

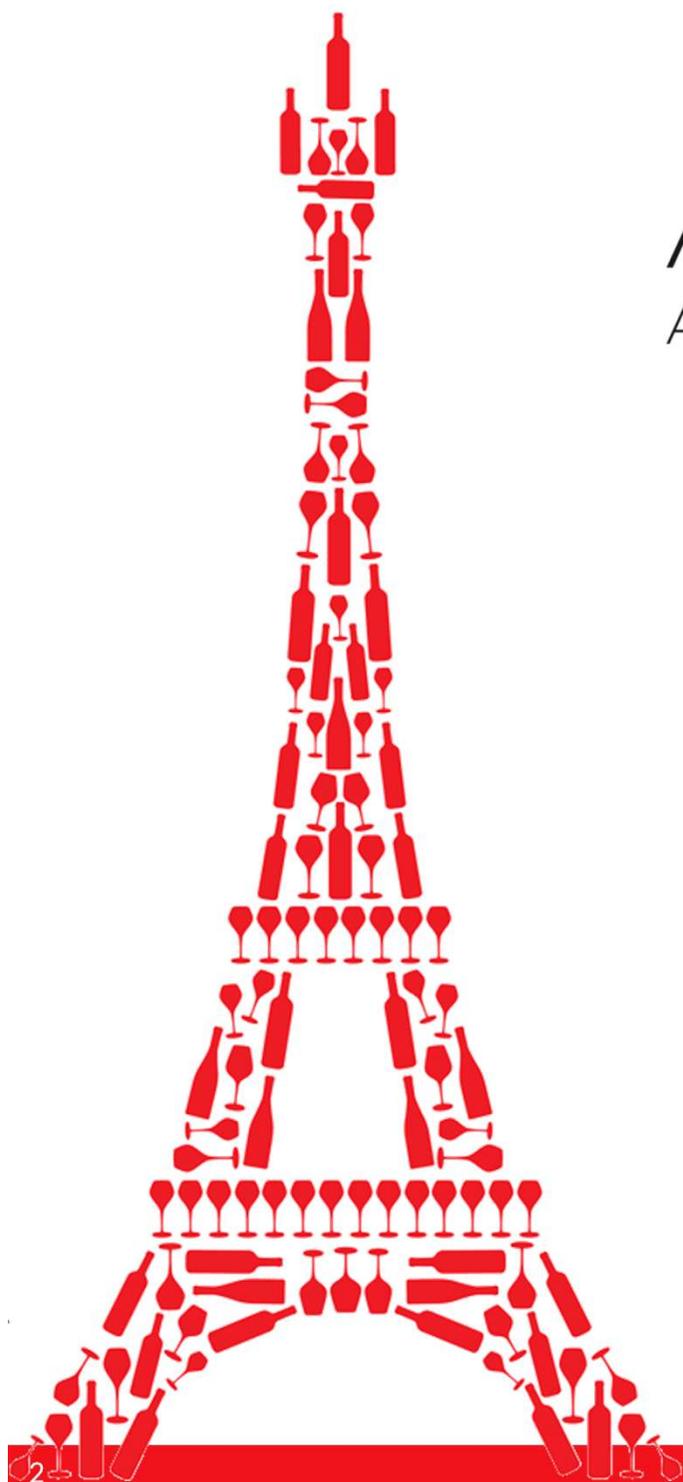
ANIVIN DE FRANCE
Association Nationale Interprofessionnelle

**APPEL D'OFFRES
STRATÉGIE DIGITALE**

RÉSEAUX SOCIAUX / CRÉATION DE CONTENU

Appel d'offres adressé le 12 juin 2025 et publié au J.O.U.E
le 13 juin sous la référence 382240-2025.





ANIVIN DE FRANCE

Association Nationale Interprofessionnelle

SOMMAIRE:

- 1 - PRÉAMBULE ET CONDITIONS GÉNÉRALES DE L'APPEL D'OFFRES
- 2 - DESCRIPTION DU PROGRAMME 2023 - 2025
- 3- PRÉSENTATION DU PROGRAMME 2026 - 2028
- 4 - BUDGET
- 5 - PRÉSENTATION DES OFFRES
- 6 - SITUATION JURIDIQUE
- 7 - CRITÈRES D'ATTRIBUTION
- 8 - CONDITIONS D'ENVOI OU DE REMISES DES OFFRES
- 9- INDEMNISATION
- 10 - CAPACITÉS ÉCONOMIQUES ET FINANCIÈRES
- 11 - LA COMMISSION D'APPEL D'OFFRES
- 12 - QUELQUES OBLIGATIONS DE L'AGENCE RETENUE
- 13 - VOTRE CONTACT A L'ANIVIN DE FRANCE



1 - PRÉAMBULE ET CONDITIONS GÉNÉRALES DE L'APPEL D'OFFRES

POUVOIR ADJUDICATEUR :

Anivin de France - Association Nationale Interprofessionnelle de Vin De France
53 rue La Fayette 75009 PARIS

L'Anivin de France est une interprofession à compétence nationale créée en 1976 dans le cadre de la loi de juillet 1975 portant organisation interprofessionnelle agricole.

Elle comporte deux familles professionnelles la Production et le Négoce et a pour objet notamment de réaliser une concertation permanente entre les différentes familles professionnelles de producteurs et de négociants concernés par la dénomination Vin De France et de développer les marchés de commercialisation de ces vins par des dispositifs d'entraînement général tant en France qu'à l'étranger.

PERSONNE RESPONSABLE DU MARCHÉ:

La personne responsable du marché pour l'ANIVIN DE FRANCE est : Mme Valérie Pajotin, Directrice de L'Anivin de France.



PRÉAMBULE ET CONDITIONS GÉNÉRALES DE L'APPEL D'OFFRES

PROCÉDURE :

La procédure utilisée est celle de l'appel d'offres ouvert. Il est précédé d'un appel public à la concurrence. Celui-ci a été adressé le 12 Juin 2025 et publié au J.O.U.E le 13 Juin 2025 sous la référence 382240-2025 responsable du marché pour l'ANIVIN DE FRANCE est : Mme Valérie Pajotin, Directrice de l'Anivin de France.

OBJET DE L'APPEL D'OFFRES :

Le présent appel d'offres vise l'élaboration et déploiement de la stratégie digitale de l'interprofession en charge de Vin De France, la nouvelle génération de vins français.

DÉLAI DE RÉALISATION :

La réalisation de cet appel d'offres sera pour les années 2026 à 2028.



2 - DESCRIPTION DU PROGRAMME 2023 - 2025

CONTEXTE - DISPOSITIF DIGITAL ACTUEL

RÉSEAUX SOCIAUX ET SITE INTERNET :

FR :

- Instagram : <https://www.instagram.com/vindefrancewines/>
- Facebook : <https://www.facebook.com/vindefrancewines>
- Youtube :
 - Chaîne professionnelle : <https://www.youtube.com/channel/UChkfSTRpdenGeXjdhrLcPJQ>
 - Chaîne consommateurs : <https://www.youtube.com/channel/UC8D3hrf6Ni3ZUTAF5JpAQxg>

ENG :

- Facebook : <https://fr-fr.facebook.com/vindefrancewinesUSA/>
- Instagram : <https://www.instagram.com/vindefrancewinesusa/>

SITE INTERNET : [Vin De France : cépages de France, accords mets & vins, VDF Cocktails](#)



2 - DESCRIPTION DU PROGRAMME 2023 - 2025

Parti pris:

RÉSEAUX SOCIAUX :

- Parti pris 100% illustré, pop et coloré, intégrant des titres interpellants sur le feed

- Publication de stories et réels mettant en avant tous les vins médaillés et vigneron ambassadeurs du Concours Best Value Vin De France Sélection : 1 fois/mois

- Stories éducatives et réels sur les accords mets et références de Vin De France et sur le goût des cépages : 1 fois /mois

- Posts éducatifs et humoristiques : 1/mois avec l'influenceur @baptistedebray

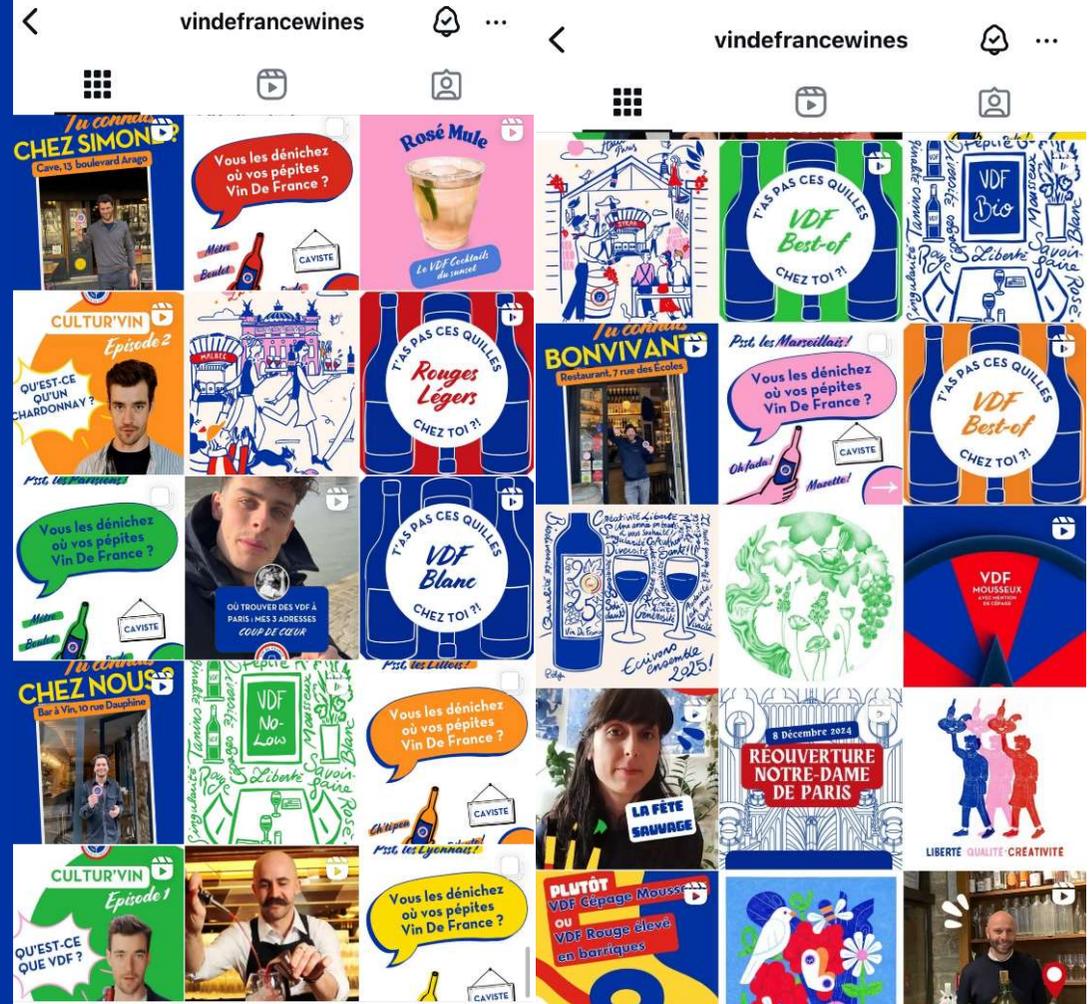
- Stories sur les événements terrains (dégustations magasins, CHR...)

- Temps forts VDF Cocktails : présentation des recettes

- Influence : portages Sauvignon Day, VDF Cocktails, Halloween

- Jeu concours sur la page @vindefrancewines 2/an

CONTEXTE - DISPOSITIF DIGITAL ACTUEL



Feed Instagram Vin De France 2024-2025

2 - DESCRIPTION DU PROGRAMME 2023 - 2025

CONTEXTE - DISPOSITIF DIGITAL ACTUEL

RÉSEAUX SOCIAUX

TOP PUBLICATION AU 22/05 2025
INSTAGRAM



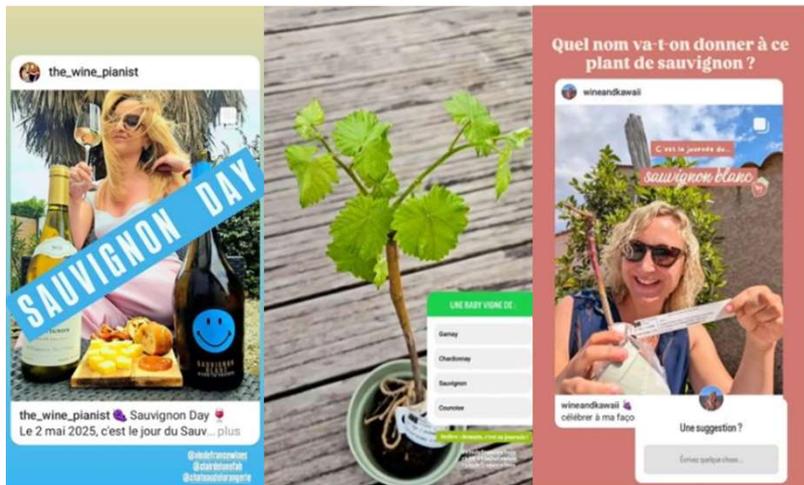
NOTORIETE
Couverture : 70K
Interactions : 7K
CPR : 0,58€

INSTAGRAM



VISITES PROFIL IG
Visites de profil : 13K
Couverture : 149K
CPR : 0,12€

PORTAGE SUR LE CÉPAGE
SAUVIGNON DÉBUT MAI 2025



OBJECTIFS :

- Sensibiliser les consommateurs et valoriser l'image de Vin De France
- Renforcer l'image avant-gardiste et moderne de Vin De France
- Accroître la notoriété de Vin De France
- Mettre en avant les vins médaillés au concours
- Générer du trafic sur le site internet vindefrance.com
- Ambition : Atteindre 15 000 followers à fin 2025

MOYENS :

- Publications : 5 par mois (hors cocktails) et de 2 stories
- Nombre de jeux concours : 2 par an
- Nombre de portages : 3 par an
- Partenariat avec influenceur ambassadeur : Anne-Lise, Emile Coddens, Rouge aux Lèvres
- Campagnes payantes : J'aime la page, Interaction, Couverture

RÉSULTATS :

- Nombre de fans Facebook : 10 641
- Nombre d'abonnés Instagram : 14 492
- Impressions IG : 725K
- Taux d'engagement moyen IG : 0,5% par impression

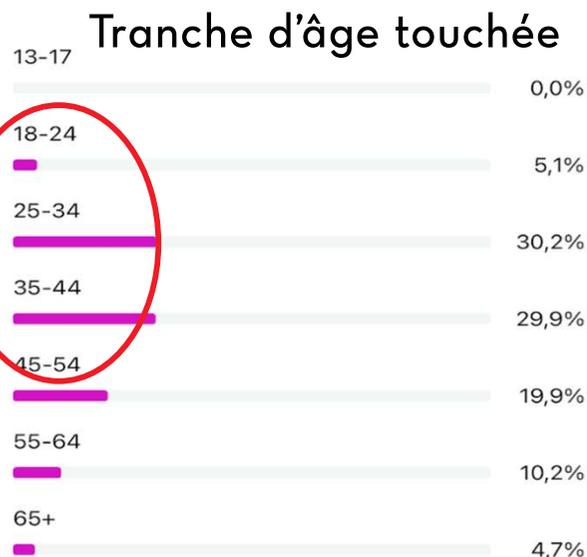
2 - DESCRIPTION DU PROGRAMME 2023 - 2025

BILAN RÉSEAUX SOCIAUX

Croissance du 11 mai au 9 juin 2025

Total	131
Followers en plus	242
Followers en moins	111

Limiter le nombre de désabonnement



Retrouver un cœur de cible de 20 à 35 ans

Nombre d'abonnés en 2023 : 9 150

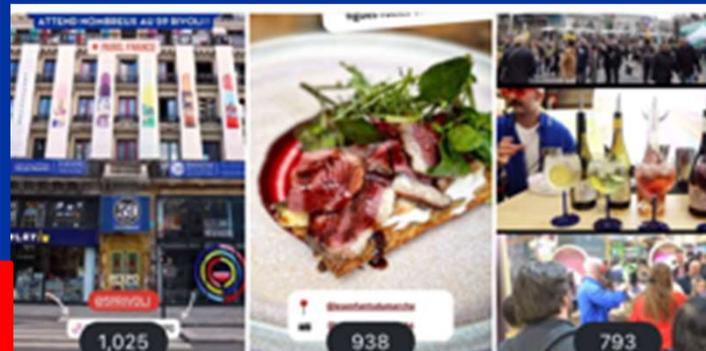
+ 59%
en 3
ans

Nombre d'abonnés en 2025 : 14 613 :

Top des publications sur les 3 dernières années :



Top des stories sur les 3 dernières années :



Score plus élevé pour les contenus vidéos/ photos avec de l'humain

2 - DESCRIPTION DU PROGRAMME 2023 - 2025

THÈMES TRAITÉS

❑ Thématique Vin De France :

- L'ADN de Vin De France :
 - Liberté : Créer des vins **librement en fixant ses propres règles** dans les vignes comme à la vinification
 - Qualité : Gage d'un savoir-faire artisanal et ancestral
 - Créativité :
 - Grâce à la possibilité d'assembler un ou plusieurs cépage(s)
 - Une diversité de profils de vins adaptés aux attentes des consommateurs
- Thématiques originales exploitées par Vin De France : Astrologie des cépages, accords mets et **cépages**, accords poivres et cépages, **pédagogie autour des cépages et de l'univers du vin, modes de consommation, ...**

❑ Thématique Vin De France Cocktails :

- Le concept de Vin De France Cocktails : Vin De France - VDF, la plus libre des dénominations, inspirée par les tendances actuelles de la mixologie, innove et crée les VDF Cocktails afin de répondre aux nouveaux modes de consommation. Associant un cépage de Vin De France et un mixer, ces cocktails Frenchies, « Low ABV » (faible en taux d'alcool) et « Low Sugar » rajeunissent l'image du vin.
- Thématiques originales exploitées par Vin De France Cocktails : mise en avant des 6 recettes des VDF Cocktails, **pédagogie autour de** l'univers de la mixologie et du bar, quizz sur les **modes** de consommation...



