

L'ITINÉRAIRE DU VIGNERON

DOSSIERS

TERROIRS
& TERRITOIRES

ACCOMPAGNEMENT
DES INITIATIVES
LOCALES

COMMUNICATION
& PROMOTION

ÉCONOMIE

MINERVOIS

Le Grand vin millésimé par le vent



Toujours à vos côtés

En cas d'arrêt de travail : nous prenons en charge vos revenus, vos frais professionnels et de remplacement.



Protégez-vous contre les aléas de la vie.

Parce que la bonne marche de votre exploitation agricole repose sur vous, si vous ne pouvez plus travailler, après une maladie ou un accident, vos revenus seront-ils suffisants pour assumer vos charges professionnelles et personnelles ? En cas de coup dur, votre contrat prévoyance agricole vous permet de faire face à cette situation et de protéger vos proches.



Groupama Méditerranée, Caisse Régionale d'Assurances Mutuelles Agricoles Méditerranée - 24 Parc du Golf - BP 10359 - 13799 Aix-en-Provence Cedex 3 - 379 834 906 RCS Aix-en-Provence - Emetteur de Certificats Mutualistes. Entreprise régie par le Code des assurances et soumise à l'Autorité de Contrôle Prudentiel et de Résolution - 4 place de Budapest - CS 92459 - 75436 Paris Cedex 09. Crédit photo : Aurélien Chauvaud - Création : Agence Marcel - Juin 2025



SOMMAIRE

TERROIRS & TERRITOIRES	4
ACCOMPAGNEMENT DES INITIATIVES LOCALES	8
PROMOTION & COMMUNICATION	10
LA MAISON DES VINS DU MINERVOIS.....	12
COMMUNICATION DIGITALE ET RÉSEAUX SOCIAUX.....	13
BILAN DE CAMPAGNE 2024/2025 & RÉCOLTE 2025.....	14
GOODIES MINERVOIS.....	15



Retrouvez désormais, une fois par an votre magazine «L'itinéraire du vigneron» pour faire le point sur la vie de notre appellation.

Comité de rédaction : Équipe Minervois
Photos : LC Vision, Gilles Deschamps
Réalisation : Résonance communication

ÉDITO

Dans le Minervois, nous vivons avec le vent. Il accompagne nos saisons, façonne nos paysages et forge nos vins. Mais la tempête Nils – comme celles qui ont suivi – est venue rappeler avec force qu'il peut aussi se montrer brutal. Les rafales ont frappé durement, entraînant pour nombre d'entre vous des dégâts sérieux, touchant à la fois lieux de vie et outils de travail : arbres, toitures, bâtiments, routes, ...

À cette épreuve météorologique s'ajoute une autre tempête, plus diffuse mais tout aussi éprouvante : celle qui traverse la filière viticole depuis plusieurs années. Les tensions commerciales internationales, le recul de marchés clés, la baisse des exportations – en particulier vers les États-Unis et la Chine – et des conditions de production de plus en plus complexes mettent à rude épreuve notre appellation, comme l'ensemble de la profession.

Dans ce contexte, notre slogan « Le Grand Vin millésimé par le vent » prend une résonance particulière.

C'est dans ce contexte que les premiers retours du salon Wine Paris 2026 ont été accueillis avec attention. Avec une ambiance affichant un dynamisme apparemment retrouvé, record de fréquentation à la clef (plus de 63 000 visiteurs venus de 169 pays). Les échanges ont été jugés à la fois nombreux, qualifiés et prometteurs. Nos vignobles, en particulier, ont attiré l'attention d'acheteurs internationaux en quête de valeurs sûres et de terroirs porteurs de sens. Dans le marché actuel, cette visibilité renouvelée offre des perspectives bienvenues. Et si la prudence reste de mise - les commandes ne se confirmeront qu'au fil des prochaines semaines - le climat de travail et l'intensité des échanges constituent des signaux encourageants. Donc, après les tempêtes, continuons de travailler dans la perspective de l'accalmie et de vents plus porteurs. Et notamment, tout particulièrement sur notre territoire, où notre appellation combine construction, structuration de notre offre, mise en lumière de nos spécificités par l'accompagnement des démarches de DGC. L'année 2026 devrait voir de très sérieuses avancées sur nos dossiers les plus anciens...

Mais notre territoire est aussi le 1er lieu d'animation et de promotion pour notre appellation, à travers les opérations portées par le Syndicat de l'appellation et par son outil, la Maison des Vins, mais aussi par toutes les opérations que chacun d'entre vous met en place à différentes échelles et pour lesquelles nous avons souhaité renforcer notre accompagnement pour cette année !

En ce début d'année, souhaitons-nous donc, collectivement, une campagne 2026 qui permette à notre appellation de continuer d'avancer, inventive et ancrée dans la force de son terroir face aux difficultés.

Philippe Coste
Président du Syndicat du Cru Minervois



TERROIRS & TERRITOIRES

Entre terroirs et territoires, c'est un dialogue fait de vie commune et d'intérêts partagés. De « petites » histoires, celles des producteurs, des habitants, des paysages, façonnées dans l'Histoire plus large. Dans une période chahutée, cultiver ce lien est essentiel. Un terroir comme un territoire ne prend sens que parce qu'il est vécu, habité, transmis. Ils s'écrivent chaque jour.

