un objectif de création de valeur pour
faire vivre les femmes et les hommes de notre secteur et
maintenir l'économie de notre territoire**

Faire progresser la valeur perçue de nos vins

Une étape essentielle pour créer de la valeur

Faire progresser la valeur perçue



- Pour faire face aux défis de la production (changement climatique, baisse des rendements, etc.) et du commerce (baisse de la consommation, fermeture de marchés, etc.) il est essentiel de faire progresser la valeur perçue de nos vins
- C'est un enjeu de rentabilité pour tous les maillons de la filière
- Sur un marché de plus en plus concurrentiel, nous ne pouvons plus nous contenter de produire du vin substituable. Nous devons construire notre image et développer notre notoriété pour reprendre les parts de marché que les vins du nouveau monde nous ont pris ces 20 dernières années.

Accompagner les opérateurs dans une meilleure connaissance des marchés

Au service de la segmentation et
de la conquête de parts de marché

Une meilleure connaissance des marchés



- Des outils pour suivre les marchés et leurs évolutions : identifier les parts de marché à conquérir et les tendances de demain
- En complémentarité avec les outils d'aide à la décision et de pilotage du vignoble et de sa segmentation (Pérévins Datad'Oc)
- Des études pour faire progresser la connaissance des consommateurs, objectiver nos décisions et mieux appuyer nos actions sur les marchés

Baromètre de notoriété



Lancement de l'étude début mai 2026 sur 4
Pays
(France, Allemagne, Canada et Japon)



- Baromètre de notoriété auprès des consommateurs des vins du bassin Languedoc-Roussillon
- Budget : 150 k€ (50 k€ / an)
- Fournisseur : IWSR
- Périmètres : 12 pays
- Questionnaire envoyé à 1 000 individus/pays
- Objectifs :
 - Evaluer la notoriété assistée et la pénétration à l'achat de nos vins;
 - Identifier la valeur perçue (consentement à payer et rapport qualité-prix) ainsi que l'image ;
 - Diagnostiquer l'image de nos vins auprès des consommateurs et les mettre en perspective avec un benchmark concurrentiel.

75 produits

Notoriété
assistée

Achat vins de la
région

Fréquence
d'achat

10 produits

Question
d'image

Prix maximum
consenti

10 bannières
3 communes (LR. et Occitanie et Sud de France)

Notoriété
oenotouristique

Attractivité
oenotouristique

Portail INTERSUD



En cours de lancement

- Développement de la plateforme Intersud;
- Mise à disposition de données :
 - Aux acteurs de la filière : les producteurs & Aux métiers (négoce, Union des coopératives, les VIF..)
 - Données issues des DRM, des contrats, des douanes et de panels;
 - Sous format excel et des présentations power bi;
 - Une mise à jour automatique quotidiennement.
- Objectifs:
 - Faciliter l'échange des données;
 - Rendre accessible en continu les données du marché;
 - Soutenir l'analyse et le suivi des marchés.