3- PRÉSENTATION DU PROGRAMME 2026 - 2028

ENJEU

L'interprofession Anivin de France poursuit son ambition de recruter des consommateurs sur ses plateformes en continuant d'alimenter ses réseaux sociaux avec des contenus renouvelés et inspirants.

Dans la continuité du positionnement créatif, avant-gardiste et libre initié depuis 2021 sur Instagram, cette nouvelle triennale marque une évolution naturelle vers une expression encore plus en phase avec les attentes des jeunes générations : Gen Z et Millennials.

Nous souhaitons renforcer notre lien avec ces publics en leur proposant des formats qui leur parlent – contenus courts, visuels esthétiques, réels, carrousels – et en nous orientant résolument vers un feed composé en majorité de vidéos et de photos, plus immersif et vivant.

Cette nouvelle approche prend le relais d'un univers 100 % illustratif, qui, s'il a permis de poser des bases fortes sur notre ADN créatif, semble montrer aujourd'hui ses limites pour engager les jeunes audiences et prendre de nouveaux abonnés.



3- PRÉSENTATION DU PROGRAMME 2026 - 2028

ENJEU

Notre objectif : incarner pleinement l'esprit Vin De France – un vin ouvert, cool, décomplexé – à travers une ligne éditoriale et visuelle repensée, en phase avec les codes actuels des comptes à fort engagement : photographie brute mais soignée, lumière naturelle ou flash maîtrisé, ton libre, mise en scène de l'authenticité, de l'humain, du quotidien.

Notre nouvel univers visuel, à mi-chemin entre esthétique et langage moderne, évoque un art de vivre à la française : spontané, élégant, parfois décalé. Cette approche nous permet de raconter le vin autrement – dans une atmosphère chaleureuse, créative et visuellement forte, tout en respectant la Loi Evin.

Elle s'inscrit pleinement dans la mission de Vin De France : démocratiser le vin, le rendre accessible et désirable à toutes et tous, sans codes figés, avec une liberté de ton et d'expression à l'image de notre ADN.



3- PRÉSENTATION DU PROGRAMME 2026 - 2028

ENJEU

Nos ambitions :

- Rendre le vin trendy : loin des codes classiques ou institutionnels utilisés par d'autres interprofessions.
- Créer un feed vivant et engageant : donner envie de découvrir et de partager Vin De France.
- Inspirer et parfois éduquer : storytelling, contenu esthétisant et pédagogique.



3- PRÉSENTATION DU PROGRAMME 2026 - 2028

ENJEU

Nous cherchons donc :

- Une ligne éditoriale qui mixe contenu spontané (restauration, bar à vins, coulisses, portraits, mood etc) et contenu éditorialisé (séries, formats récurrents, stories fortes).
- Créer un réel sponsorisé et épinglé qui explique « Qu'est-ce que Vin De France? ».
- Des vidéos courtes et percutantes, humaines et authentiques.
- Une capacité à capter et à interpréter les tendances visuelles et culturelles actuelles, sans copier.
- Notre Instagram doit devenir le reflet d'un art de vivre contemporain autour du vin, plus libre, plus cool, plus créatif. Une typographie précise doit être choisie.
- Notre compte Instagram doit présenter les références de Vin De France médaillés au **Concours Best Value Vin De France Sélection** par le biais de portage/ jeux concours / réels etc (environ 195 vins à mettre en avant sur une année).
- Notre compte Instagram doit permettre de donner envie d'en apprendre davantage sur le vin, les cépages de France tout en restant décomplexé et accessible.
- Notre compte Instagram doit respecter la Loi Evin tout en étant créatif.



3- PRÉSENTATION DU PROGRAMME 2026 - 2028

OBJECTIFS FIXÉS

Le programme qui sera mis en place pour la période 2026- 2028 devra contribuer au développement des réseaux sociaux de Vin De France auprès des publics cibles.

Ce programme devra répondre aux objectifs suivants :



3- PRÉSENTATION DU PROGRAMME 2026 - 2028

OBJECTIFS FIXÉS

Recruter de nouveaux followers sur les réseaux sociaux:
Ambition 30 000 abonnés pour fin 2026

❑ Réseaux sociaux : Instagram (et Facebook ?) de Vin De France :

- Sur la thématique Vin De France :
 - Continuer d'alimenter le feed Instagram (et Facebook ?) à travers des posts, des carrousels, des réels et des stories selon un planning éditorial défini à l'avance.
 - Assurer le community management sur les différentes plateformes
 - Créer des dispositifs/partenariats notamment à titre d'exemple avec des influenceurs ou marques, jeux concours, portages à travers des thématiques innovantes etc...
 - Mettre en place des campagnes média sur les contenus créés (posts sponsorisés, etc...)
 - Assurer le suivi des statistiques sur les réseaux sociaux et réaliser des bilans trimestriels, de mi-année et annuels
 - Assurer la couverture des évènements terrains afin de créer du contenu sur les réseaux sociaux.

Communication toute l'année



3- PRÉSENTATION DU PROGRAMME 2026 - 2028

OBJECTIFS FIXÉS

Recruter de nouveaux followers sur les réseaux sociaux:

Ambition 30 000 abonnés pour fin 2026

- ❑ Réseaux sociaux Réseaux sociaux : Instagram (et Facebook ?) de Vin De France :
 - Sur la thématique VDF Cocktails (temps forts de Mai à Octobre) :
 - Continuer d'alimenter le feed Instagram (et Facebook ?) à travers des posts, des carrousels, des réels et des stories selon un planning éditorial défini à l'avance.
 - Assurer le community management sur les différentes plateformes
 - Mettre en place des campagnes média sur les contenus créés (posts sponsorisés, etc...)
 - Créer des dispositifs/partenariats innovants notamment à titre d'exemple avec des influenceurs ou marques, jeux concours, portages à travers des thématiques innovantes etc...
 - Assurer le suivi des statistiques sur les réseaux sociaux et réaliser des bilans trimestriels, de mi-année et annuels
 - Assurer la couverture des évènements terrains afin de créer du contenu sur les réseaux sociaux.

Communication de Mai à Octobre



3- PRÉSENTATION DU PROGRAMME 2026 - 2028

GROUPES CIBLÉS

❑ CIBLE PRIORITAIRE B2C :

- Les consommateurs de vins de cépage que notre offre doit séduire
- Un recrutement plus particulier doit être mené sur la tranche de la Gen-Z sans en exclure les Millennials qui représentent le potentiel actuel de croissance pour les ventes de Vin De France

❑ CIBLE SECONDAIRE B2B :

- Les professionnels : CHR, GD, importateurs, e-commerce, marques de mixologie, barmen, établissements à cocktails, partenaires événementiels.
- Les membres et adhérents de l'interprofession de Vin De France



3- PRÉSENTATION DU PROGRAMME 2026 - 2028

DISPOSITIFS

Les actions proposées devront être en adéquation avec les objectifs, la stratégie de moyens et les cibles spécifiés ci-dessus.

Pour chacune d'entre elles devront être indiqués le budget détaillé, le calendrier prévisionnel, le résultat attendu (quantitatif et qualitatif) et les justificatifs de réalisation à fournir. Une proposition pour l'ouverture d'un nouveau réseau social peut être amenée lors de cet appel d'offre.

Restriction :

- Respect à 100% de la loi Evin
- Présentation sur l'année des cuvées médaillées du Concours Best Value Vin De France Sélection
- Proposer une nouvelle ligne éditoriale qui respecte dans le fond l'ADN de Vin De France et dans la forme les tendances actuelles de feed engageant sur la Gen Z.
- Le contenu photos, vidéos et illustrations publié sur Instagram doit être d'une très belle qualité d'image.
- Tout contenu partagé sur le compte Instagram @vindefrancewines appartient à Vin De France



4 - BUDGET

La réponse de l'agence devra respecter le budget global de 100 K€.

Le budget pourrait être découpé ainsi pour 2026 :

- 100k€ sur les réseaux sociaux pour les deux thématiques : Vin De France (60K€) et VDF Cocktails (40K€).
- Le budget devra être découpé entre création de contenu et sponsorship.

5 - PRÉSENTATION DES OFFRES

Les offres devront être rédigées en français.

L'unité monétaire demandée par l'organisme qui passe le marché est l'euro.

Les candidats auront à produire un dossier complet en 2 exemplaires papier et une version numérisée qui comprendra nécessairement les éléments suivants :

- Une présentation pertinente de l'appel d'offres
- Un bref exposé des principaux facteurs sur lesquels se base la réponse
- Les objectifs et stratégies de communication choisis
- Un calendrier prévisionnel de réalisation.
- Un budget détaillé mettant en évidence poste par poste les budgets, les frais techniques et les honoraires afférents avec prix horaire du personnel
- À minima, 2 pistes graphiques / intentions pour les réseaux sociaux avec la tonalité éditoriale
- Des références clients notamment dans le milieu fooding/drinks/alcohol/ CHR/ art de la table → best cases (connaissances Loi Evin)

Le projet comportera la composition de l'équipe de travail et la désignation d'un responsable du projet, celui-ci fournira son curriculum vitae justifiant de son expérience.



6 - SITUATION JURIDIQUE

Documents à fournir par les entreprises dans leur enveloppe Candidature :

Une déclaration sur l'honneur, dûment datée et signée, attestant que le candidat :

- N'entre dans aucun des cas mentionnés à l'article 8 de l'ordonnance n° 2005-649 du 6 juin 2005 relative aux marchés passés par certaines personnes publiques ou privées non soumises au code des marchés publics ;
- Est inscrit à un registre professionnel dans son pays d'origine sous un numéro qu'il indiquera.

Les noms du ou des responsables et des exécutants de la prestation de service envisagée, ainsi que leurs qualifications professionnelles (titre d'études et/ou expérience professionnelle).

Il sera demandé à l'entreprise retenue de fournir avant la signature du marché :

- Les pièces prévues aux articles R. 324-4 et R. 324-7 du code du travail ;
- Les attestations et certificats délivrés par les administrations ou organismes compétents prouvant qu'il a satisfait à ses obligations fiscales et sociales. Le candidat établi dans un Etat autre que la France produit un certificat établi par les administrations et organismes du pays d'origine. Lorsqu'un tel certificat n'est pas délivré par le pays concerné, il peut être remplacé par une déclaration solennelle faite par l'intéressé devant l'autorité judiciaire ou administrative compétente, un notaire ou un organisme professionnel qualifié du pays.
- Un acte d'engagement sera établi entre l'Anivin de France et la société à qui sera attribué l'appel d'offres. Ce document sera daté et signé en original par la personne ayant pouvoir d'engager la société, accompagné du cachet de l'entreprise.



7 - CRITÈRES D'ATTRIBUTION

APPEL D'OFFRE ANIVIN DE FRANCE / STRATEGIE DIGITALE 2026 - 2028
1. Compréhension et réponses proposées aux objectifs fixés
* Compréhension de l'appel d'offres, de sa problématique, de la nature des tâches et de leur contexte
* Compréhension de "Vin De France" et du rôle de l'interprofession
* Proposition d'une stratégie digitale visant à augmenter la visibilité de la dénomination auprès des consommateurs et des professionnels
2. Groupes ciblés
* Les consommateurs
* Les professionnels du secteur
3. Thème/Positionnement
* Pertinence du concept et de l'esthétisme du feed Instagram @vindefrancewines
* Pertinence des campagnes média sur les contenus créés
* Pertinence des dispositifs/partenariats innovants (influenceurs, marques, jeux concours, portages, événementiel, etc...)
4. Stratégie de moyens
* Technique : Maitrise des outils et logiciels nécessaires à la bonne mise en place du projet / équipe de développement interne ou externe à préciser
* Image : Opérations visant à valoriser et faire connaître la dénomination "Vin De France"



7 - CRITÈRES D'ATTRIBUTION

5. Budget
* Capacité à fournir un budget global et des devis détaillés
* Présentation détaillée des honoraires
* Respect du cadre fixé
* Engagement à fournir les factures de second niveau, si sous traitance
* Rationalisation des coûts
• Facturation en Euros
6. Critères d'attribution
* Qualité et adéquation des actions proposées avec les objectifs fixés
* Justifications et faisabilité des propositions
* Reporting : indicateurs permettant de mesurer l'efficacité de chacune des actions proposées
* Rétroplanning
* Bureau pilote basé en France
* Maîtrise du Français (écrit & oral)



8 - CONDITIONS D'ENVOI OU DE REMISES DES OFFRES

La date limite de réception des offres est le vendredi 18 juillet 2025 jusqu'à 16h00 précises au plus tard.

Les plis concernant les offres (en 2 exemplaires papier + 1 version numérisée) seront transmis sous enveloppe cachetée, par lettre recommandée avec accusé réception, ou remis contre récépissé à l'adresse suivante :

ANIVIN DE FRANCE
A l'attention de Madame Valérie PAJOTIN
53 rue La Fayette
75009 PARIS

L'enveloppe portera en outre l'inscription suivante :

APPEL D'OFFRES
VIN DE FRANCE
STRATÉGIE DIGITALE
Réseaux Sociaux / Création de Contenu
« NE PAS OUVRIR PAR LE SERVICE DU COURRIER »

Les offres qui parviendraient hors délai, incomplète, de façon non conforme au présent cahier des charges ou qui ne correspondraient pas aux critères de sélection des offres exigées, ne seront pas retenues.

La version numérisée de l'appel d'offres sera envoyée à l'adresse suivante : anivin@anivin.org



9- INDEMNISATION

La participation à l'appel d'offres ne fera pas l'objet d'une rémunération, tant pour les agences non retenues que pour celle sélectionnée.

10 - CAPACITÉS ÉCONOMIQUES ET FINANCIÈRES

L'agence répondant à l'appel d'offres doit fournir :

- Note de présentation du candidat
- Description structure de l'entreprise
- Chiffre d'affaires
- Marge brute
- Évolution de ses effectifs sur les 3 derniers exercices

11 - LA COMMISSION D'APPEL D'OFFRES

Les dossiers conformes au présent cahier des charges seront étudiés par la commission d'appel d'offres. Le choix de l'agence se fera uniquement sur dossier.

Elle sera présidée par Mme. Marine Descombe Président de l'ANIVIN DE FRANCE. Elle comprend 6 professionnels issus du Conseil d'Administration et/ou de la Commission Publi-Promotion.



12 - QUELQUES OBLIGATIONS DE L'AGENCE RETENUE

- Celle-ci rendra compte de ses activités prioritairement à Mme Pajotin aux fins d'information des instances décisionnelles de l'Anivin de France
- L'agence pourra être amenée à participer aux réunions internes à la demande des professionnels (Président de l'Anivin de France ou Président de la commission publi-promotion).
- Les contacts périodiques s'établiront entre l'agence et l'Anivin de France pour la mise en place et le suivi du programme. Un rapport final présentera le bilan du programme réalisé.
- L'agence s'assurera que les dispositifs proposés sont conformes à la réglementation s'appliquant à la communication sur les boissons alcooliques ou aux usages locaux dans le marché ciblé (Loi Evin).
- Tous les documents édités au cours du programme sont la propriété de l'Anivin de France.
- Les dispositifs ne pourront débiter qu'après approbation du budget global par l'Anivin de France puis après approbation des différents budgets poste par poste.