UNE APPELLATION POUR UN TERRITOIRE



Le **Minervois** est un territoire dont les origines « institutionnelles » remontent au haut Moyen Âge. Dès l'époque carolingienne, les textes mentionnent le Suburbium Minerbense, circonscription relevant du Pagus Narbonensis et centrée sur Minerve, citée dès 873 comme Castrum Menerba. Cette mention ancienne témoigne d'un espace déjà structuré par l'administration du royaume, et qui va se consolider sous l'influence conjointe des diocèses de Narbonne et de Carcassonne.

Après la Croisade contre les Albigeois, la disparition des vicomtés conduit au rattachement du territoire au domaine royal en 1271 ; Minerve devient alors une châtelainie intégrée à la sénéchaussée de Carcassonne, ossature administrative stable jusqu'à la Révolution. En 1318, la création du diocèse de Saint-Pons redessine certaines limites religieuses sans remettre en cause l'unité historique

du pays. En 1790, le Minervois est partagé entre l'Aude et l'Hérault, mais les nouvelles communes reprennent largement les contours paroissiaux antérieurs.

La structuration moderne du Minervois viticole s'inscrit dans cette continuité et cette identité. Dès l'entre-deux-guerres, les producteurs l'affirment quand ils fondent, le **17 août 1922**, le Syndicat de défense des crus du Minervois ; le **31 juillet 1923**, le tribunal de Saint-Pons fixe un périmètre de référence, première tentative officielle de délimitation du Minervois viticole. Cette reconnaissance administrative se superpose à un mouvement toponymique symbolique. En 1936, à la demande de l'Etat de rationaliser/préciser les noms des communes, Argens, Bize et Pouzols choisissent d'ajouter officiellement « **-Minervois** » à leur nom, marquant leur (r)attachement à un territoire dont

elles portent la tradition. Dans les jalons historiques, on peut aussi retenir, le **24 septembre 1943**, le Bulletin officiel des prix classe alors les vins du Minervois parmi les appellations d'origine simple. Mais c'est l'arrêté du **2 avril qui reconnaît le Vin Délimité de Qualité Supérieure (VDQS) Minervois** (et Vin Noble du Minervois...) en reprenant les jugements des juridictions de Saint-Pons, Narbonne et Carcassonne de 1950 qui dressent les listes de communes relevant des usages locaux. Seules les communes de **Saint-Nazaire-d'Aude** et de **Villalier** seront ajoutées à ce périmètre lors de la reconnaissance en appellation d'origine contrôlée en 1985.

C'est aujourd'hui encore ce périmètre de l'appellation d'origine qui définit le territoire Minervois sur 61 communes de l'Aude et de l'Hérault.



LA RECONNAISSANCE D'UNE APPELLATION



L'appellation Minervois a été reconnue AOC en 1985 après un passage en VDQS.

C'est une trajectoire assez similaire à celle de la plupart des autres appellations de vins rouges du Languedoc et en décalage de phase avec les autres grandes régions viticoles françaises avec, parmi les facteurs d'explications, une situation agronomique extrêmement favorable à la culture de la vigne donnant - par endroit et pendant une grande partie du XXème siècle - un bassin avec une puissance de production massive. Si la trace de cette histoire reste bien présente dans la mixité actuelle de la production, les ancrages territoriaux et la volonté de mettre en lumière des terroirs parfois millénaires ont, depuis les années 1980, bien repris leur place.

En Minervois, c'est un travail entamé dans les années 1970 qui a permis la reconnaissance de l'appellation. Et dès cette reconnaissance, l'identification et la qualification des nuances de terroirs au sein de la famille Minervois se sont poursuivies dans le cadre d'un programme de développement alors appelé « Programme Minervois Ambition » et fondé sur le travail d'identification des Grands Secteurs Viticoles du Minervois réalisé par Jean-Claude Jacquinet et Jean Héritier en 1984. Ce travail aboutira à la reconnaissance de l'appellation « Minervois-La Livinière » sur le secteur du Petit Causse, seul secteur dont la démarche aura abouti parmi les huit secteurs qui s'étaient lancés.

UN TERRITOIRE, DES TERRITOIRES !

Le territoire de l'appellation recouvre aussi tout ou partie, plus ou moins grande, plus ou moins anecdotique, d'autres entités territoriales administratives notamment mais aussi des périmètres de protection et/ou développement (Natura 2000, Parc Naturel, Grand Site, ...). Pour l'ensemble de ces territoires l'appellation, de part son existence, porte un impact positif dans le développement, la vie économique. C'est ce que révèlent les études d'impact de développement durable portant sur la présence d'appellation d'origine sur un territoire mais aussi les chiffres.



- 1 région : l'Occitanie.
- 2 départements : l'Aude et l'Hérault.
- 4 communautés d'agglomération ou de communes :
 - Carcassonne Agglo
 - Le Grand Narbonne
 - Du Minervois au Caroux
 - Région Lézignanaise Corbière Minervois
- 61 communes.



La viticulture française ce n'est pas seulement du vin et des eaux-de-vie de vin. C'est :



65% DU VIGNOBLE EN AOC
505 000 hectares en AOC (sur 783 000 au total)



386 AOC VITICOLES
Vins et eau-de-vie de vin sur tout le territoire



58 000 EXPLOITATIONS EN FRANCE
La majorité des exploitations AOC sont inférieures à 20 ha



20 000 COMMUNES
Viticoles françaises sur 90 départements



12 MILLIONS D'OENOTOURISTES
chaque année
45 millions € de recette directe



440 000 EMPLOIS
Directs et indirects, soient 2% de l'emploi en France. 92 milliards d'€ de CA

(source CNAOC)



l'appellation Minervois sur son territoire, c'est :



3500 HA VIGNOBLE AOC
Et 18 000 ha de vignes sur le bassin



4 AOC ET 4 DGC*
*En cours de reconnaissance



500 EXPLOITATIONS EN AOC
Soit une exploitation sur trois mais 90% des structures vinificatrices produisent de l'appellation.