Formation POWER BI

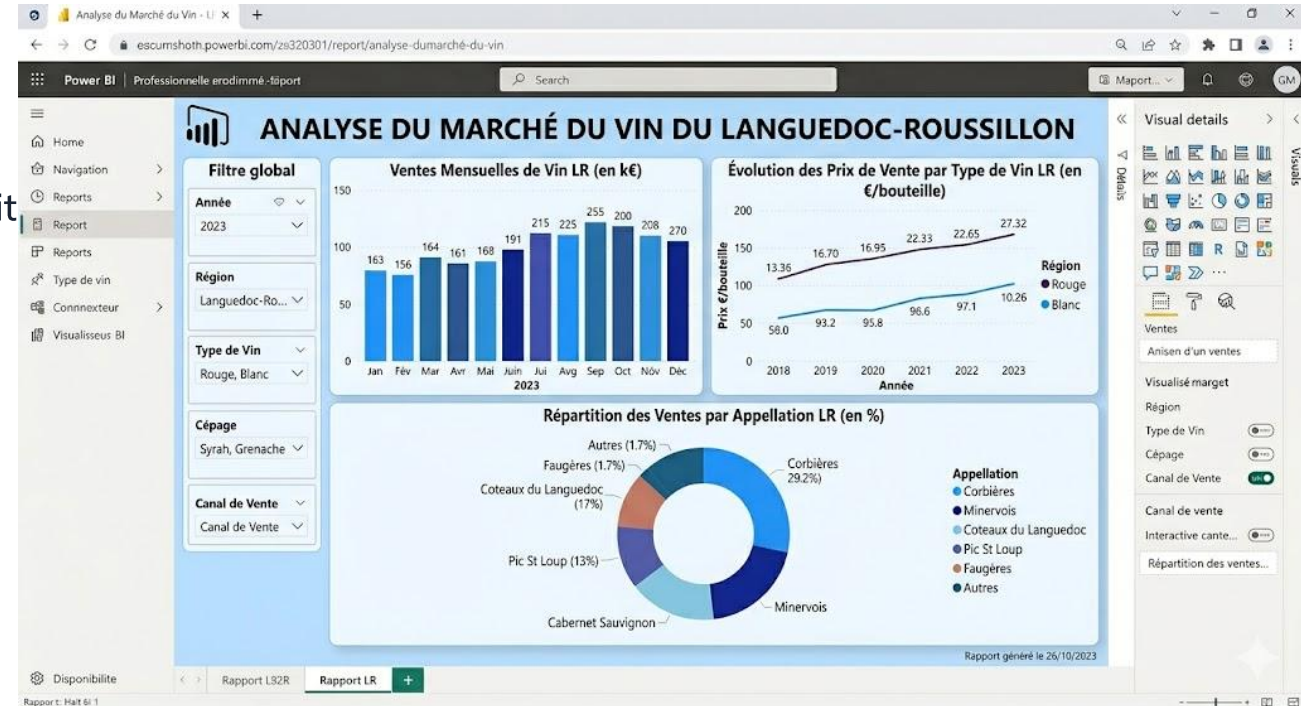


Réalisée en mai 2026

- Formation par l'entreprise NEXT DECISION sur 2 jours;
- Bénéficiaires : Ensemble des chargés d'analyse économique (interprofession, Union des coopératives et l'UEVM);
- Objectifs:
 - Acquérir des connaissances sur l'application pour :

Réaliser des présentations interactives;

Traiter et Optimiser l'ensemble des données à disposit



Il s'agit de données fictives

 Power BI



Référencements : Wine Searcher



En cours de lancement



- Etude de positionnement des vins du bassin Languedoc-Roussillon
- Budget : 150 k€ (50 k€ / an)
- Fournisseur : Wine Searcher
- Périmètres : 10 pays + 6 Etats USA
- Objectifs :
 - Mieux connaître le positionnement de nos vins sur nos marchés aujourd'hui
 - Faire progresser la connaissance collective de nos marchés
 - Identifier les segments de marchés sur lesquels positionner et/ou repositionner notre offre
- Livrables :
 - Relevé d'offres à date anniversaire pendant 3 ans, mis en miroir avec les mêmes relevés à 2 dates antérieures (au choix);
 - Visualisation des données en PowerBI avec des filtres dynamiques qui permettent d'explorer les données clés sur chaque marché ;
 - Restitution de l'étude lors d'une présentation en réunion.

Etude de marché Inde : Agrex Consulting



Réalisée – restitution en juillet 26

- Opportunité : Accord de commerce signé entre l'UE et l'Inde en janvier 2026
- Réalisation d'une étude de marché pratique à destination des opérateurs
- Object : le marché indien du vin
- Bénéficiaires : Ensemble des ressortissants des interprofessions
- Objectifs:
 - Améliorer la connaissance des opérateurs sur ce nouveau marché
 - Identifier les opportunités de marché à saisir
 - Informer les opérateurs sur la mécanique de construction des prix (droits de douanes différenciés) pour préserver la valeur de nos vins sur un marché en construction
- Livrables :
 - Synthèse de marché de 15 pages
 - Guide pratique
 - Répertoire des 55 principaux opérateurs du marché