13 - VOTRE CONTACT A L'ANIVIN DE FRANCE

Mme Valérie PAJOTIN

Directrice

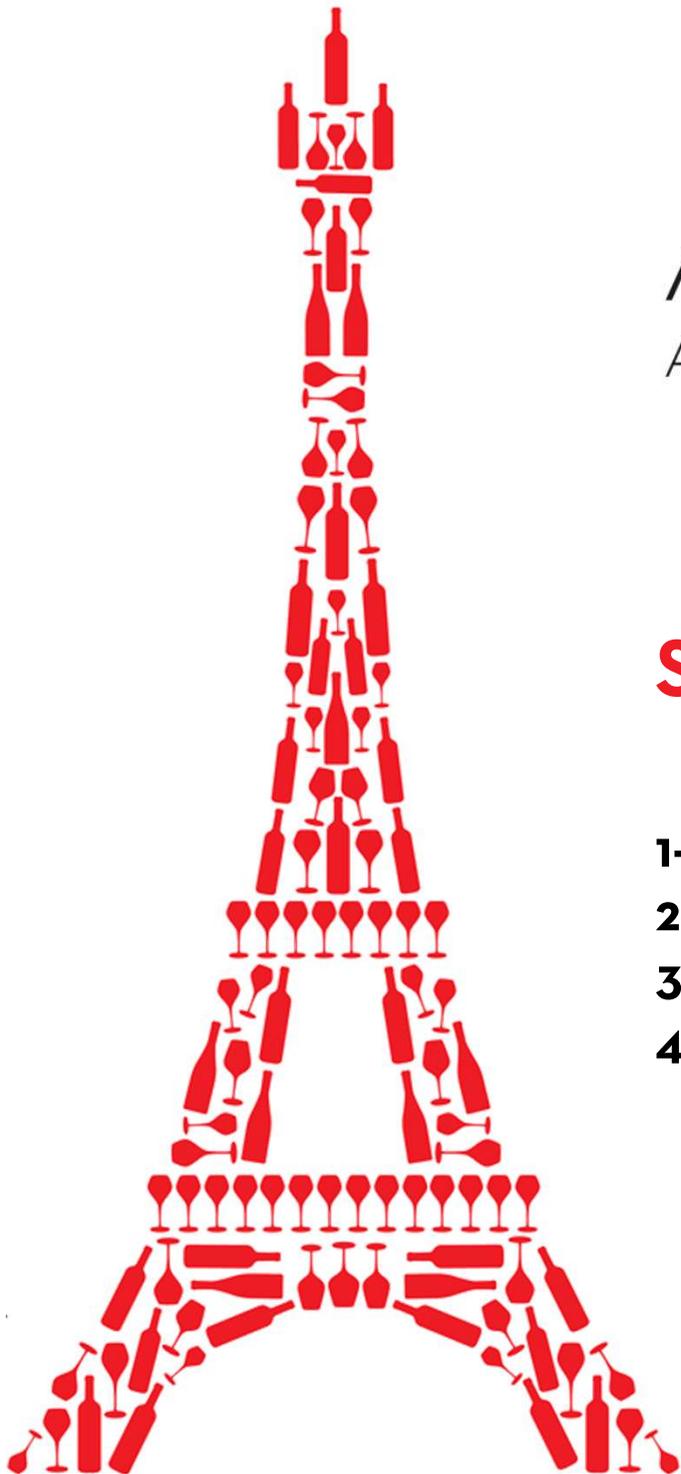
53 rue La Fayette

75009 PARIS

E-mail: anivin@anivin.org

Merci de contacter l'Anivin de France uniquement par mail pour toutes questions relatives à l'appel d'offres





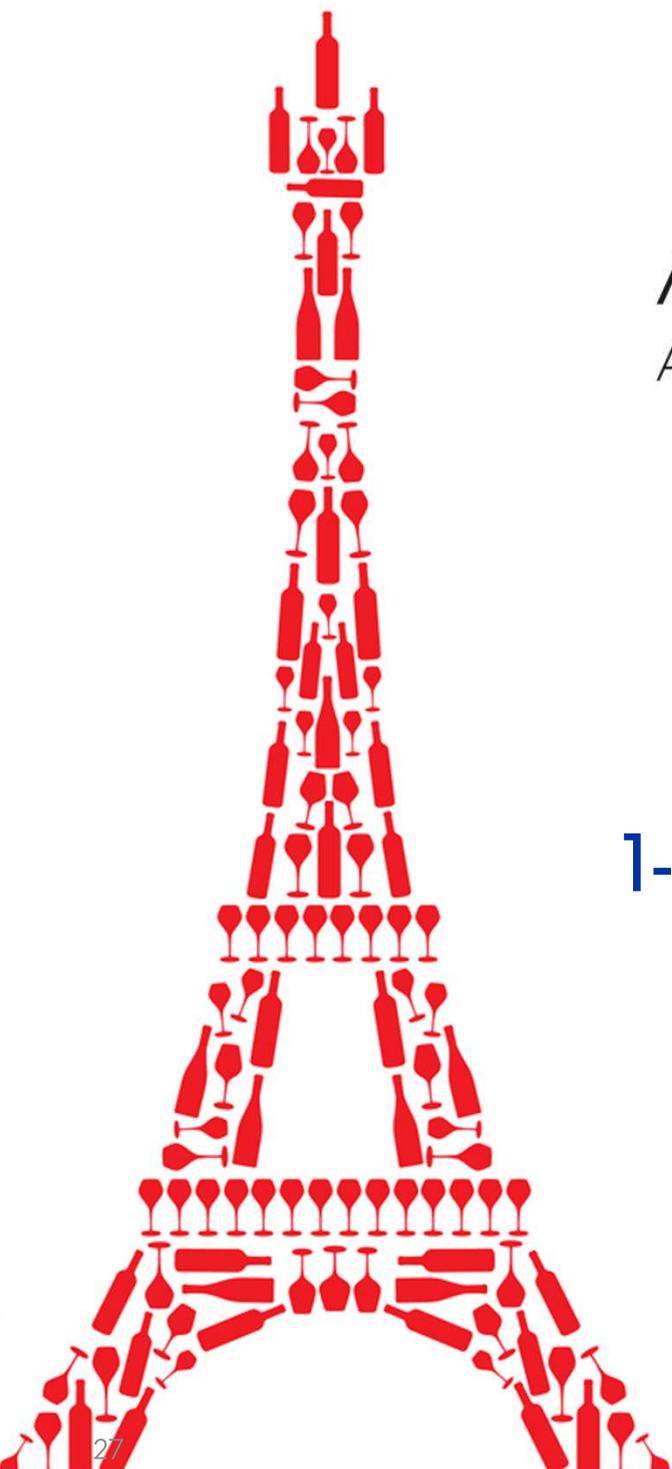
ANIVIN DE FRANCE

Association Nationale Interprofessionnelle

SOMMAIRE DES ANNEXES:

- 1- PRÉSENTATION VIN DE FRANCE
- 2- LE CHAMP LEXICAL
- 3- LE RESPECT DE LA LOI EVIN
- 4-MOODBOARD





ANIVIN DE FRANCE
Association Nationale Interprofessionnelle

ANNEXES

1- PRÉSENTATION VIN DE FRANCE



VIN DE FRANCE, LES VINS CRÉATIFS



LIBERTÉ

PÉPITES

NOUVEAUX HORIZONS GUSTATIFS

PREMIUM

CRÉATIVITÉ

AUDACE

QUALITÉ

WINEDESIGNERS

TENDANCE

CRAFT WINES

VDF

ORANGE

ROUGE FRIGO

VDF COCKTAILS

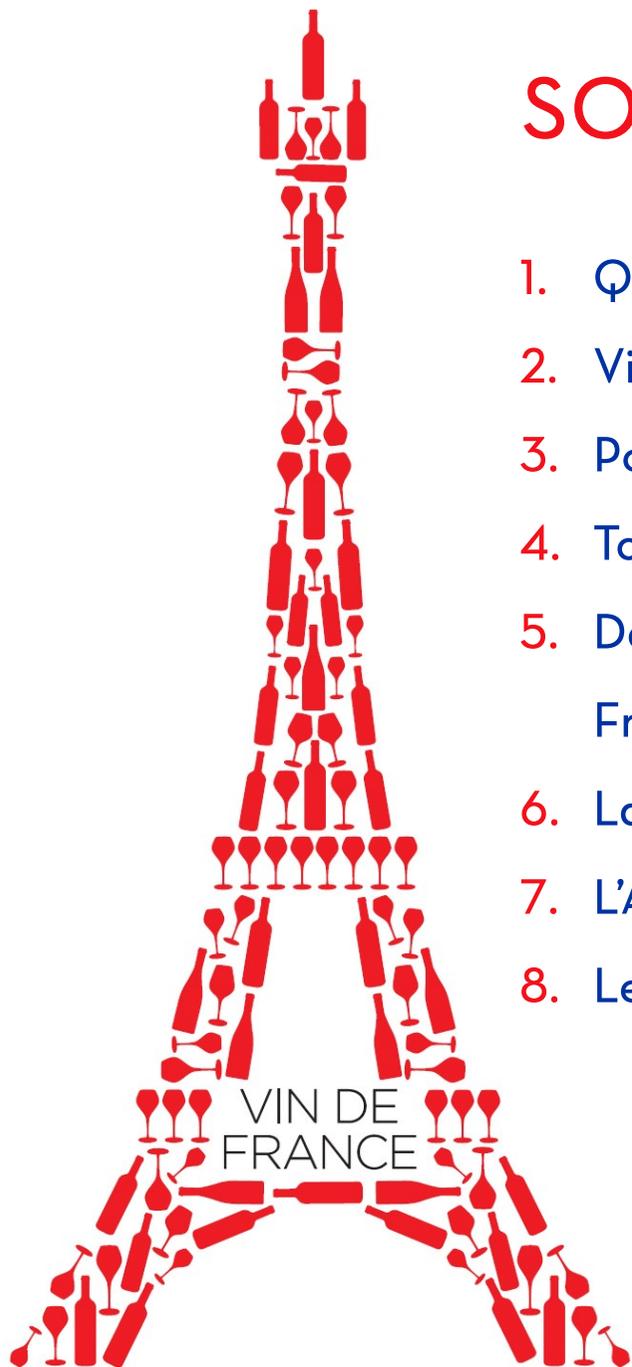
AVANT-

GARDE

VDF LOW

MÉTHODE NATURE

VIVANTS



SOMMAIRE

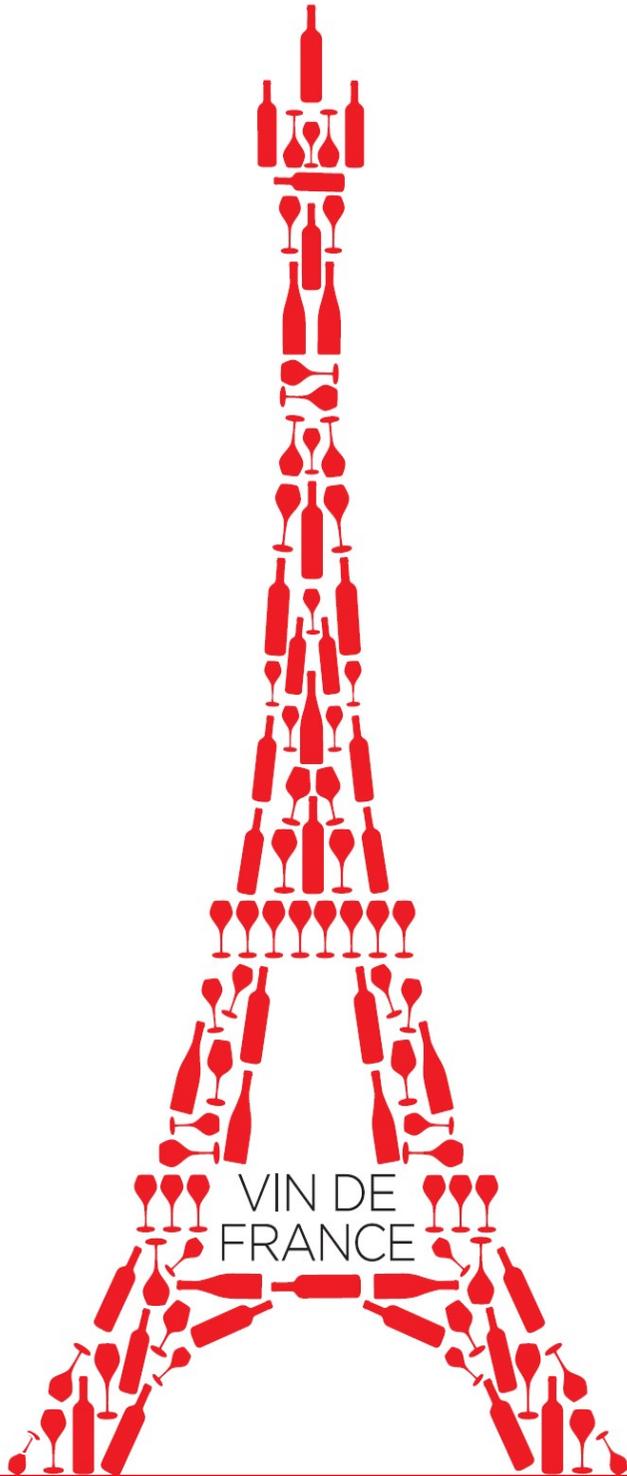
1. Qu'est-ce que Vin De France-VDF ?
2. Vin De France : Un marché dynamique en pleine expansion
3. Pourquoi de plus en plus de vignerons et winemakers font du VDF ?
4. Tour d'horizon des innovations en Vin De France
5. Découverte des cépages de France et accords mets & Vin De France
6. La réglementation propre à Vin De France
7. L'Anivin de France, une interprofession vitivinicole française
8. Les missions et actions de l'Anivin de France

ANIVIN DE FRANCE
Association Nationale Interprofessionnelle



1

QU'EST-CE QUE
VIN DE FRANCE-VDF ?



VIN DE FRANCE, LA DÉNOMINATION NATIONALE

Les trois dénominations de l'offre française sont complémentaires
quelque soit le positionnement prix :

IGP
VIN DE TERRITOIRE

Indication géographique
protégée



Cahier des charges
restrictif

VDF
VIN D'ORIGINE
NATIONALE

VIN DE FRANCE
Cépage & millésime



Absence de cahier
des charges

AOP
VIN DE TERROIR

Appellation d'origine
protégée



Cahier des charges très
restrictif

VIN DE FRANCE, LA DÉNOMINATION DE LA LIBERTÉ

L'ADN de Vin De France :



LIBERTÉ des vigneronns pour

- Créer des vins, en s'affranchissant des codes et des contraintes dans les vignes comme à la vinification



QUALITÉ de France

- Gage d'un savoir-faire artisanal et ancestral



CRÉATIVITÉ

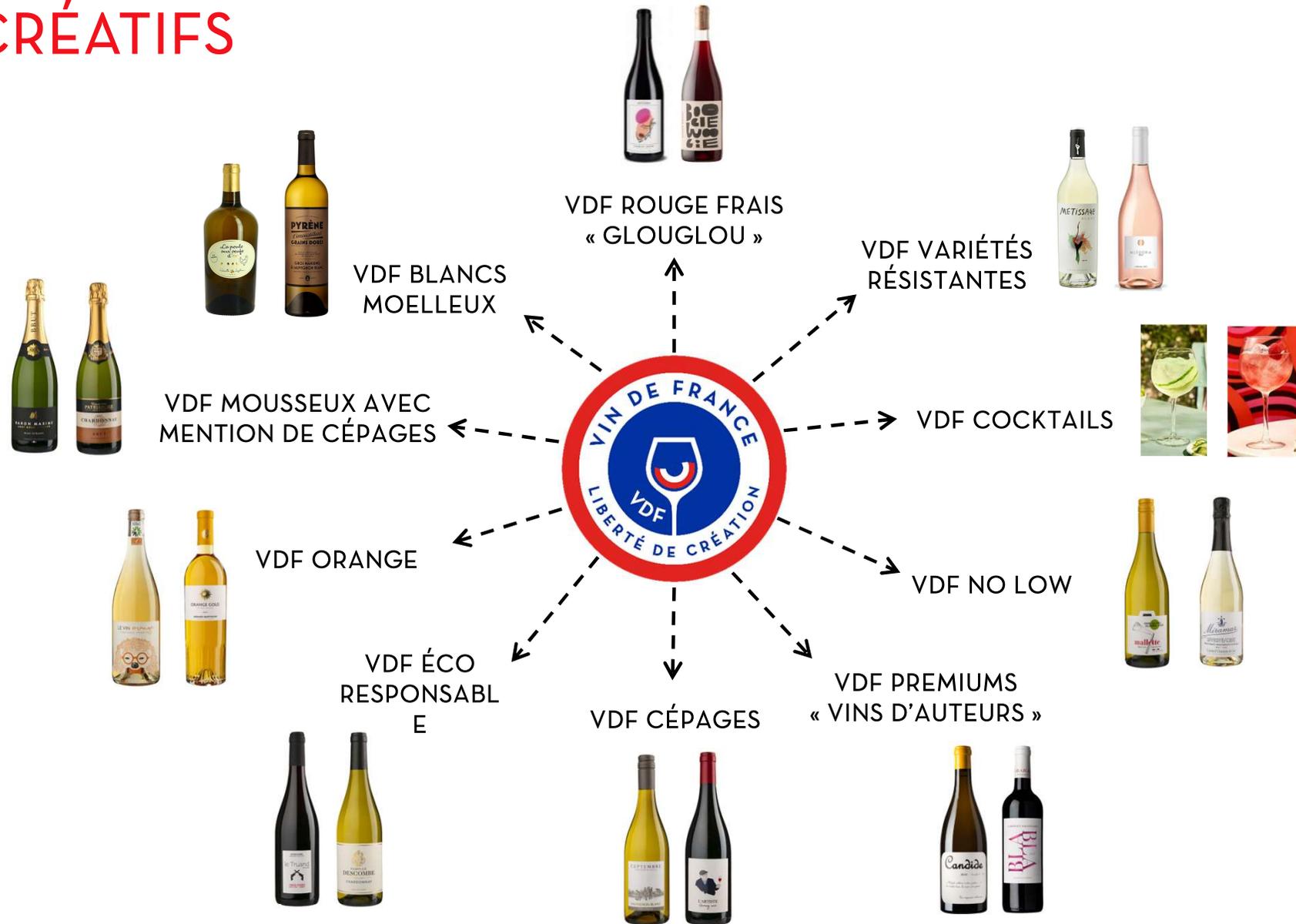
- Grâce à la possibilité d'assembler un ou plusieurs cépage(s)
- Une diversité des profils de vins adaptés aux attentes des consommateurs