61 COMMUNES
45 000 habitants



3,5 MILLIONS DE NUITÉS POUR L'OENOTOURISME DANS L'AUDE
Soit 15% des nuitées touristiques du département (moyenne nationale à 10%).



5000 EMPLOIS
Directs et indirects. Et plus de 10 millions d'€ de CA

LA LIVINIÈRE, UN LONG CHEMIN



C'est très certainement la conviction de quelques-uns, générant un collectif déterminé à revendiquer leur origine plus spécifique, et la qualité des vins associés, qui a prévalu dans le succès de cette démarche. On a ainsi vu aboutir la première reconnaissance en Languedoc d'un cru de niveau communal (une appellation de niveau communal correspond à une appellation délimitée sur une, à une dizaine de communes, avec un socle pouvant être constitué d'une appellation moins restrictive sous-régionale et, possiblement, d'une appellation régionale), l'appellation Minervois-La Livinière en 1999.

Il aura ensuite fallu encore vingt ans avant la reconnaissance définitive de ce niveau, avec l'émancipation symbolique représentée par le passage au nom « La Livinière », acquis par l'appellation en 2024.

Un long chemin donc, et beaucoup de travail, mais des résultats qui ne se traduisent aujourd'hui pas seulement dans la bouteille, mais aussi dans les chiffres. La Livinière, entre la reconnaissance en 1999 et aujourd'hui, c'est :

- deux fois plus d'entreprises déclarantes (45 en 2025) ;
- deux fois plus de surfaces engagées (403 ha en 2025) ;
- un prix du vrac moyen doublé par rapport à celui de l'appellation Minervois (250€/hl) ;
- un prix moyen de la bouteille au consommateur également environ deux fois supérieur à celui d'une bouteille de Minervois (21€ prix moyen relevé caveau) ;
- Cet exemple peut fixer des attentes, mais aussi apporter des éléments de réponse, par l'expérience, à la question régulièrement posée de la « pertinence du découpage » d'une appellation...



C'EST AUSSI UNE DYNAMIQUE QUI MARQUE SON TERRITOIRE :



- Progression de la SAU* de +14% en moyenne sur les communes de l'appellation dans un contexte départemental (Aude et Hérault) de recul.
- Progression de l'Indicateur de Production Brute Standard (en €/ha) de +10% sur les communes de l'appellation, là-aussi dans un contexte de recul départemental.
- Progression de 5% des emplois dans l'agriculture sur le territoire de l'appellation (portant l'emploi dans l'agriculture à 32% des emplois contre 18% à l'échelle du Minervois) toujours dans un contexte de recul de l'emploi dans l'agriculture à nos échelles départementales. (Sources : Etude d'impact de l'AOC La Livinière sur le développement du territoire - 2023 et données INSEE - 2024)

DES DGC POUR POURSUIVRE LA RÉVÉLATION DES TERROIRS DE L'APPELLATION

À ce jour, et compte tenu des capacités de portage de ce type de démarche par des collectifs de vignerons répondant aux exigences de l'INAO, quatre dossiers de demande de reconnaissance en DGC ont été déposés en Minervois entre 2015 et 2020. Toutes ces initiatives visent à reconnaître et à valoriser des identités de terroir, des démarches et des styles de vins qui appartiennent pleinement à la famille Minervois, tout en exprimant des singularités propres.

Si l'exemple de La Livinière est particulièrement parlant d'un point de vue économique, d'autres motivations justifient la poursuite de ces démarches :

- Sur le plan de la communication, si la notoriété de ces terroirs émergents reste souvent confidentielle, et que beaucoup reste à expliquer et à faire connaître, c'est là qu'est aussi leur potentiel. Ils offrent de nouvelles histoires à raconter, ancrées dans le réel, portées par des collectifs humains engagés. Autant d'atouts pour une communication sensible et efficace, qui donne de la matière aux amateurs curieux de découverte.
- Sur le plan territorial, la diffusion du message est très progressive, mais une fois qu'il s'installe, on constate qu'un travail à une échelle plus fine renforce l'appropriation locale. Les communes et leurs habitants se reconnaissent alors plus directement dans un terroir « à leur porte » pour lequel ils ressentent un sentiment d'appartenance plus fort.

Les DGC sont non seulement un outil de hiérarchisation et de segmentation qualitative, mais aussi un levier de révélation, de structuration identitaire et de valorisation pour l'ensemble de l'appellation Minervois. Elles révèlent sa richesse.

POINT D'ÉTAPE DES DÉMARCHES



- **2015** : Dépôt du dossier
- **2016** : Nomination d'une commission d'enquête
- **2017** : Mandat d'une commission de consultants
- **2026** : Approbation du rapport d'étape



- **2015** : Dépôt du dossier
- **2016** : Nomination d'une commission d'enquête
- **2017** : Mandat d'une commission de consultants
- **2024** : Approbation du rapport d'étape
- **2025** : Validation de l'aire géographique (commune d'Agel et d'Aigues-Vives)
- **2026** : À venir approbation des critères de délimitation et du cahier des charges



- **2019** : Dépôt du dossier
- **2020** : Extension des missions de la commission d'enquête à ce dossier
- **2022** : Mandat d'une commission de consultants



- **2020** : Dépôt du dossier
- **2021** : Extension des missions de la commission d'enquête à ce dossier
- **2022** : Mandat d'une commission de consultants



DGC, KESAKO ?

