

## **InterLoire dévoile la nouvelle identité collective des Vins de Loire : une ode à la richesse de ses vignobles et de leurs terroirs**

Rassemblant 34 AOP et 1 IGP, InterLoire annonce fièrement le lancement de la nouvelle identité collective conçue pour faire rayonner les vins de Loire sur la scène nationale et internationale. Cette démarche s'inscrit dans le cadre du nouveau projet politique de l'interprofession, dont un des objectifs est de développer la notoriété et la valorisation des vins ligériens. Ce projet stratégique est motivé par l'attractivité grandissante auprès des consommateurs tant en France qu'à l'international.

### **Frais, fruités et élégants, les Vins de Loire ont le vent en poupe**

La diversité et la grande richesse de l'offre de Vins de Loire fait figure d'atout majeur dans le contexte actuel. Des blancs secs ou moelleux, des rouges fruités ou charpentés, des rosés secs ou tendres et des fines bulles blanches et rosées, la gamme des vins de Loire reflète la richesse des terroirs et des cépages de la région. Dans un contexte où les habitudes de consommation sont en mutation, les vins de Loire séduisent autant les curieux par leur fraîcheur que les connaisseurs par la complexité de leur palette aromatique.

Les chiffres confirment la position de la Loire comme une force viticole incontournable en France et dans le monde. Au niveau international, la Loire se distingue comme étant la première région viticole pour la production de Cabernet Franc, de Chenin Blanc et de Melon Blanc, et deuxième pour le Sauvignon Blanc. En France, la Loire est la première région de production de fines bulles (hors AOP Champagne). Elle est aussi la première région pour les AOP de vins rosés vendus en grande distribution. Tout comme les blancs, les rouges sont largement présents en grande distribution et sont devenus incontournables chez les cavistes : 97% d'entre eux proposent au moins une référence. Les fines bulles de Loire s'affirment aussi comme incontournables dans le paysage viticole : Si la grande distribution reste leur canal principal de distribution, elles se hissent à la première place des fines bulles vendues chez les cavistes, représentant 22% des références fines bulles chez les cavistes.

Pour soutenir cet élan, les acteurs d'InterLoire sont mobilisés pour développer la notoriété et la valorisation des vins de Loire, qui participent pleinement à la noblesse des vins français.

### **Un projet stratégique porté par un collectif uni**

Fruit d'une longue démarche collective, InterLoire a entrepris une refonte de sa communication collective, marquée par un nom fédérateur, en passant de Vins du Val de Loire à Vins de Loire. Ce nouvel univers de communication est matérialisé par une modernisation du logo et des couleurs inédites.

Le processus de réflexion a débuté en 2021 avec la rédaction du livre "La Loire et ses Vins, 2 000 ans d'histoire(s) et de commerce", qui retrace l'évolution des vignobles de Loire et met en lumière l'importance du fleuve dans l'évolution des appellations ligériennes. Tout au long de l'année 2022, les vigneron et négociants ont travaillé un corpus identitaire commun. En 2023, le fruit de ces

# VINS DE Loire

réflexions a été formalisé dans une phase de création collaborative (benchmark, focus groupes, interviews, ateliers participatifs). Cette dernière étape a conduit à la création d'une identité visuelle symbolisant à la fois la pluralité des terroirs et la singularité de chacune des AOP et de l'IGP, mais aussi leur puissant socle commun.

## Une identité visuelle inspirée de la pluralité des terroirs

# VINS DE Loire

La nouvelle identité visuelle met en lumière la pluralité des terroirs présents au sein des vignobles grâce aux différentes strates géologiques.

La Loire vue du ciel permet de mettre en valeur la richesse des vins via la déclinaison en dégradé, d'accentuer la notion de voyage qui accompagne les consommateurs tout au long de leur vie et de symboliser le socle collectif. La typographie choisie incarne les valeurs de connivence et de proximité chères aux acteurs de la communauté viticole de la région. Centrée sur le bleu, la palette chromatique est agrémentée de couleurs terreuses pour apporter élégance, authenticité, et savoir-faire. Elle vise à représenter fidèlement le caractère unique des vignobles de Loire et la diversité de ses vins et acteurs.

*“Par cette nouvelle identité, l'objectif très clairement affiché est de s'assumer comme un collectif fort centré autour de notre atout phare, la Loire, qui lie tous nos vignerons et négociants. L'objectif final est bien de reconquérir des parts de notoriété qui se transformeront en gains de parts de marché sur tous nos secteurs de distribution tant en France qu'à l'Export”,* explique Camille Masson, Président d'InterLoire.<

*“Dès le début du XIXe siècle, les gabares emplies de tonneaux remontaient notre fleuve majestueux pour acheminer nos grands vins jusqu'au chais de Bercy. En 2024, les voiliers cargos traversent les océans pour que les tables de tous les continents proposent toute la diversité et l'élégance des vins de Loire. Au travers des siècles, la Loire se réinvente et s'adapte. Notre nouvel étendard « Vin de Loire » est la fierté des vignerons et négociants.”* commente Joël Forgeau, Président Délégué d'InterLoire.

## A propos d'InterLoire

Au sein de la troisième région viticole française de vins d'appellation d'origine protégée, l'interprofession des Vins de Loire, rassemble 3 000 opérateurs (vignerons, maisons de négoce et coopératives) et représente 80% des volumes du bassin viticole.

L'interprofession des Vins de Loire regroupe 34 appellations et dénominations du Nantais, de l'Anjou-Saumur et de la Touraine, ainsi que l'IGP Val de Loire, réparties sur 42 000 hectares et 14 départements de la Vendée au Puy-de-Dôme.

**Contacts presse InterLoire :** Julia Chevalier - [j.chevalier@vinsdeloire.fr](mailto:j.chevalier@vinsdeloire.fr) - 06 17 09 13 87

**Contacts presse Agence Gulfstream :** Marie Gerometta – [mgerometta@gs-com.fr](mailto:mgerometta@gs-com.fr) – 06 83 40 81 10