Avec Vin De France, les vigneronns et winemakers peuvent exploiter la diversité des vignobles et des cépages de toute la France en

- Assemblant des cépages régionaux avec des cépages français plus connus
- Assemblant les meilleurs cépages des différentes régions françaises
- Créant librement des vins provenant d'une même région



VIN DE FRANCE, LA DÉNOMINATION DES VINS LIBRES ET CRÉATIFS



ANIVIN DE FRANCE
Association Nationale Interprofessionnelle

2

VIN DE FRANCE : UN MARCHÉ DYNAMIQUE EN PLEINE EXPANSION

VIN DE
FRANCE



VIN DE FRANCE, LA PLUS JEUNE DES DÉNOMINATIONS

Une dénomination pour améliorer la compétitivité de l'offre française à l'export

DATE DE CRÉATION

2009

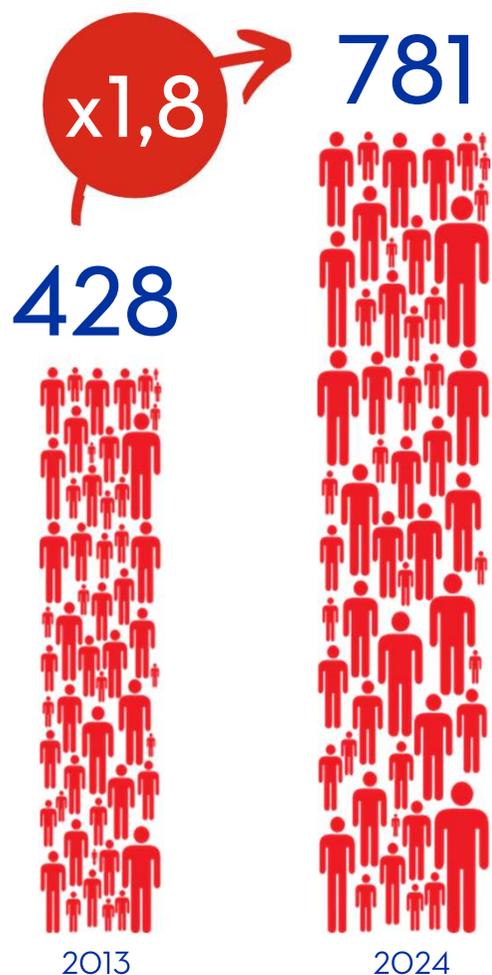
sourcing
national

UNE DÉNOMINATION FACILE À COMPRENDRE

- ▶ Origine : **FRANCE**
- ▶ Repère de goût : **CÉPAGE**
- ▶ Nom du vin : **MARQUE**



VIN DE FRANCE, LA DÉNOMINATION QUI ATTIRE LES MAISONS & VIGNERONS



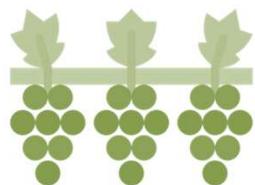
Source : FranceAgriMer - Nombre d'opérateurs commercialisant des VDF avec mention de cépage et/ou millésime



VDF = 7,2% DE LA PRODUCTION DE VINS FRANÇAIS

NOMBRE D'HECTARES DE
VIGNES EN FRANCE

789 362 ha



NOMBRE D'HECTARES DE
VIN DE FRANCE

39 468 ha

=5%

NOMBRE D'HECTOLITRES
DE VINS FRANÇAIS PRODUITS

45,6 Mhl



NOMBRE D'HECTOLITRES DE
VIN DE FRANCE

3,3 Mhl

=7,2%

VIN DE FRANCE, LA DÉNOMINATION QUI PERFORME À L'EXPORT

383 millions éq. cols 75cl + 18% vs. 2023

Répartition des ventes totales en volumes¹

42%



FRANCE

58%



EXPORT

Les marchés exports²



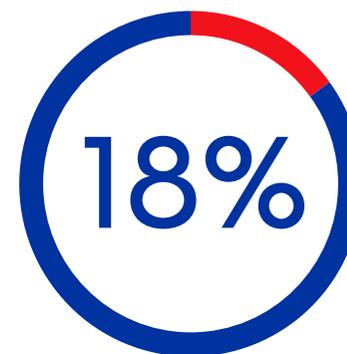
222

Millions de
bouteille de 75cl



457

Million d'euros



des exportations françaises de vins
tranquilles en volume

VIN DE FRANCE, LA DÉNOMINATION QUI PERFORME SUR LES MARCHÉS

Vin De France Cépage à l'export = 107 219 712 éq. bouteilles

Top 5 des marchés en volume



21%



13%



11%



9,5%

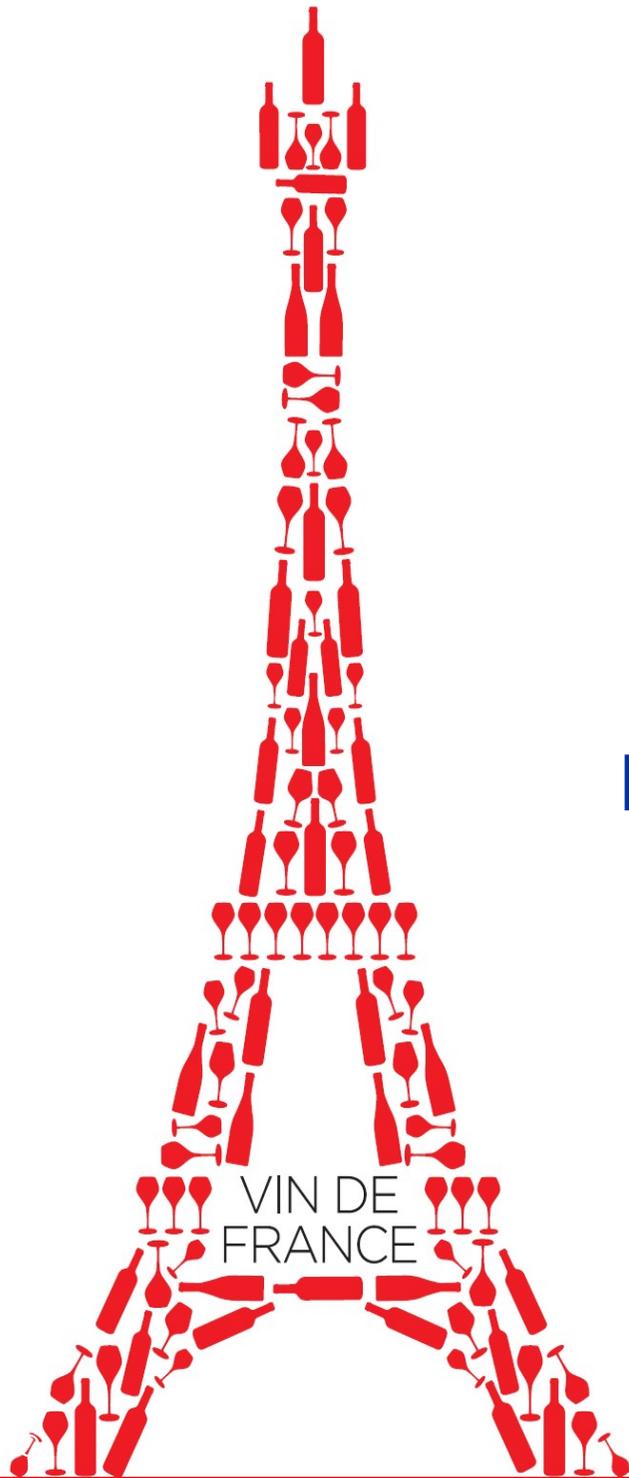


7%

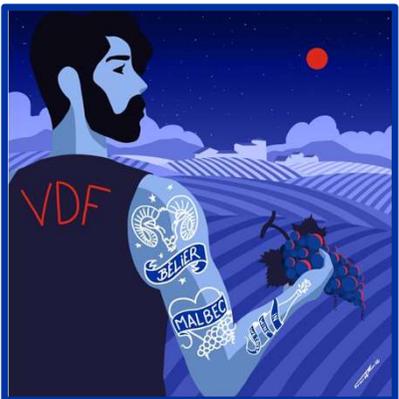
ANIVIN DE FRANCE
Association Nationale Interprofessionnelle

3

POURQUOI DE PLUS EN PLUS
DE VIGNERONS ET WINEMAKERS
FONT DU VIN DE FRANCE ?



VIN DE FRANCE, DES ATOUTS INDÉNIABLES



- Ils répondent à la recherche d'authenticité des générations nouvelles
- Ils sont engagés dans le respect de l'environnement
- Une diversité de goûts pour des accords mets/vins réussis
- Liberté de création : « vins de bistrot », « vins de copains » « vins d'auteurs »...
- Des étiquettes originales : la liberté avec un grand L



Packaging
créatifs

+



Rapport
qualité / prix

+



Créativité
des vins



VIN DE FRANCE

VIN DE FRANCE UNE APPROCHE PAR LE GOÛT L'ART DE L'ASSEMBLAGE

L'assemblage est un véritable art qui nécessite une capacité à se projeter et une expertise sans précédent.

Il consiste à associer différents profils aromatiques pour obtenir le vin souhaité. Cet exercice mêle savoir-faire et précision. L'œnologue à l'image d'un nez en parfumerie procède à l'assemblage pour obtenir le profil aromatique souhaité.

L'assemblage concerne notamment l'association :

- de vins de différentes provenances d'un même cépage pour élaborer des vins de constante qualité d'année en année
- de vins issus de différentes variétés de vigne complémentaires pour créer des vins au goût unique

L'assemblage, qui s'effectue avant l'élevage, est l'expression du talent de l'œnologue ou du maître de chais.



VIN DE FRANCE UNE APPROCHE RESPECTUEUSE DE L'ENVIRONNEMENT

Les Éco-labels en Vin De France : Vin biologique, Biodynamie (Demeter, Biodyvin), Vegan, Vin méthode nature, Sans sulfites ajoutés, Terra Vitis, HVE (Haute Valeur Environnementale), RSE (ISO 26000) et Vignerons engagés



Quelques maisons : François Lurton, Georges Ortola, Emmanuel Rybinski, Thierry Delauany, Anne-Marie Bagnis, Coteaux blancs, Famille Icard, Alma Cersius

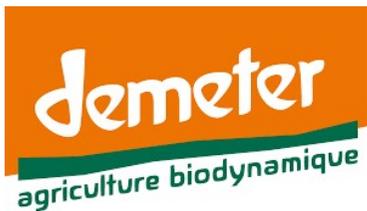
LES ÉCO LABELS



Le label AB (Agriculture Biologique) accompagné de l'euro-feuille, permet de certifier qu'aucun produit chimique de synthèse n'a été utilisé lors de la culture de la vigne et de la vinification du vin.

Les labels de vins biodynamiques :

Le vin biodynamique est élaboré en respectant les rythmes de la nature (lune, planètes) et en utilisant des préparations à base de plantes et de minéraux.



- Le label Demeter : le vin doit déjà être certifié bio et il doit respecter l'ensemble des clauses du cahier des charges Demeter pour la viticulture. Cela implique l'emploi exclusif de préparations biodynamiques pour fertiliser le sol et traiter la vigne (le cuivre et le soufre sont souvent remplacés par des mixtures comme des infusions de prêle ou du purin d'ortie).



- Le label Biodyvin : uniquement réservé à la viticulture, il certifie que la vigne est cultivée en bio et selon les préceptes de la biodynamie.

LES ÉCO LABELS



Le label **Végan** : Un vin végan est un vin élaboré sans produit d'origine animale de la vigne à la vinification.



Le label **Terra Vitis** suit les préceptes de l'agriculture raisonnée, plus respectueuse du vivant. Le vigneron doit enregistrer chacune de ses pratiques dans un cahier et doit pouvoir les expliquer. L'utilisation de produits chimiques ne peut être justifiée que si la récolte est en danger.



Le label **HVE** (Haute Valeur Environnementale) garantit un usage modéré de pesticides, d'herbicides ou de produits chimiques. Cette certification n'est accessible qu'aux vignerons s'engageant à préserver la biodiversité sur leur domaine et faisant preuve d'une bonne gestion de la ressource en eau.

LES ÉCO LABELS



Le label Vin Méthode Nature garantit que 100% des raisins utilisés sont biologiques, des vendanges manuelles et l'utilisation d'aucune technique corrective ou d'intrants à l'exception de l'ajout de sulfites à la mise en bouteille dans une limite de 30 mg/L. Il faut respecter la charte de ce label afin de bénéficier de ce dernier.



Le label Vignerons Engagés repose sur les piliers du développement durable. Les objectifs de ce label sont liés à 12 engagements, dont : l'économie des ressources naturelles, la protection de la biodiversité, la traçabilité de la vigne au verre...

VIN DE FRANCE UNE APPROCHE POUR FAIRE DE GRANDS VINS AUTREMENT : LES VINS D'AUTEURS – VINS PREMIUMS

Un vin d'auteur, c'est un vin qui ne ressemble pas à celui du voisin, qui reflète la personnalité de son auteur !

Une liberté au service de la qualité !

Des cuvées VDF de prestige se retrouvent sur les cartes des plus belles tables à Paris comme à New-York en passant par Montréal.



Quelques maisons : Maison Ventenac, Bastien Jolivet, Didier Dagueneau, Jacques Lurton, Puy Arnaud, Gérard Bertrand, Domaine de la Fessardière, Château Peybonhomme-Les-Tours

POURQUOI JOUER LA CARTE VIN DE FRANCE ?

- Des vins bistroamiques et des craft wines qui répondent à la **soif de découverte** des épicuriens.
- Des vigneronns et winedesignerns qui laissent **libre cours à leur créativité** pour proposer une expression plus personnelle du vin.
- Une approche par le cépage, un **repère de goût** pour orienter au mieux les consommateurs.
- VDF, la **dénomination expérientielle** tant pour les vigneronns et winedesignerns que pour ceux qui les dégustent.

ANIVIN DE FRANCE
Association Nationale Interprofessionnelle

4

TOUR D'HORIZON DES INNOVATIONS EN VIN DE FRANCE

VIN DE
FRANCE



LES NOUVEAUX MODES DE CONSOMMATION PAR VDF

Rouge glouglou



FRAIS

EN COCKTAILS /
MOCKTAILS

VDF avec des
glaçons,
du tonic...



Les vins
désalcoolisés



SANS ALCOOL

LES VDF COCKTAILS

Le vin doit être facile à comprendre, être une boisson rafraîchissante, sans « prise de tête » et rendre l'instant présent expérientiel. Vin De France est la dénomination la plus légitime pour désacraliser la consommation de vin en proposant de nouveaux modes de consommation.

L'interprofession a lancé une nouvelle tendance : des cocktails avec du Vin De France qui cassent les codes traditionnels, pour recruter la nouvelle génération sur le vin.