Aujourd'hui, dans le monde des appellations d'origine contrôlée, la reconnaissance d'un terroir plus spécifique — avant de poursuivre éventuellement le chemin vers une appellation communale — passe par la notion de DGC.

Une DGC, Dénomination Géographique Complémentaire, permet pour un terroir donné l'utilisation de la mention de ce nom en complément du nom de l'appellation « mère », dans le cadre d'une délimitation et de conditions de production plus spécifiques au sein même du cahier des charges général.

ACCOMPAGNEMENT DES INITIATIVES LOCALES

L'ancrage local, axe majeur de notre programme d'action, peut aussi se faire dynamique collective. En incluant, encourageant et facilitant les initiatives individuelles, nous souhaitons nourrir un cercle vertueux de visibilité pour l'appellation, sur son territoire et au-delà. C'est d'autant plus essentiel que la baisse des volumes fragilise aujourd'hui cette visibilité auprès du public.



Vous étiez nombreux à nous solliciter régulièrement pour le prêt de matériel syndical afin d'organiser vos événements, au-delà du simple prêt de verres déjà en place.

Et nous savons très bien l'énergie que beaucoup d'entre vous investissent chaque jour pour créer et faire vivre des actions et événements vigneron, aux couleurs de vos caves et domaines, mais aussi aux couleurs de l'appellation sur le territoire.

En réponse, votre syndicat a souhaité pouvoir plus et mieux accompagner les initiatives individuelles et collectives de ses vigneron d'appellation en structurant son soutien. Cela passe par une boîte à outils composée de ressources logistiques et de communication existantes, mais rendues plus accessibles et mieux articulées entre elles, ainsi que de possibilités nouvellement déployées.

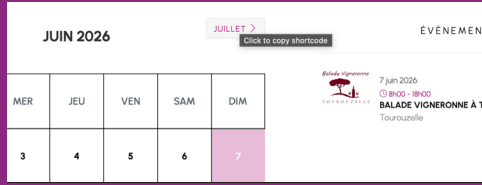
Cette boîte à outils comprend des éléments déjà en place, d'autres qui seront renforcés ou réorganisés, et plusieurs nouveautés qui viendront les compléter. Pour certains dispositifs, l'année 2026 fera office de phase de test, afin d'identifier ce qui fonctionne bien, ce qui doit être ajusté, et ce qui doit éventuellement évoluer.

N'hésitez pas à nous faire remonter vos retours d'expérience : ils seront essentiels pour affiner ces outils et accompagner au mieux vos initiatives !



RELAIS DE COM

AGENDA EN LIGNE



Nous ouvrons cette année un espace agenda en ligne sur le site internet de l'appellation. Il sera couplé à une newsletter à destination du grand public recensant les événements vigneronnes « Minervois » sur notre territoire. Une fiche d'inscription type vous sera adressée très prochainement via le Flash Info, mais un simple courriel à notre intention, au minimum une quinzaine de jours avant votre événement, avec les informations essentielles, peut faire l'affaire !

C'est un agenda réservé aux producteurs de l'appellation et entreprises associées.

RELAIS DE COM

RÉSEAUX SOCIAUX



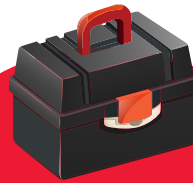
Nous allons, bien sûr, continuer à relayer en story, sur nos réseaux, toutes vos infos concernant vos événements locaux dont nous sommes informés.

N'hésitez donc pas à nous taguer sur vos publications. Et, pour plus de sécurité, pensez aussi à nous envoyer un petit mail pour nous le signaler : on peut très facilement passer à côté d'un tag en story — par essence éphémère — surtout lors des périodes très chargées sur les réseaux (salons, pleine saison...). Une story à la une (sur Instagram) leur sera consacrée pour pouvoir les conserver et retrouver facilement.

Concernant vos événements ou opérations non locales, n'hésitez pas à nous les faire remonter également : une publication mensuelle récapitulera où se trouvent les vigneronnes et vigneronnes du Minervois partout en France.

BOITE À OUTILS

Initiatives vigneronnes sur le territoire de l'appellation.



VISIBILITÉ – PETITS MATÉRIELS

GOODIES



Retrouvez la fiche pour les commander en page 15 avec les mises à jour tarifaires.

MAISONS DES VINS

RELAIS DE COM



POINT INFO : Entre la caisse de la Maison des Vins et l'espace accueil de la Capitainerie, un espace « affichage libre » va être mis à disposition des vigneronnes, en renfort de la carte de l'appellation, pour l'affichage physique de vos événements.

Une borne digitale, mise à disposition par un fournisseur, permettra aussi aux visiteurs qui le souhaitent de naviguer sur le site internet de l'appellation, d'accéder à l'AGENDA, voire... de tester leurs connaissances sur l'appellation.

APPUI LOGISTIQUE

PRÊT DE MATÉRIEL



En réponse à des demandes régulières, nous allons tester, sur 2026, une modalité de mise à disposition de plus gros matériel pour vos événementiels. Vous trouverez ci-contre quelques exemples, et nous vous adresserons prochainement la fiche détaillant ce qui sera mis à disposition, ainsi que les modalités et le bon de réservation type.

L'objectif de la tarification de certains matériels est bien de pouvoir garantir la pérennité de ce dispositif.

