

Sud de France-l'Occitanie : une marque repère pour la Région

Elle devra pourtant disparaître des étiquettes de vin



Sud de France-l'Occitanie : une marque repère pour la Région

"Sud de France" une marque non réglementaire selon le ministre de l'agriculture

Le ministre de l'Agriculture et de la souveraineté alimentaire Marc Fesneau a annoncé aux interprofessions viticoles d'Occitanie sa décision de retirer d'ici la récolte 2025, la mention « Sud de France » sur l'étiquetage des bouteilles de vin, la jugeant « non réglementaire ». Cette décision bureaucratique dénote le manque d'ambition du gouvernement en faveur du développement de la filière viticole, préférant aujourd'hui les mesures conjoncturelles aux ambitions stratégiques a réagi Carole Delga Présidente de la Région.

Propriétaire de la marque Sud de France depuis 2006, la Région Occitanie regrette, cette position de l'Etat qui intervient brutalement alors que, depuis plus de 15 ans, cet étiquetage avait permis de rassembler et d'identifier l'ensemble des productions, avec des résultats probants notamment à l'export.

Premier vignoble de l'hexagone produisant 34% du volume de vin français avec près de 23 000 entreprises, la viticulture est un secteur économique mais aussi culturel essentiel pour l'Occitanie. La Région a investi plus de 100 millions d'euros depuis 2016 pour soutenir cette filière, notamment en matière hydraulique ou lors du COVID avec un plan de relance ambitieux. Elle mène actuellement des discussions avec les acteurs viticoles pour mettre en place d'ici à la fin de l'année un contrat de filière pour répondre aux défis de l'adaptation de leurs entreprises au changement climatique mais aussi leur capacité de répondre aux nouvelles attentes du marché.

la Région s'engage à maintenir et à développer la marque Sud de France-l'Occitanie dans les prochaines années.

L'utilité de la marque n'est plus à démontrer, singulièrement au moment où le marché du vin au niveau mondial est de plus en plus concurrentiel. Aussi, les services de la Région vont travailler étroitement avec la filière à la création d'un nouvel identifiant puissant pour soutenir la commercialisation des vins régionaux sur le marché national mais également sur le marché international.

Cet identifiant pourra être apposé sur l'étiquetage et sera bien entendu repris dans toute la promotion et la communication mise en place par la profession et la Région. A terme, ce nouveau signe visuel sera également décliné sur l'ensemble des produits Sud de France-l'Occitanie, solides et liquides, afin de garantir un maximum de performance et de reconnaissance auprès des consommateurs et des distributeurs.