Retrouvez tous nos VDF Cocktails sur :
vindefrance.com

VDF COCKTAILS – LE CHARDO MULE®

Cocktail solaire et lumineux, le Chardo Mule® c'est la combinaison parfaite entre le Vin De France Chardonnay et la Ginger Beer, le tout relevé d'un zeste de citron vert et servi sur des glaçons. Il illumine les apéros !



• Chardo Mule® •



TUTO Vidéo pour la recette du
« Chardo Mule® » :

Le Chardo Mule®



[TUTO - Chardo Mule](#)



VDF COCKTAILS – LE SAUVIGNON SPECIAL

L'association hyper-rafraichissante du Vin De France Sauvignon Blanc avec la Tonic Water et le sirop de concombre donne LE cocktail le plus fresh et le plus pétillant de l'été !



• Sauvignon Special •



TUTO Vidéo pour la recette du
« Sauvignon Spécial » :

Le Sauvignon Special



[TUTO - Sauvignon Special](#)



VDF COCKTAILS – LE FLOWER ROSÉ

Ambiance 70's pour ce cocktail pop et pétillant à la signature florale ! Psychédélique et vitaminé, le Flower Rosé vous transporte au temps du Flower Power pour une dégustation haute en couleurs.



• Flower Rosé •



Ingrédients :

- 2/3 de VDF Rosé
- 1/3 de Tonic Water
- 1,5 cl de sirop d'hibiscus
- 1 framboise fraîche
- Des glaçons

LES NO-LOW – UN TÉMOIN DE LA LIBERTÉ EN VDF

NO-LOW

Les boissons sans alcool ou avec peu d'alcool montent en puissance en France. Appelées « **no-low** », pour « no-alcool low-alcool », elles séduisent toujours plus d'amateurs.

Ambassadeurs d'un mode de vie plus **sain**, d'une consommation plus **responsable**, les **vins sans alcool et allégés en alcool** se taillent désormais une place de choix chez les cavistes et vendeurs spécialisés. *



Quelques exemples de VDF No-Low :

MALLETTE - ZERO

VDF - BLANC

SÉMILLON - CHARDONNAY

BORDEAUX FAMILIES



ZERO BY LES FUMÉES BLANCHES

VDF - ROSÉ

FRANÇOIS LURTON



JP. CHENET 0%

VDF - ROSÉ

GRENACHE NOIR - CINSAULT

LES GRANDS CHAIS DE FRANCE



* La Revue du Vin De France « Vin désalcoolisé : les dessous d'un succès surprenant »

VIN DE FRANCE UNE APPROCHE INNOVANTE PAR LE GOÛT

Vins
orange

Cépages
résistants

Pét-nat'

Rouge
glouglou

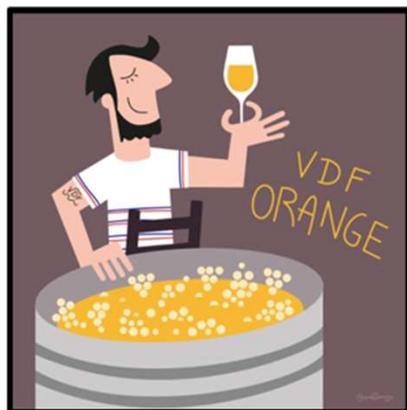


Quelques maisons : Jacques Frelin Vignobles, Gérard Bertrand, Les Beates, Vivalie, Vignobles Ducourt, D. Ancienne cure, Pouce-Pied, C. Barouillet Famille Descombes, Delaunay Vins & Domaines

VIN ORANGE, UN TÉMOIN DE LA CRÉATIVITÉ EN VDF

VINS ORANGE

Le vin orange est la quatrième couleur du vin avec le rouge, le blanc et le rosé. Il est issu d'une technique ancestrale remise au goût du jour qui consiste à vinifier des raisins blancs comme du vin rouge, en laissant les peaux des raisins au contact du jus.



orange is the new white

Quelques exemples de VDF Orange :

ORANGE GOLD
VDF - ORANGE - 2023
GÉRARD BERTRAND



LOU O'ORANGE
VDF - ORANGE - 2022
LES BEATES



HÉRISSON
VDF - ORANGE - 2024
JACQUES FRELIN VIGNOBLES



VDF RÉSISTANTS, POUR UNE VITICULTURE PLUS DURABLE

Ce sont des Vin De France élaborés à partir de **variétés de raisins résistantes aux maladies** !

La création de variétés résistantes s'inscrit dans la stratégie menée par la filière vitivinicole pour réduire son utilisation des produits phytosanitaires. Issus de croisement entre cépages et variétés qui résistent naturellement aux parasites, les variétés résistantes sont ainsi **protégées contre le Mildiou et l'Oïdium**.

On compte une dizaine de variétés : Artaban, Floréal, Muscaris, Souvignier girs, Coliris, Lilaro, Opalor, Vidoc, Voltis, Selenor et Sirano.

Les variétés résistantes contribuent à une **viticulture plus durable** !



Un exemple de VDF réalisé à partir de variétés résistantes : « Allegoria » de Vinovalie



LES PÉT-NAT', TÉMOINS DE LA CRÉATIVITÉ EN VDF

PÉT-NAT'

Le « Pét-Nat' », diminutif de **pétillant naturel**, désigne un vin effervescent élaboré selon la méthode ancestrale.

Contrairement à la méthode traditionnelle qui implique une double fermentation, le Pét-Nat' n'en connaît qu'une seule, en bouteille.

C'est un vin effervescent décomplexé, plus libre et accessible, que l'on déguste sans se prendre la tête.



Quelques Pét-Nat' signés VDF :



Boucan,
Pouce-Pied

Ca Sulfit',
Ancienne cure



Splash, C.
Barouillet

LES ROUGES GLOUGLOU, DES VINS FRAIS SIGNÉS VDF

ROUGE GLOUGLOU

Place à un nouveau profil de vins rouges, légers et fruités, à la robe presque transparente, généralement plus faibles en alcool et à boire frais. *

Pour leur élaboration les cépages naturellement peu tanniques sont privilégiés tel que le Gamay et le Pinot Noir.

Une macération carbonique est souvent une technique de choix pour des rouges glouglou.



« Miss Gamay »
Famille Descombes



« Boogie Woogie »
Aubert & Mathieu

* La Revue du Vin De France « La révolution annoncée des vins rouges frais et légers »

LES CÉPAGES OUBLIÉS, DES VINS RICHES D'HISTOIRE



Il existe plus de 250 cépages d'origine française !

Si certains noms comme le Len de l'El ou le Mollard évoquent l'inconnu, ils témoignent d'une histoire riche. Ces cépages anciens ont été pour la plupart abandonnés progressivement, car considérés comme trop fragiles ou donnant de faibles rendements.

Pourtant, une nouvelle vague de vignerons et winemakers de Vin De France explorent à nouveau ce patrimoine et cultivent ces cépages pour retrouver leurs arômes d'authenticité !

ANIVIN DE FRANCE
Association Nationale Interprofessionnelle

5

DÉCOUVERTE DES CÉPAGES DE FRANCE ET DES ACCORDS METS & VIN DE FRANCE

VIN DE
FRANCE



VIN DE FRANCE UNE APPROCHE PAR LE GOÛT

Vin De France, « à chacun son cépage, à chacun son goût » :

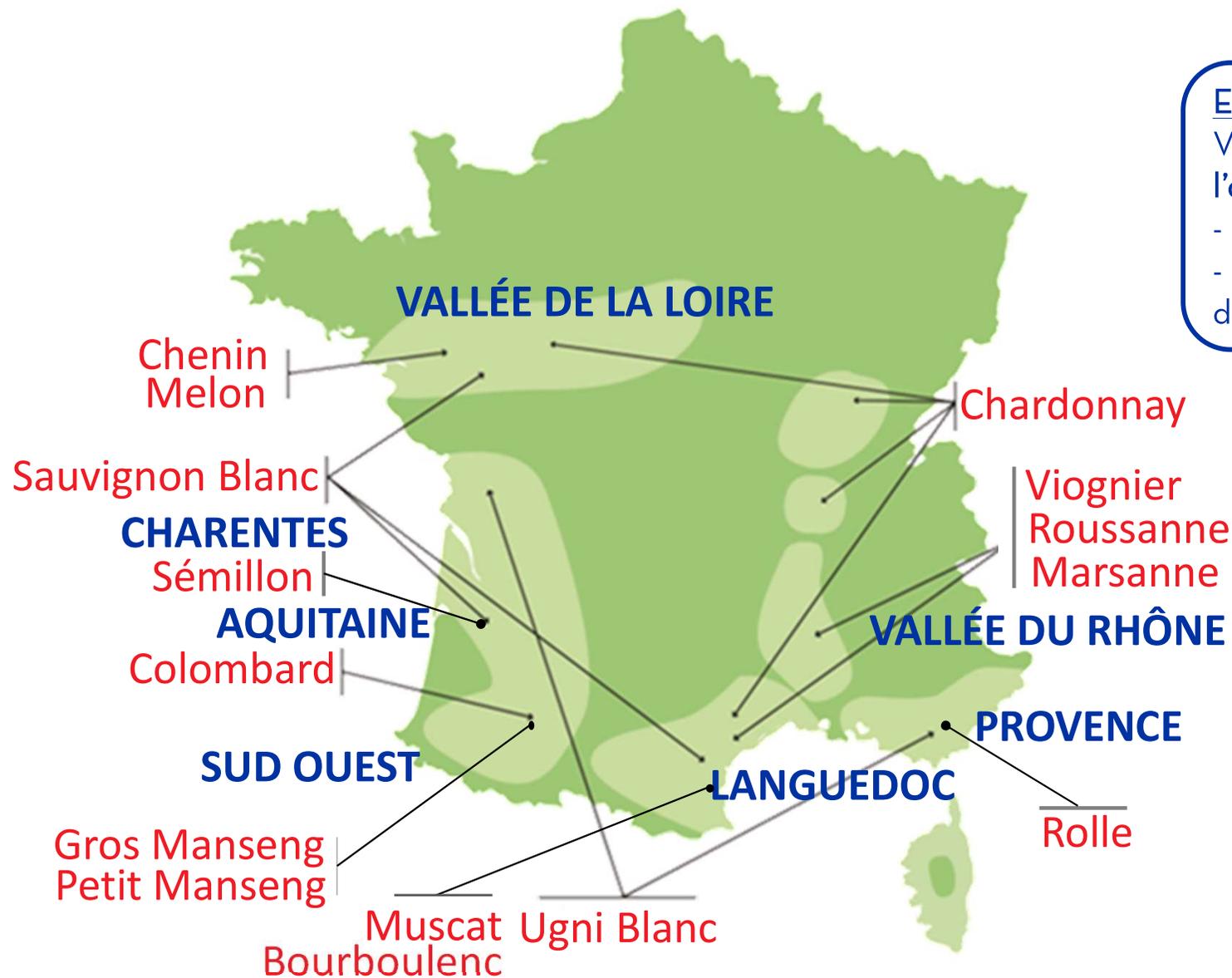
Notre objectif est d'accompagner les consommateurs dans la **découverte des cépages** qui leur plaisent vraiment.

Une approche libre, fondée sur le goût et la curiosité, pour que chacun puisse faire des choix éclairés selon ses envies.

Vin De France :

- Révéler les préférences
- Valoriser les goûts

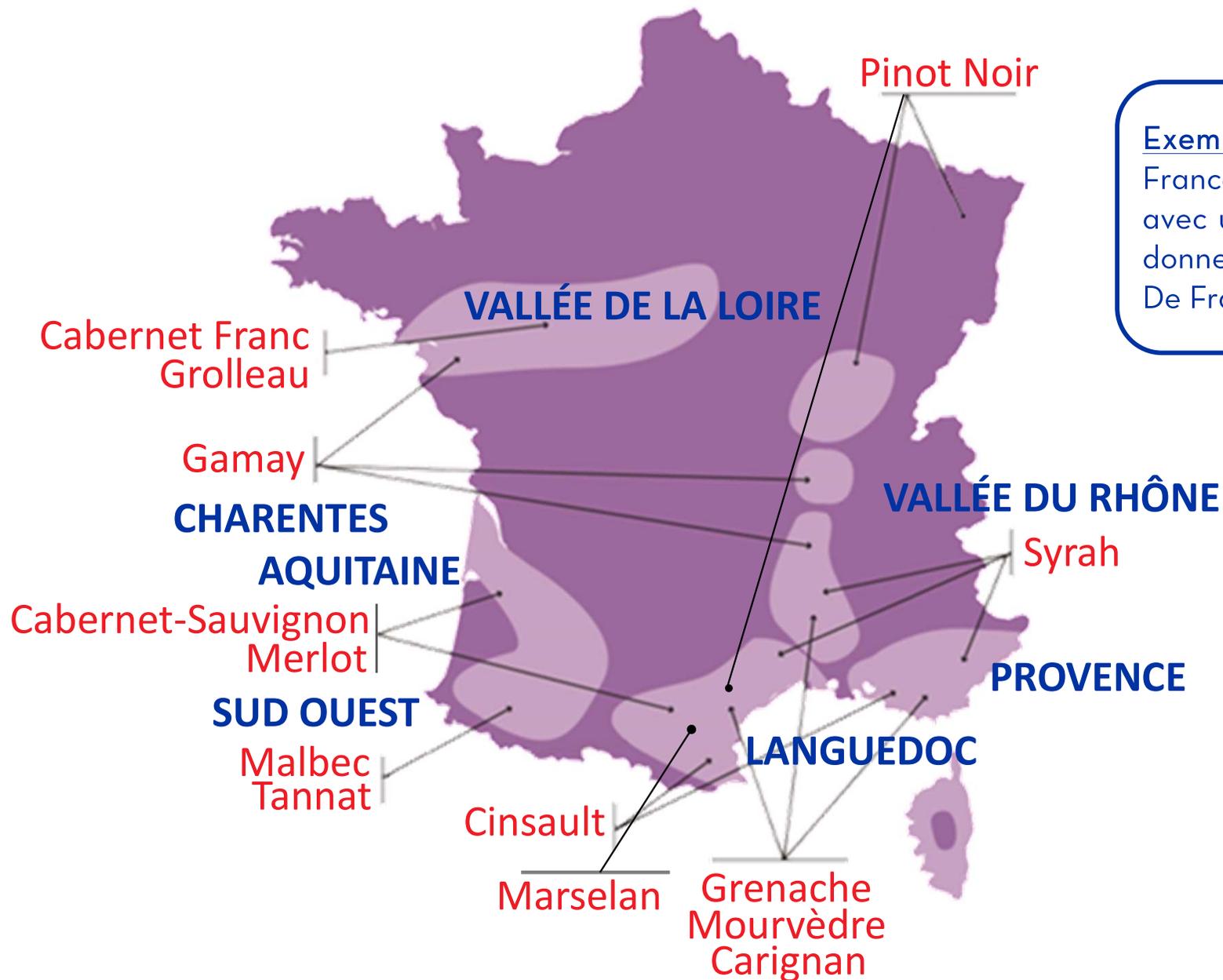
LES CÉPAGES DE FRANCE EN VIN DE FRANCE



Exemple : Un Sauvignon Blanc Vin De France peut résulter de l'assemblage :

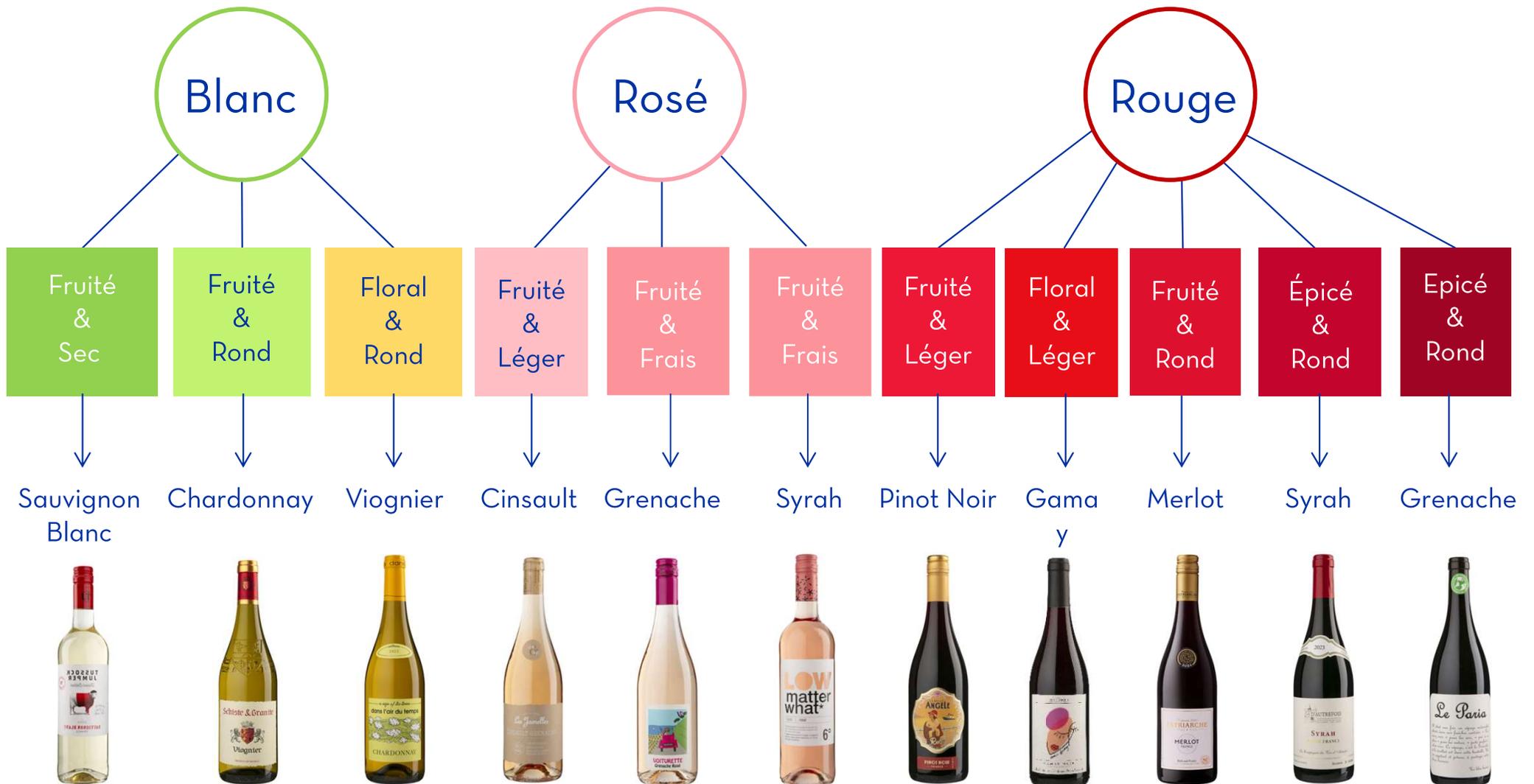
- d'un Sauvignon Blanc de Loire
- d'un Sauvignon Blanc du Sud de la France.