Il est évident que, pour pouvoir prêter ces matériels dans de bonnes conditions, nous devons veiller au respect des engagements des uns et des autres, en particulier sur les délais et l'état de retour, caution à l'appui !

ACCOMPAGNEMENT

PARTAGE D'EXPERIENCE

Enfin, de manière générale, n'hésitez pas à nous solliciter pour échanger sur l'organisation de vos événements. Nous sommes tout à fait prêts à nous enrichir de vos expériences et à vous faire des retours sur les nôtres !

PROMOTION & COMMUNICATION

Promotion : France / international accueil presse / Bilan pro-actions 2025/26

DÉGUSTATIONS PRESSE

2025 a été marquée par plusieurs temps forts de presse/dégustation avec en accueils de journalistes : la Revue des Vins de France et la journaliste Birte Jantzen écrivant pour le média américain Jeb Dunnuck.com.

Ces dégustations sont depuis deux ans organisées conjointement avec les appellations Corbières et Fitou et se font en alternance dans notre salle de dégustation de Siran ou au Château de Boutenac. La priorité étant d'assurer le meilleur accueil pour ces journalistes et en particulier de faciliter leurs déplacements afin de gagner du temps pour des visites vignobles / caves et domaines par exemple.

En octobre dernier nous avons reçu Antoine Gerbelle pour sa web TV « Tellement Soif ». Un tournage sur plusieurs jours qui s'inscrit dans la ligne éditoriale de sa chaîne avec : dégustation à l'aveugle, commentaires de ses vins sélectionnés, retour sur l'appellation et la Maison des Vins et rencontres de vignerons chez eux. C'est toute une série de vidéos qui seront ainsi consacrées à l'appellation entre décembre et juin et que nous pourrons relayer sur tous nos réseaux !



B TO B

En prévision de notre opération «Toulouse en péniche », action autant commerciale que de communication, nous avons initié dès 2024 des rencontres/recrutements avec des professionnels du monde du vin et de la restauration : cavistes, grossistes, restaurateurs, prescripteurs de Toulouse et sa couronne.

Plus spécifiquement, au mois de mai dernier, un temps de présentation/dégustation a été organisé avec un groupe de vignerons au Flashback Café à Toulouse en préambule d'une Soirée So'Tastes en Minervois. C'est cet établissement qui nous accueillera lors de notre arrivée en péniche en Mai 2026.

Une quinzaine de professionnels sont ainsi venus déguster et ont pu être sensibilisés à la prochaine étape de notre présence toulousaine : notre retour en 2026 via le Canal du Midi !



WINE PARIS 2026 5^e ÉDITION

Depuis 2022, et la 1^{ère} édition d'un stand aux couleurs de l'appellation, une vingtaine de vigneronnes et vignerons sont rassemblés chaque année sous notre bannière. Cet espace optimisé par nos collaborations avec les appellations Corbières et Fitou, a toujours été pensé pour offrir le meilleur cadre d'affaires pour ces entreprises participantes et un élan de visibilité pour l'appellation Minervois.

Pour l'édition 2026, l'impact du contexte s'est fait sentir. Avec un nombre d'entreprises en légère baisse et un budget ramené de 200 k€ à 100 k€, cette édition s'est fait sur un stand plus réduit, avec notamment la disparition de l'espace collectif, mais en conservant les services essentiels. Malgré le contexte difficile, l'Appellation a, en effet, souhaité maintenir son engagement auprès des entreprises inscrites et mettre le maximum en œuvre pour les accompagner dans les meilleures conditions lors de ce rendez-vous majeur.

SUR LE TERRITOIRE, PROGRAMMATION 2026

- Mars - Sélection de la Maison des Vins
- De Mai à juin - Soirée So Tastes sur le territoire
- Mai - Toulouse en péniche
- 28/09 - Guinguette des vignerons du Minervois



À SUIVRE SUR L'AGENDA WWW.AOP-MINERVOIS.COM



Promotion : Local / Oenotourisme



TOULOUSE EN PÉNICHE, L'AOP MINERVOIS À L'ABORDAGE DE LA VILLE ROSE

L'AOP Minervois est traversée d'Est en Ouest par le Canal du Midi, sur 61 km de linéaire. Cette œuvre majeure va fêter ses 30 ans de reconnaissance au patrimoine mondial de l'UNESCO cette année !



Le Canal du Midi est classé « valeur universelle exceptionnelle » en réponse à ces quatre critères suivants :

- représenter un chef-d'œuvre du génie créateur humain
- témoigner d'un échange d'influences considérable sur le développement de l'architecture, des arts monumentaux, de la planification des villes ou de la création de paysages.
- offrir un exemple éminent d'un type de construction ou d'ensemble architectural, ou de paysage illustrant une période significative de l'histoire humaine.
- être un exemple éminent d'établissement humain traditionnel, de l'utilisation traditionnelle du territoire ou de la mer, ou de l'interaction humaine avec l'environnement.

Deux de ces quatre critères font directement le lien avec les vigneron·nes de l'AOP Minervois qui, par leur travail, témoignent également d'influences majeures sur la création et l'entretien des paysages et sont également un exemple évident de l'interaction humaine avec l'environnement par la révélation des potentialités de leurs terroirs.

Ayant soutenu et développé l'activité agricole et les échanges commerciaux durant plusieurs siècles dans notre région, les activités de fret fluvial ont définitivement cessés en 1989 avec le dernier voyage d'un bateau pinardier.