LES CÉPAGES DE FRANCE EN VIN DE FRANCE



Exemple : Un Pinot Noir de France peut être **assemblé** avec une Syrah de France pour donner un nouveau profil de Vin De France.

LES GOÛTS DES CÉPAGES DE FRANCE



CARTE D'IDENTITÉ DES CÉPAGES DE FRANCE

En découvrir + sur vindefrance.com



Sauvignon Blanc de France

Le Sauvignon Blanc de France donne des vins blancs secs pleins de fraîcheur et d'élégance, vifs, et très parfumés, que l'on apprécie dans leur jeunesse. Il se caractérise par un très bel équilibre entre nervosité et puissance aromatique.



La couleur des vins

Blanc

Les arômes au nez



Pamplemousse



Buis



Fruit de la passion

Le profil en bouche

Fruité et Sec

Douceur



Sec

Rondeur



Moyennement léger

Acidité

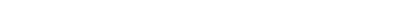


Très forte acidité

Tanins



Alcool



11,5 - 12,5% vol.

PATRIARCHE PÈRE & FILS

VDF - BLANC - 2024
SAUVIGNON BLANC
PATRIARCHE



LES FUMÉES BLANCHES

VDF - BLANC - 2024
SAUVIGNON BLANC
FRANÇOIS LURTON



QUELS APÉROS POUR ACCOMPAGNER CES VINS ?



- Paccheri en salade d'été, dés de mozzarella



- Maki de saumon fumé, chèvre aux herbes



- Velouté de fanes de radis, tartine au valençay

CARTE D'IDENTITÉ DES CÉPAGES DE FRANCE

En découvrir + sur vindefrance.com



Viognier de France

Le Viognier de France donne des vins très puissants et de grande qualité. Ce sont des vins chaleureux qui ont la capacité à allier acidité et rondeur, le tout avec une richesse aromatique exceptionnelle.



La couleur des vins

Blanc

Les arômes au nez



Pêche



Abricot



Violette

Le profil en bouche

Floral et Gourmand

Douceur

San

Rondeur

Soyez-vous-même fort

Acidité

Acidité plus ou moins

Tannins

Alcool

Energie 13,5 - 16% vol.

LES PETITES SOURCES

VDF - BLANC - 2024

VIOGNIER

VIGNOBLES & COMPAGNIE



MAISON DE LA VILLETTE

VDF - BLANC - 2024

VIOGNIER

DELAUNAY VINS & DOMAINES



QUELS APÉROS POUR ACCOMPAGNER CES VINS ?



- Crème d'époisses, tomates confites et jambon de Paris
- Chabichour, pamplemousse rose, viande des Grisons
- Crabe, betterave et pamplemousse en aspic

CARTE D'IDENTITÉ DES CÉPAGES DE FRANCE

En découvrir + sur vindefrance.com



Gamay Noir de France

Le Gamay de France est le cépage vif et fruité. Son tempérament espiègle et gourmand en fait des vins rouges d'été très appréciés. Les arômes du Gamay sont à dominante fruitée, de bonbon anglais et de banane. Ce cépage permet également de produire des vins rosés fruités élégants.



La couleur des vins



Les arômes au nez



Framboise



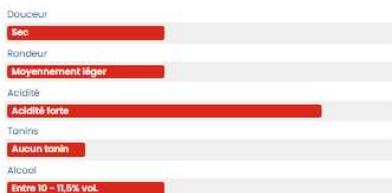
Fraise



Pivoine

Le profil en bouche

Floral et
Léger



QUELS APÉROS POUR ACCOMPAGNER CES VINS ?



- Tomate cerise farcie



- Mini-hamburger au Cantal



- Poulet à l'estragon, crème de Cantal

JEAN
VDF - ROUGE - 2024
GAMAY NOIR
MAISON JEAN LORON



L'ARTISTE
VDF - ROUGE - 2024
GAMAY NOIR
FAMILLE BOUGRIER



CARTE D'IDENTITÉ DES CÉPAGES DE FRANCE

En découvrir + sur vindefrance.com



Syrah de France

La Syrah de France est le cépage puissant et épicé par excellence. Elle donne généralement des vins d'une couleur intense. Ils se distinguent par leur complexité aromatique, et la finesse de leurs tannins. La Syrah permet également d'élaborer des rosés très fruités et frais.



La couleur des vins



Les arômes au nez



Violetto



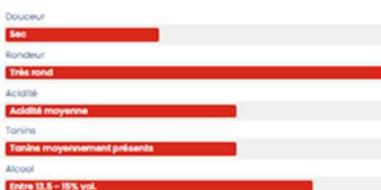
Mûre



Épices

Le profil en bouche

Épicé et Gourmand



QUELS APÉROS POUR ACCOMPAGNER CES VINS ?



- Tartare de tomates au guacamole spicy



- Wrap aux poires pochées, crème de Roquefort



- Nem de porc aux lentilles vertes

PURITAINE
VDF - ROUGE - 2020
SYRAH
MAISON VENTENAC



CAMPUGET 1753
VDF - ROUGE - 2024
SYRAH
CHATEAU CAMPUGET



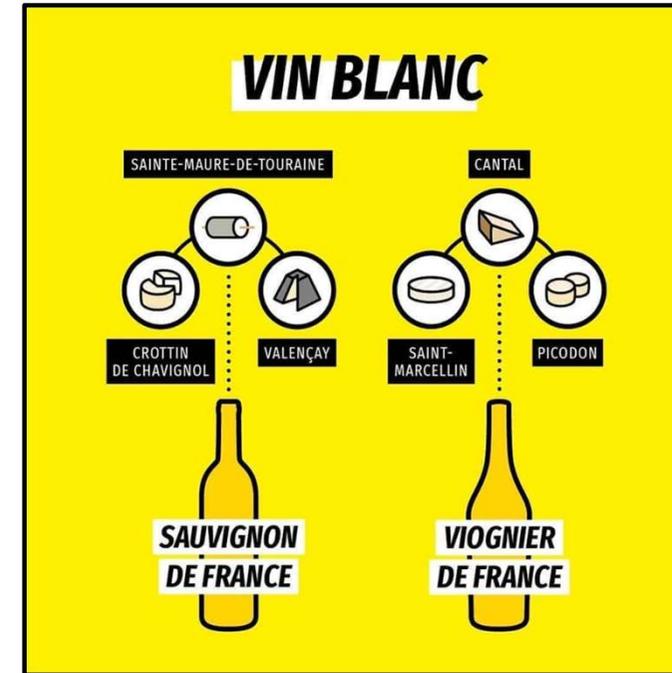
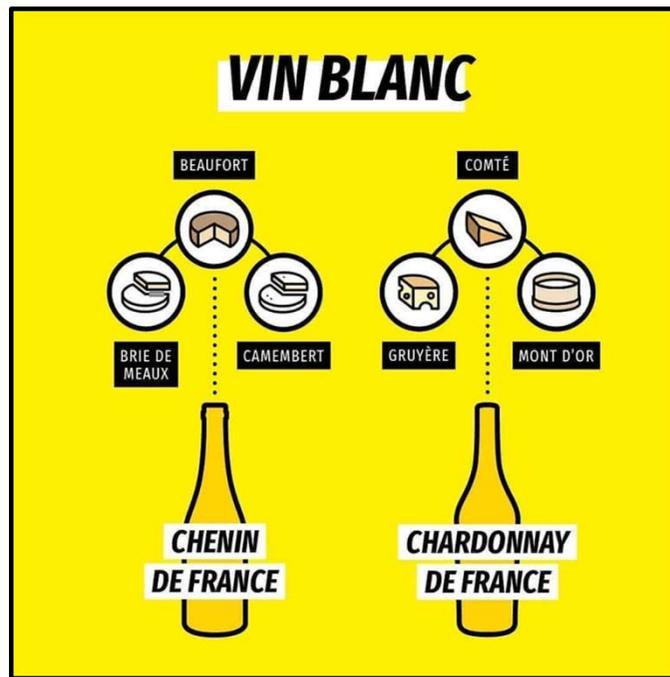
ACCORDS VIN DE FRANCE CÉPAGES ET FROMAGES

Chaque fromage possède une personnalité unique, de sa texture à ses arômes.
De même, chaque cépage exprime un profil gustatif distinct.

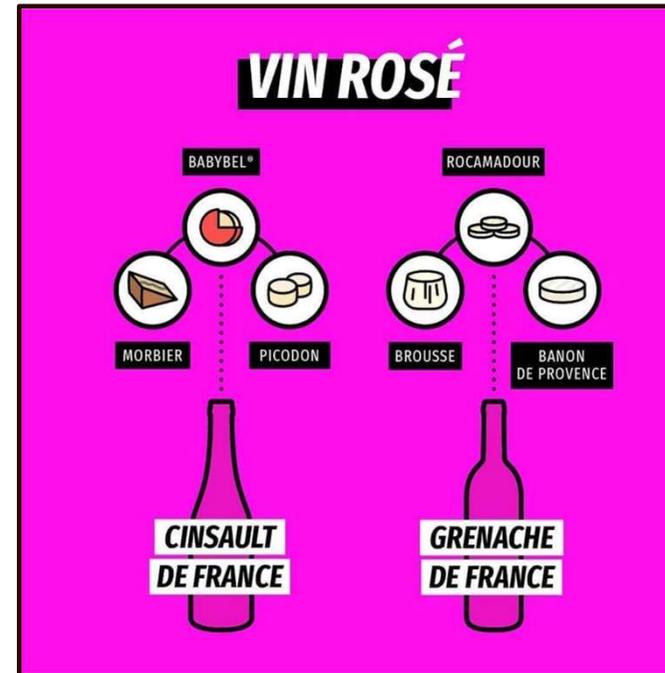
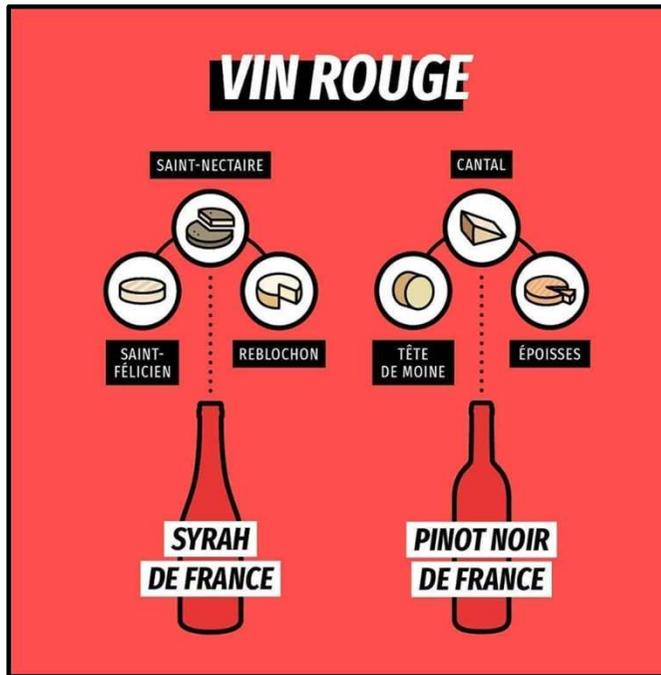
L'art de l'accord consiste à identifier les styles de vins qui complètent, contrastent
ou magnifient les caractéristiques des types de fromages.



ACCORDS VIN DE FRANCE CÉPAGES ET FROMAGES



ACCORDS VIN DE FRANCE CÉPAGES ET FROMAGES



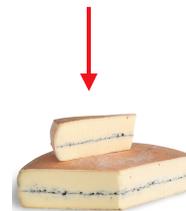
Saint Nectaire



Tête de moine



Morbier



Rocamadour



ACCORDS ÉPICÉS – QUAND LE POIVRE RENCONTRE LE VIN DE FRANCE

À CHAQUE CÉPAGE DE FRANCE SON POIVRE

- Poivre comme cépage, chaque variété possède sa propre palette aromatique.
- Un poivre peut transformer radicalement un accord entre un plat et un vin. Au contact du bon poivre, le vin s'ouvre, le poivre va mettre en valeur la finesse du vin ou sa structure.



Cépages de France x Poivres

- Nous vous invitons à la découverte des accords épicés Cépages et Poivres pour sublimer votre cuisine et vos repas !

Quelques exemples d'accords VDF & Poivre :

Poivre noir de Madagascar



Accords Chardonnay
& Poivre

Poivre Noir de Sarawak



Accords Pinot noir
& Poivre

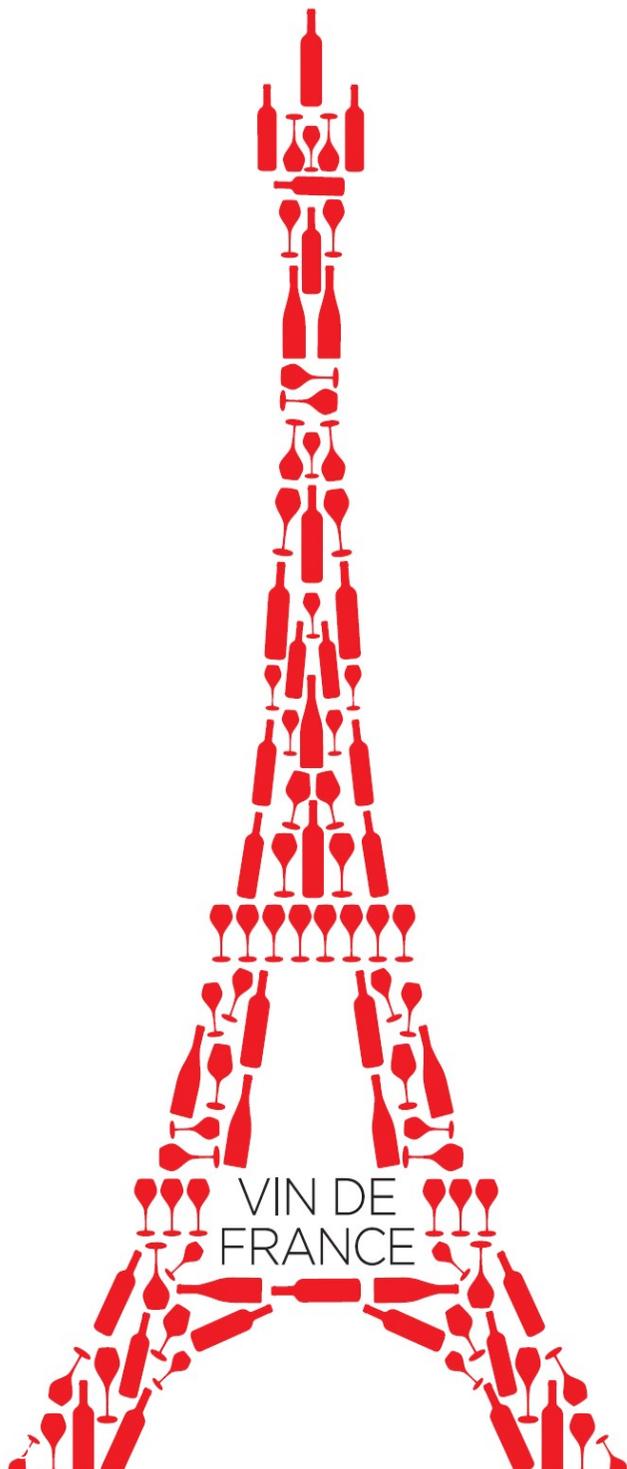
Poivre Blanc de Sarawak



Accords Vin orange
& Poivre

Plus d'infos sur
vindefrance.com





ANIVIN DE FRANCE
Association Nationale Interprofessionnelle

6

LA RÈGLEMENTATION PROPRE À VIN DE FRANCE

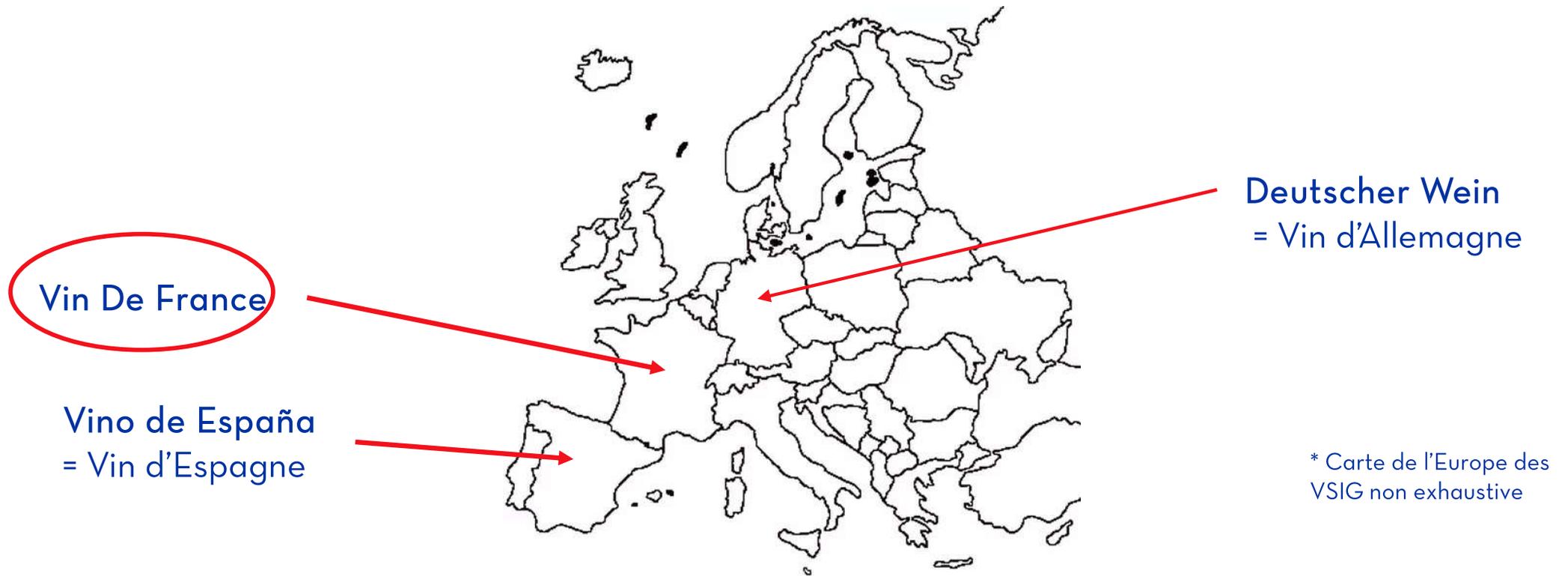
VIN DE
FRANCE



LE VIN SANS INDICATION GÉOGRAPHIQUE = VSIG

Une réforme du règlement (UE) OCM (n°1308/2013) a créé la catégorie des vins sans appellation d'origine protégée ni indication géographique protégée. Cette catégorie est celle des Vins Sans Indications Géographiques.

L'étiquetage doit mentionner obligatoirement la dénomination « Vin » et le nom de l'État membre producteur. Pour la France cette mention est : VIN DE FRANCE



L'ÉTIQUETAGE D'UN VIN DE FRANCE

La réglementation européenne encadre l'étiquetage des bouteilles de vins afin de garantir les informations transmises au consommateur et la bonne compréhension de celles-ci. *

On distingue :

- les mentions obligatoires (dénomination de vente, origine du produit, ...)
- des mentions facultatives (cépages, millésime, certification environnementale, ...)

À partir du millésime 2024, la liste des ingrédients et la déclaration nutritionnelle doivent figurer sur l'étiquette (elles peuvent être dématérialisées sous la forme d'un QR code à l'exception de la valeur énergétique et des allergènes).

En France, le Décret n° 2012-655 du 4 mai 2012 relatif à l'étiquetage et à la traçabilité des produits vitivinicoles et à certaines pratiques œnologiques ajoute des mesures d'étiquetage pour un Vin De France.

* Règlement UE n°1308/2013, Règlement UE n°2019/33, Règlement UE n°2019/934

L'ÉTIQUETAGE D'UN VIN DE FRANCE

MENTIONS OBLIGATOIRES

1. Dénomination de vente
VIN DE FRANCE
2. Pays de provenance
« Product of France »
3. Les allergènes
« Contient des sulfites »
4. L'identité de l'embouteilleur
5. Le degré alcoolique : « X% vol. »
6. Le volume nominal :
« 75cl » ou « 750ml »
7. Le message sanitaire :
Pictogramme de la femme enceinte
8. La liste des ingrédients*
9. La déclaration nutritionnelle*
10. La teneur en sucre pour les
mousseux (Brut, Extra-Brut ...)

MENTIONS FACULTATIVES

- Les cépages
→ Lien vers l'ensemble des cépages
qui peuvent figurer sur une
étiquette de VDF
- Les certifications
environnementales (Bio, HVE,
Vin Méthode Nature...)
- Le millésime
Si 85% du vin récolté contenu dans
la bouteille est issu de l'année
mentionnée.
/!\ Mention obligatoire si le terme
"Nouveau" est indiqué sur
l'étiquette

MENTIONS INTERDITES

- Les cépages interdits à
l'étiquetage
Aligoté, Altesse, Clairette, Gewurztraminer,
Gringet, Jacquère, Mondeuse, Persan,
Poulsan, Riesling Savagnin, Sylvaner,
Trousseau
- Pour le nom et l'adresse de
l'embouteilleur :
Interdiction de faire figurer une zone
géographique, AOP ou IGP , de mentionner
"château" ou "domaine" ou "mis en bouteille
à la propriété"
- Les termes interdits :
Abbaye, Bastide, Campagne, Chapelle,
Château, Clos, Commanderie, Cru,
Domaine, Hospices, Mas, Manoir,
Monastère, Monopole, Moulin, Prieuré, Tour
- Aucune référence à une aire de
production d'IG ou une
exploitation viticole

* Ces mentions peuvent être dématérialisés sous la forme d'un QR Code à l'exception de la valeur énergétique et des allergènes

MODÈLE D'ÉTIQUETTE D'UN VIN DE FRANCE



-  Mention facultative
-  Mention obligatoire à emplacement libre
-  Mention obligatoire à présenter dans le même champ visuel



Il est interdit de représenter visuellement sur l'étiquette d'un VDF une bâtisse dans des vignes car cela fait directement référence à un domaine, un château...

VIN DE FRANCE – DES ÉTIQUETTES CRÉATIVES

Malgré l'encadrement réglementaire en termes d'étiquetage, les VDF expriment liberté et créativité ! Les vigneron s'inspirent de ces valeurs pour leur étiquetage.

En voici quelques exemples :



« Wine To Be Alive »

« Bon Pote »



« Roques'N' Toque »

« Dieu n'avait fait que l'eau, mais l'homme a fait le vin »



« ParaDOXE »

« Smiley »



LE VIN (PARTIELLEMENT) DÉALCOOLISÉ

La réglementation distingue désormais les vins désalcoolisés (= vins sans alcool) et partiellement désalcoolisés (= vins allégés en alcool) des autres boissons sans ou allégées en alcool.

La mention « désalcoolisé » est utilisée lorsque le titre alcoométrique volumique acquis (TAVA) est inférieur ou égal à 0,5 % vol. Vin De France est la seule dénomination française des vins sans alcool.

La mention « partiellement désalcoolisé » est utilisée lorsque le TAVA est supérieur à 0,5 % vol. et inférieur 8,5 % vol. ou 9 % vol. (selon la zone viticole).



VDF DÉALCOOLISÉ



Pour illustration : Pierre Chavin, Lionel Osmin & Cie, Bordeaux Families, Cordier

EXEMPLE D'ÉTIQUETTE DE VIN DÉSALCOOLISÉ AVEC INGRÉDIENTS & NUTRITION DÉMATÉRIALISÉS



-  Mention facultative
-  Mention obligatoire à emplacement libre
-  Mention obligatoire à présenter dans le même champ visuel

- Vin désalcoolisé + VIN DE FRANCE, mentions obligatoires pour les VDF avec un TAV inférieur à 0,5 % vol.
- Vin partiellement désalcoolisé + VIN DE FRANCE, mentions obligatoires pour les VDF avec un TAV compris entre 0,5% vol. et 8,5 % vol. ou 9 % vol. (selon les zones viticoles).

La mention « vin sans alcool » sous réserve d'avoir un TAV inférieur à 0,5 % vol.



Mention sanitaire obligatoire pour les VDF avec un TAV supérieur à 1,2 % vol.

Mention obligatoire pour les VDF avec un TAV inférieur à 10 % vol.

EXEMPLE D'ÉTIQUETTE DE VIN DÉALCOOLISÉ SANS QR CODE

NOM DU VIN Vin (partiellement) Désalcoolisé
VIN DE FRANCE
Chardonnay 2023

vin sans alcool

Ingrédients :
Raisins, moûts de raisins concentrés, *sulfites*

	Pour 100 ml
Energie	110 kJ/ 26 kcal
Graisses	g
Dont d'acides gras saturés	g
Glucides	g
dont sucres	g
Protéines	g
Sel	g

à consommer de préférence avant :

0,1 % vol.
750ml

MIS EN BOUTEILLE PAR L'ANIVIN DE FRANCE A F-75009
Lot n° X PRODUCT OF FRANCE

-  Mention facultative
-  Mention obligatoire à emplacement libre
-  Mention obligatoire à présenter dans le même champ visuel

- Vin désalcoolisé + VIN DE FRANCE, mentions obligatoires pour les VDF avec un TAV inférieur à 0,5 % vol.
- Vin partiellement désalcoolisé + VIN DE FRANCE, mentions obligatoires pour les VDF avec un TAV compris entre 0,5% vol. et 8,5 % vol. ou 9 % vol. (selon les zones viticoles).



Mention sanitaire obligatoire pour les VDF avec un TAV supérieur à 1,2 % vol.

ATTENTION : La mention « Contient des sulfites » est facultative si le terme « sulfite » est suffisamment visible dans la liste des ingrédients écrite physiquement

LA MISE EN PAGE D'UNE CARTE DES VINS



LES RÈGLES À RESPECTER



- « Afin de ne pas induire en erreur le consommateur, la **dénomination de vente doit être indiquée de manière précise**. Les vins bénéficiant d'une indication géographique (AOP, IGP) doivent être **distingués** des autres vins (« Vin De France », « Vin d'Espagne », « Vin de l'Union Européenne » et les vins issus de pays tiers). Le nom de l'AOP ou de l'IGP doit être indiqué. »
*
- Un Vin De France ne peut pas être associé à une zone ou un terme géographique autre que la France.

* DGGCRF, « Présentation de la carte des vins », mars 2025

PROJET MODÈLE CARTE DES VINS



Allergène : Contient des sulfites

CARTE DES VINS

VINS TRANQUILLES - VINS ROUGES -

	Verre 12cl	Bouteille 75cl
VIN DE FRANCE - VDF VDF - Jean, Maison Jean Loron, Gamay noir, 2024 VDF - Castelbeaux, Robert Debuissou, Grande réserve, Pinot noir, 2024	€	€
APPELLATION D'ORIGINE PROTÉGÉE - AOP VIGNOBLE BORDELAIS AOP Bordeaux - Château Couronneau Le Fougeux, 2019 AOP Saint Emilion - Château Haut-Cadet, 2018 VIGNOBLE DU BEAUJOLAIS AOP Morgon - Jean Foillard, 2022 AOP Chiroubles - Domaine Jean Pierre Rivières, 2022 VIGNOBLE DE LA VALLÉE DE LA LOIRE AOP Saumur Champigny - Château Yvonne, 2022 AOP Sancerre - Les Burriers, 2020 VIGNOBLE DE LA VALLÉE DU RHÔNE AOP Saint-Joseph - Domaine Les Alexandrins, Syrah, 2022 AOP Crozes Hermitage - Domaine Yann Chave, 2022		
INDICATION GÉOGRAPHIQUE PROTÉGÉE - IGP IGP Vaucluse - Minha Terra, Domaine Duseigneur, 2021		
VINS ÉTRANGERS Espagne - DOC Rioja - Marqués de Cáceres Crianza, 2021		

Nos prix sont en € TTC
et services compris

1

- Les vins tranquilles sont séparés des vins effervescents et des vins sans alcool.
- Pour chaque type de vin, les références sont séparées par couleur : le vin rouge, le vin blanc, le vin rosé, le vin orange
- Pour chaque couleur, on retrouve distinctement les VDF des AOP, des IGP et des vins étrangers.
- Un VDF ne peut être associé à une zone géographique autre que la France.

 Modèle de carte des vins non-exhaustif !

PROJET MODÈLE CARTE DES VINS



Allergène : Contient des sulfites

- VINS BLANCS -

VIN DE FRANCE - VDF

VDF - Septembre, Thierry Delaunay, Sauvignon blanc, 2024
 VDF - Fleur Angely, Alma Cersius, Sauvignon blanc, 2024
 VDF - More with less, Maison Jeanjean, 9%

APPELLATION D'ORIGINE PROTÉGÉE - AOP

VIGNOBLE ALSACIEN

AOP Alsace Grand Cru - Riesling Grand Cru Altenberg vieilles vignes Lorrenz
 AOP Alsace - Domaine Zind-Humbrecht, Pinot Gris Turckheim, 2022

VIGNOBLE DE LA VALLÉE DE LA LOIRE

AOP Sancerre - Domaine Serge Laloue, 2023
 AOP Vouvray - Le Haut Lieu, Domaine Huet, 2022
 AOP Pouilly Fumé - Le Troncsec, Joseph Mellot, 2023

VIGNOBLE DE BOURGOGNE

AOP Mâcon Uchizy - Talmard, 2023
 AOP Chablis - Louis Latour, 2023

INDICATION GÉOGRAPHIQUE PROTÉGÉE - IGP

IGP Pays d'Oc - Les Jamelles, Catherine Delaunay, Chardonnay 2023

VINS ÉTRANGERS

Espagne - DO La Mancha - Dominio De Punctum, Viento Aliseo, 2021

- VINS ROSÉS -

VIN DE FRANCE - VDF

VDF - D'autrefois, la Compagnie des Vins d'Autrefois, Pinot noir, 2024
 VDF - L'un des sens, Saget la Perrière, Pinot noir, 2024
 VDF - Allegoria, Vinovalie, 9%, 2024

APPELLATION D'ORIGINE PROTÉGÉE - AOP

AOP Côtes de Provence - Château Minuty, 2024

Verre 12cl	Bouteille 75cl
€	€

Nos prix sont en € TTC
 et services compris

2

Allergène : Contient des sulfites

INDICATION GÉOGRAPHIQUE PROTÉGÉE - IGP

IGP Var - Sainte Croix, 2024

VINS ÉTRANGERS

Portugal - Mateus Rosé Original

VINS EFFERVESCENTS

APPELLATION D'ORIGINE PROTÉGÉE - AOP

Champagne Pommery - Brut
 Champagne Deutz - Brut rosé

INDICATION GÉOGRAPHIQUE PROTÉGÉE - IGP

IGP Côtes de Gascogne - Domaine de Joy, Brut, Sauvignon

VIN DE FRANCE - VDF

VDF - Charles de Fère, Réserve, Chardonnay, Brut
 VDF - Chevalier, Boisset, Chardonnay, Brut