« Toulouse en péniche », est l'occasion de s'appuyer et mettre en valeur le lien avec ce patrimoine historique tout en s'inscrivant dans une préoccupation bien actuelle d'améliorer le bilan carbone du transport. Avec l'ambition de relancer ponctuellement (ou pas...) cette activité de fret à destination de la ville rose.

Les étapes du voyage :

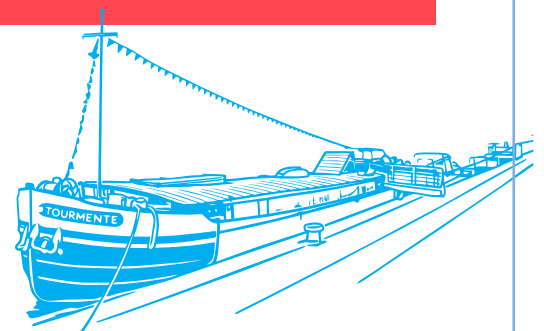
- JEUDI 7 MAI départ du Somail
- SAMEDI 9 MAI escale à Homps
- MARDI 12 MAI escale à Trèbes
- JEUDI 14 MAI escale à Castelnaudary
- SAMEDI 16 MAI arrivée à Toulouse



À chaque escale chargement/déchargement des vins transportés par la péniche, dégustation avec les vigneron·nes, animation musicale et soirée So'Tastes dans les restaurants partenaires seront au programme !



Avec plus de 850 000 habitants, Toulouse est classée « ville la plus attractive de France » en 2025 (baromètre Arthur Loyd), 11^{ème} « ville d'Europe à absolument visiter » en 2025 par le magazine Time Out, consacrée « ville à découvrir » en 2025 par le magazine de portée mondiale Lonely Planet, ville incontournable du Sud-Ouest et grande agglomération la plus proche du Minervois. Pour le clin d'œil, ce bassin de population, consommateur de vin, suffirait à consommer en intégralité la production de Minervois si une bouteille sur six bues à Toulouse était du Minervois ! Un constat qui ne peut que valider et confirmer notre stratégie d'ancrer localement et régionalement les vins du Minervois !





LA MAISON DES VINS DU MINERVOIS

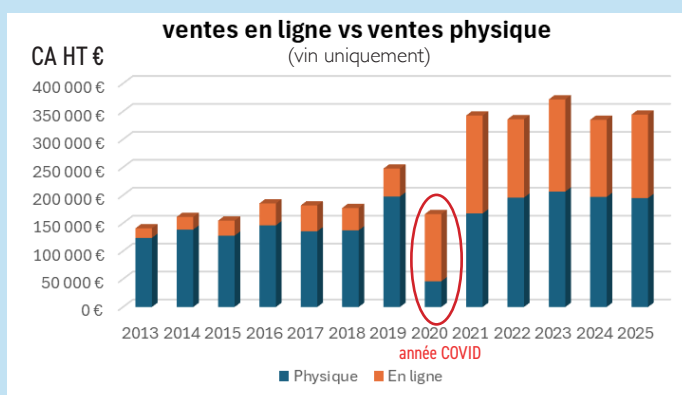
Lancée en 1998, la Maison des Vins du Minervois est la vitrine collective des producteurs de l'appellation. Elle a pour mission de promouvoir le Minervois grâce à un espace dédié à la découverte, la dégustation, le conseil et l'achat des cuvées présentées au prix caveau. Ouverte toute l'année, et six jours sur sept de mai à septembre, elle est devenue un relais précieux pour vos caveaux en période de salons ou de vendanges, ainsi qu'un soutien logistique essentiel pour les actions menées par le Syndicat de l'appellation.

Depuis 2007, la vente en ligne des gammes des vigneronnes constitue à la fois un relais de croissance pour la boutique et un moyen de toucher des clientèles plus éloignées.

BILAN

La Maison des Vins connaît une progression marquée de son chiffre d'affaires, particulièrement depuis 2019. Plusieurs leviers expliquent cette dynamique : la qualité du service et la fidélisation, à l'origine d'un excellent bouche-à-oreille pour la boutique physique ; la création de la boutique en ligne dès 2007, puis son amélioration en 2013 ; mais aussi l'effet Covid, qui a incité les amateurs à rechercher des offres qualitatives en ligne. L'ouverture du référencement à l'ensemble des cuvées des caves et domaines, et non plus aux seules références AOC, a également joué un rôle déterminant.

La hausse des visites et commandes en ligne a généré un cercle vertueux, renforçant fortement le référencement du site marchand. Celui-ci apparaît désormais en tête des résultats lorsqu'un client recherche une bouteille de Minervois.



Depuis cette évolution — et après une année 2020 largement portée par les ventes en ligne — la part du e-commerce est passée de 10–20 % du chiffre d'affaires à environ 40% en moyenne sur les cinq dernières années.

NOUVEAUTÉS

Des évolutions interviennent au sein de l'équipe. Après huit années à la Maison des Vins, Jules met désormais ses compétences au service du programme de promotion et de communication du Cru Minervois. Edwige Dausend poursuit ses missions en tant que responsable de la Maison des Vins avec, en renfort dès le mois de mars, Nicolas Roger qui, après une première saison réussie en 2025, revient pour la saison 2026.

Côté matériel, un nouvel outil est en phase de test : un écran tactile prêté en début d'année par un fournisseur. Son installation permettra d'évaluer l'intérêt des visiteurs pour ce type de support, notamment en pleine saison et dans le cadre de groupes aux centres d'intérêt parfois variés. Ce test ouvre également la réflexion sur des usages ludiques et sur l'adaptation aux attentes des différentes générations.



Deux objectifs principaux à la Maison des Vins pour 2026

- Renforcer encore la visibilité de la Maison des Vins**
 Continuer à développer les ventes en valorisant la présence de la Maison des Vins sur le territoire et en intensifiant les actions de communication auprès des prestataires locaux (hébergeurs, restaurateurs, activités touristiques, offices de tourisme...).
- Augmenter les ventes auprès des particuliers des pays limitrophes**
 Développer les ventes de vins vers l'Espagne, l'Italie, la Belgique, les Pays-Bas et l'Allemagne, pays dans lesquels la Maison des Vins réalise déjà des expéditions, afin de renforcer cette clientèle transfrontalière.

COMMUNICATION DIGITALE ET RÉSEAUX SOCIAUX

L'ANNÉE 2025

L'appellation a fait un choix clair, il y a 3 ans maintenant, de renforcer son positionnement et sa visibilité sur les réseaux sociaux avec notamment une compétence dédiée (Servane Milan). Dans le cadre de cette stratégie, un travail collaboratif a été conduit avec un groupe de vignerons et une agence de communication afin de poser une tonalité de ligne éditoriale et renforcer notre impact.

Cette réflexion a permis de retenir **trois valeurs clés** pour nos prises de paroles sur ces réseaux :

- **Intensité** : en référence au terroir et à la résilience qu'exige le métier de vigneron
- **Générosité** : illustrée par les événements, le sens du partage et de la convivialité
- **Liberté** : évoquant le vent, la liberté de parole et d'expression des vins

Elles constituent désormais le socle de notre communication digitale.

Cette ligne éditoriale s'appuie sur une cadence de publication tenue de **deux publications par semaine**, alternant **photos et vidéos** avec pour résultat une progression des communautés :

- +5,47 % sur Facebook (10 795 abonnés)
- +14,8 % sur Instagram (4 038 abonnés)

Ce qui place nos comptes au-dessus de la moyenne du benchmark de comptes vin/appellation que nous suivons qui progresse en moyenne de +3.6% sur Facebook et de +14.7% sur Instagram.



Performance des contenus :

Cette année encore, le **contenu vidéo** est celui qui a le mieux fonctionné, se révélant **plus impactant que les photos**.

Concernant les publications photos, les contenus les plus performants mettent en avant :

- l'humain
- les moments festifs
- les ambiances chaleureuses et vivantes

Les photos plus statiques ou dépourvues d'humain, de vin ou d'action génèrent, elles, moins d'engagement.

Idéalement, pour les comptes de l'appellation comme pour vos comptes, ces contenus doivent rester **minoritaires** même s'ils permettent aussi de maintenir **une régularité de publication**, élément clé de la réussite sur les réseaux sociaux, et sont bien plus rapides à produire.

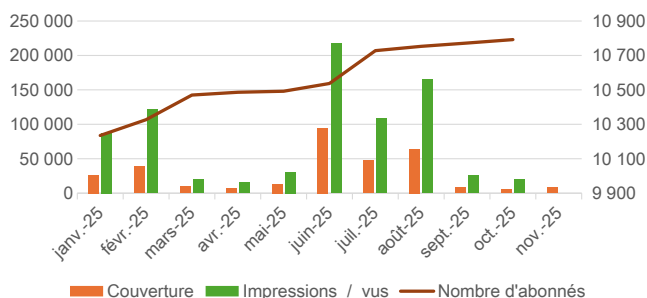
STRATÉGIE 2026

Investir un troisième réseau que nous avons peu mobilisé jusqu'à présent : **LinkedIn**.

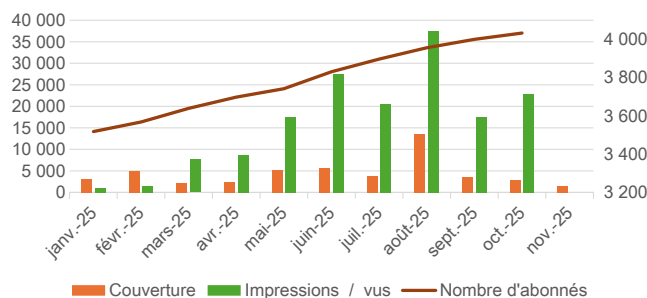
Pour cette **audience plus professionnelle** attirée par le business, la formation et le travail en réseau mais aussi plutôt jeune, avec des moyens, souvent sensibilisée et connaisseuse du monde du vin, la fréquence de publication sera **moins soutenue** et les contenus **plus orientés business, techniques et institutionnels**.



FACEBOOK 2025



INSTAGRAM 2025



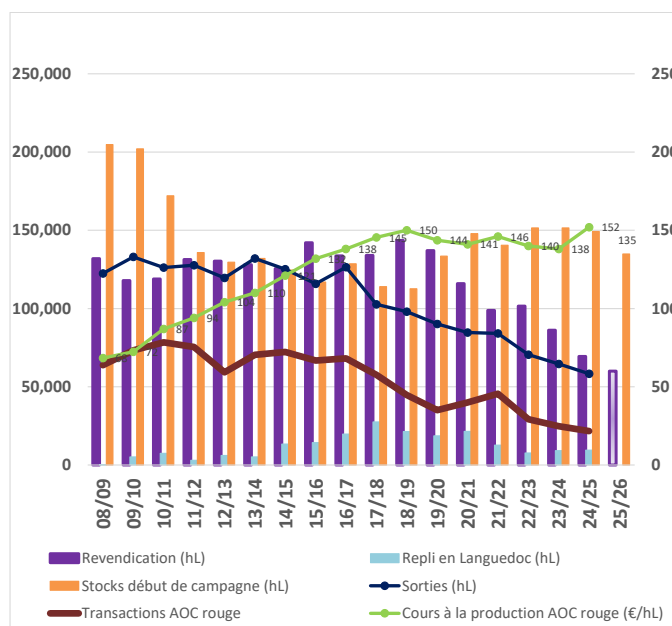
BILAN DE CAMPAGNE 2024/2025 & RÉCOLTE 2025

2024/2025 est une campagne toujours bousculée où les difficultés sont concrètes sur l'ensemble des marchés avec l'impact supplémentaire, pour une grande partie du territoire de notre appellation, de la sécheresse qui a aggravé les situations des entreprises avec une récolte particulièrement basse. Le point sur cette campagne.

La campagne 2024/2025 s'est clôturée avec 58 321 hL de sorties (- 10%) poursuivant la baisse de la commercialisation observée depuis la campagne 2016/2017. Du fait de la contraction de la revendication, en suivi de cette conjoncture, et de quelques volumes repliés ou déclassés, les stocks à la production diminuent de 10% en valeur brute mais ils représentent tout de même près de 28 mois de commercialisation contre 20 mois en 2020/2021 (12 mois à leur plus bas en 2015/2016).

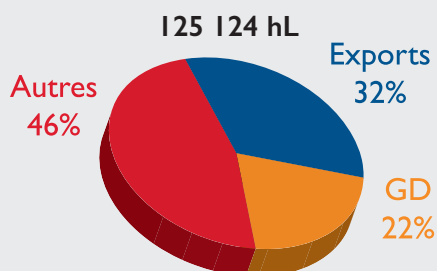
A noter que dans cette baisse, on observe une contraction tendancielle plus forte sur le marché du vrac qui représente aujourd'hui 37% des sorties contre 54% en 2016/2017 confirmant ainsi également son statut de baromètre économique.

La récolte 2025 déclarée en appellation s'annonce particulièrement basse dépassant à peine les 60 000 hL avec une projection d'un niveau bas durable de déclaration par l'effet des arrachages et de cette conjoncture. Les surfaces en appellations devraient aussi passer en dessous des 3 000 ha.

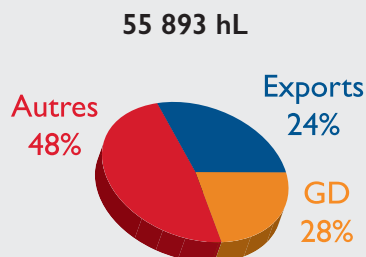


LES MARCHÉS

Circuits de distribution 2015 - Sorties :



Circuits de distribution 2025 - Sorties :



La GD

C'est un marché qui représente aujourd'hui un peu plus de 13 000 hL pour 96% des vins rouges (3% de vins rosés et 1% de vins blancs) qui accuse une contraction de 26% depuis 2020 avec une progression du prix moyen dans les rayons de près de 1€...

L'export

C'est un marché quasi stable en volume et en valeur par rapport à la dernière campagne où l'on observe cette tendance similaire, bien que très légèrement baissière, sur l'ensemble de nos 10 marchés principaux ! L'évolution à 5 ans donne elle une tendance volumétrique en baisse de 30%...

Autres

Concernant l'ensemble des autres marchés (CHR, grossistes, particuliers, ...), les données sont beaucoup plus partielles : à minima l'évolution volumétrique est du même ordre puisque l'on conserve, à 2 points près, les proportions entre les différents circuits... On observe ainsi un recul de 27% depuis 2021.

GOODIES MINERVOIS

Du matériel publicitaire logoté Minervois est à votre disposition sur demande en support de discours et/ou pour faire briller les couleurs de l'appellation.

ARTICLES DE SOMMELLERIE



Verres Minervois
Modèle "Suprême" - 21 cl
Conditionnement 6 verres
Prix unitaire: 1.75€ HT



Verres Minervois
Modèle "Excellence" - 30 cl
Conditionnement 6 verres
Prix unitaire: 2.20€ HT



Verres Minervois
Modèle "Languedoc" - 41 cl
Conditionnement 4 verres
Prix unitaire: 3.10€ HT



Stop gouttes Minervois
Prix unitaire: 0.55€ HT



Sommeliers Minervois
Prix unitaire: 2.50€ HT



Tabliers Minervois
Prix unitaire: 7.50€ HT

ARTICLES DE PROMOTION DE L'APPELLATION



Oriflammes Minervois
20€ HT l'unité



Oriflammes 4 Terroirs
20€ HT l'unité



Dossiers de presse
À votre disposition



Doudounes Minervois
Disponible en L / XL / XXL
Prix unitaire: 21€ HT



Polo Minervois
Femme - Homme
S / M / L / XL / XXL / XXXL
Prix marque domaine : 12€ HT



Sets de présentation de l'appellation
À votre disposition



Carte dépliant
À votre disposition



Affiches Minervois
À votre disposition

Contact pour commander : minervois@cru-minervois.com - 04 68 27 80 00



RÉPUBLIQUE
FRANÇAISE

Liberté
Égalité
Fraternité



INSTITUT NATIONAL
DE L'ORIGINE ET DE
LA QUALITÉ

Pour se régaler,
les yeux fermés,
ouvrez l'
en rayon!

Minervois
AOP



Il y a des signes
qui ne trompent pas.



Signes officiels de confiance

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ - À CONSOMMER AVEC MODÉRATION