VINS ÉTRANGERS

Italie - DOC Treviso Brut - Prosecco Mionetto, Brut

VINS SANS ALCOOL

VIN DE FRANCE - VDF

VDF - Pyrène 0%, Lionel Osmin & Cie, Sauvignon blanc, 2024
 VDF - Zéro by Les Fumées Blanches, François Lurton, Rosé
 VDF - Sosie, Wine Impact, Cabernet Sauvignon - Merlot, 2024

VIN DE FRANCE - VIN MOUSSEUX

VDF - Miramar 0%, Lionel Osmin & Cie, Blanc

Verre 12cl	Bouteille 75cl
€	€

Nos prix sont en € TTC
 et services compris

3

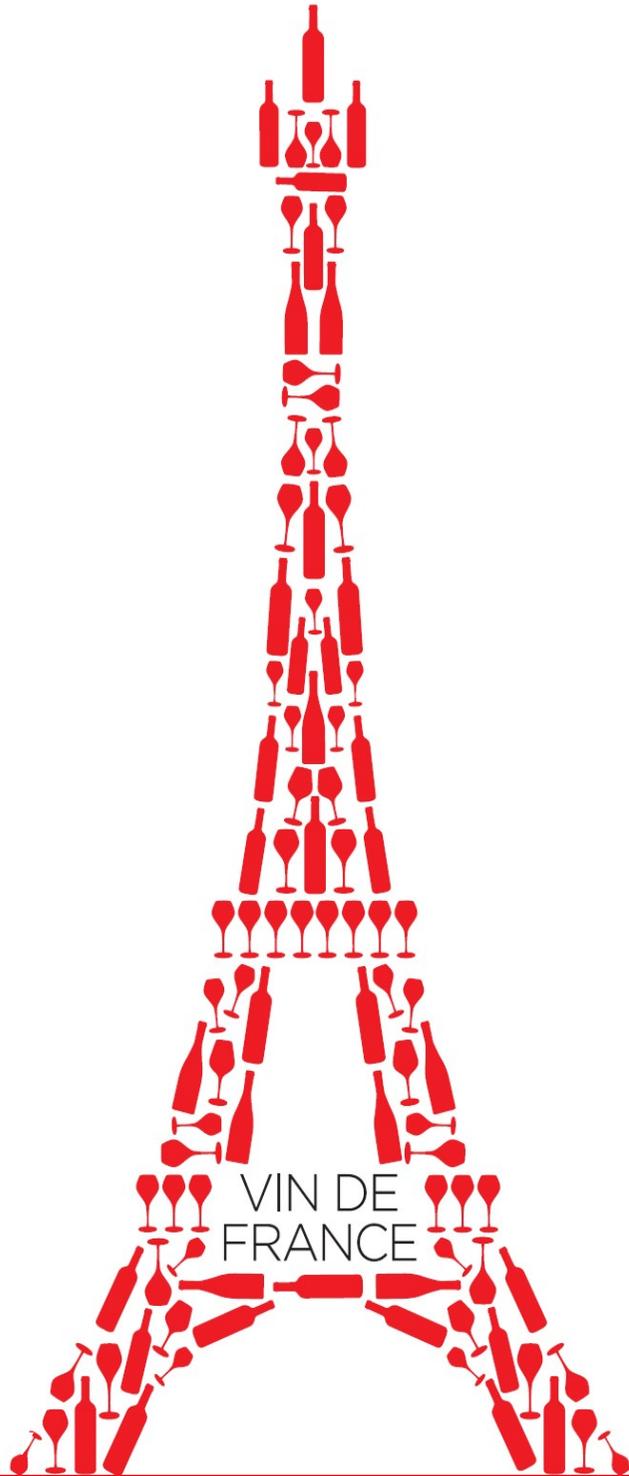


Modèle de carte des vins non-exhaustif !

ANIVIN DE FRANCE
Association Nationale Interprofessionnelle

7

L'ANIVIN DE FRANCE
UNE INTERPROFESSION
VITIVINICOLE FRANÇAISE



LES INTERPROFESSIONS VITIVINICOLES FRANÇAISES



ANIVIN DE FRANCE
Association Nationale Interprofessionnelle



25 organisations
interprofessionnelles
viticole
françaises, en voici
quelques unes :



L'ACCORD NATIONAL INTERPROFESSIONNEL DE L'ANIVIN DE FRANCE

Conformément aux dispositions des articles du règlement (UE) n°1308/2013 et des articles du Code Rural et de la Pêche Maritime, l'Anivin de France exerce diverses missions et en ce sens l'interprofession assure :

- La connaissance économique de la filière viticole,
- La connaissance économique de l'offre et de la demande des produits sur lesquels elle exerce sa compétence,
- L'adaptation et la régulation de l'offre des produits sur lesquels elle exerce sa compétence
- La mise en œuvre de règles de commercialisation et de délais de paiement
- La défense et la promotion de Vin De France sur les marchés intérieurs et extérieurs
- Tout autre objet conforme à l'article 157 du règlement (UE) n°1308/2013



L'ANIVIN DE FRANCE : SA COMPOSITION

1 Le Conseil d'Administration

C'est l'organe exécutif de l'Anivin de France. Composé de 28 membres, il décide des actions à entreprendre, vote les budgets et contrôle les dépenses.

Il élit tous les deux ans le Président selon la règle de l'alternance : tour à tour, un candidat est présenté par le négoce, puis par la production.

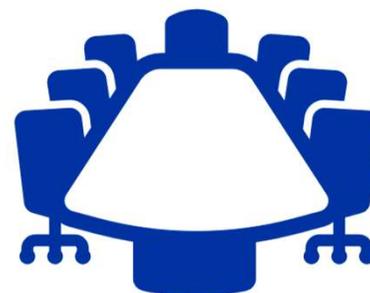
Il est aidé dans sa tâche par les commissions spécialisées :

- **Publi-Promotion**, chargée d'orienter la communication et la promotion de Vin De France et de proposer le plan d'actions au Conseil d'Administration ;

2 L'Assemblée Générale annuelle

Elle est composée de 30 membres et vote les comptes annuels de l'année écoulée et examine ceux de l'année en cours.

Tous les deux ans, l'Assemblée Générale entérine les listes de représentants au Conseil d'Administration sur proposition des organisations professionnelles constitutives de l'Anivin de France.



L'ANIVIN DE FRANCE : SA COMPOSITION

L'Association Nationale Interprofessionnelle représente tous les vins portant la dénomination
Vin De France

Elle a été formée en octobre 2009 et est composée de membres issus de toutes les familles de la filière :

→ UMIN qui représente les entreprises et les négociants



→ VIF qui représente les vignerons indépendants



→ VCF qui représente les coopératives (ex: CCVF)



SON RÔLE : Soutenir les entreprises qui produisent et commercialisent du Vin De France et les aider à le promouvoir en France et à l'international

QUELQUES ORGANISMES TRAVAILLANT EN LIEN AVEC L'ANIVIN DE FRANCE



FranceAgriMer est désigné comme l'organisme officiel de contrôle et de certification de Vin De France, notamment ceux qui portent une mention de cépage et/ou de millésime.

- **Agrément des opérateurs** : Les opérateurs qui souhaitent commercialiser du Vin De France avec mention de cépage et/ou de millésime doivent demander un agrément à FranceAgriMer.
- **Certification des volumes** : FranceAgriMer est chargé de certifier les volumes de Vin De France avec mention de cépage et/ou millésime commercialisés.
- **Contrôle de la traçabilité** : FranceAgriMer veille à la traçabilité des volumes à tous les stades de la production et contrôle les déclarations des opérateurs.



Vin & Société promeut une consommation modérée et responsable du vin et défend les intérêts de la filière face aux enjeux de santé publique et de législation sur l'alcool. L'Anivin de France participe activement à ces actions de communication et de prévention.

QUELQUES ORGANISMES TRAVAILLANT EN LIEN AVEC L'ANIVIN DE FRANCE



La **DGCCRF** (Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes) opère comme une entité essentielle de **contrôle et de répression**, garantissant la **loyauté des transactions** et la **protection du consommateur** sur le marché. Elle assure le respect strict des **règles de marché**. Cela inclut, de manière fondamentale, la **définition et le contrôle de l'étiquetage des vins**.



L'Organisation Internationale de la Vigne et du Vin (OIV) est l'institution scientifique et technique de référence mondiale pour le secteur vitivinicole, définissant les standards internationaux en matière de viticulture, d'œnologie et d'étiquetage. L'Anivin de France veille à ce que les recommandations de l'OIV soient appliquées par ses membres.

QUELQUES ORGANISMES TRAVAILLANT EN LIEN AVEC L'ANIVIN DE FRANCE



La **FEVS** (Fédération des exportateurs de vins et spiritueux de France) a pour mission de faciliter la **connaissance** des **exigences réglementaires** des différents marchés et de lever les freins aux **exportations** de vins et spiritueux.



La **FIVS** (Fédération internationale des vins et spiritueux) est une fédération internationale œuvrant pour le **développement durable** des filières mondiales du vin, de la bière et des spiritueux.



La **DGPE** (Direction générale de la performance économique et environnementale des entreprises) a pour objectif stratégique de **stimuler l'activité économique et l'emploi** par l'amélioration de la performance économique et environnementale des entreprises à travers des pratiques innovantes et multi-performantes.



LE RESPECT DE L'ENVIRONNEMENT UN ENJEU COLLECTIF



La filière Vin De France s'investit dans la recherche et l'innovation afin de relever les défis de demain : pérenniser la viticulture française et développer des vignobles respectueux de l'environnement, durables et rentables.

Dans ce but, l'Anivin de France participe activement :

à la mise en place des
axes de recherche
propres à Vin De France
comme le Projet
Vignobles Innovants et
Éco-responsables

aux actions
d'envergure nationale
comme le
Plan National de
Durabilité
du Vignoble

LE V.I.E. : PROJET VIGNOBLES INNOVANTS ÉCO-RESPONSABLES

En découvrir + sur
vindefrance.com



Un modèle de viticulture **NOVATEUR, PERFORMANT, DURABLE** dédié à Vin De France.

Depuis 2018, l'Anivin de France, s'investit dans la recherche pour favoriser la mise en place d'un **modèle de viticulture innovant** qui doit permettre, à terme, d'assurer des volumes suffisants au développement des marchés de Vin De France - VDF, tout en répondant aux attentes sociétales en matière de développement durable.

L'Anivin de France accompagne ainsi techniquement avec l'IFV deux vignobles pilotes pour mettre en lumière et diffuser les meilleures pratiques.

Le V.I.E. est une approche de culture de la vigne
qui repose sur 6 leviers :

INSTALLATION DU VIGNOBLE

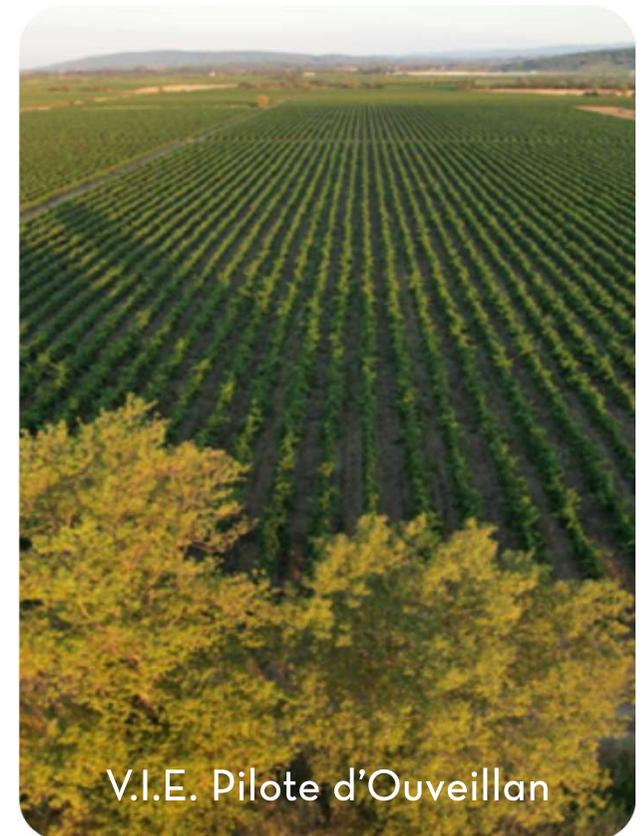
FERTI-IRRIGATION

SANTÉ DU VÉGÉTAL

CÉPAGES

VIE DU SOL

MÉCANISATION DU VIGNOBLE



V.I.E. Pilote d'Ouveillan

LE PNDV : PLAN NATIONAL DE DURABILITÉ DU VIGNOBLE



Le 27 février 2025, la filière s'est engagée dans le Plan National de Durabilité du Vignoble 3 qui a pour objectif d'encourager la productivité et la pérennité des vignobles français, d'assurer une gestion durable des ressources et de faire émerger des produits innovants tout en prenant en compte les spécificités des régions.

Ce nouveau programme s'articule autour de 3 thématiques principales, à savoir :

- Maintenir la Productivité et Pérennité du vignoble,
- Renforcer une meilleure gestion des ressources et de l'environnement,
- Renforcer la création de Produits innovants.

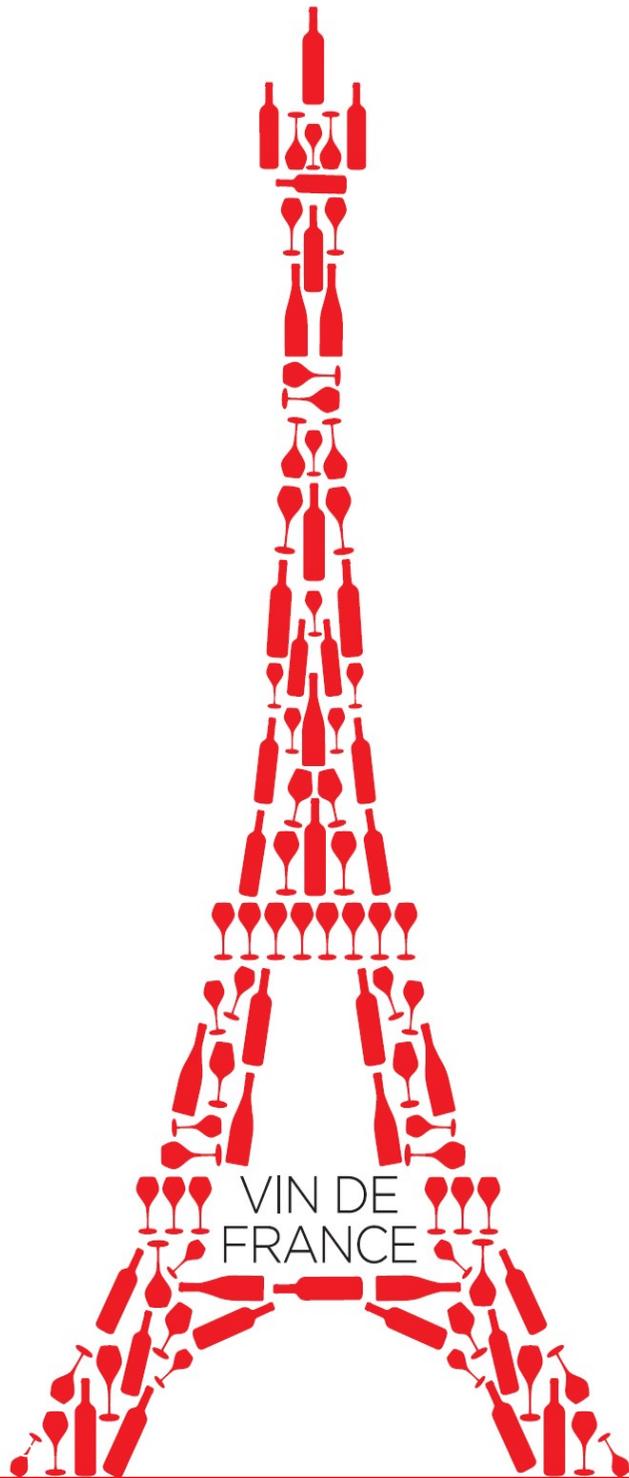
En savoir plus sur le Plan National de durabilité du Vignoble :
plan-deperissement-vigne.fr



ANIVIN DE FRANCE
Association Nationale Interprofessionnelle

8

LES MISSIONS & ACTIONS DE L'ANIVIN DE FRANCE



LES MISSIONS DE L'ANIVIN DE FRANCE



LES MISSIONS DE L'ANIVIN DE FRANCE

- Promouvoir la **qualité** de Vin De France auprès des professionnels à travers le concours **BEST VALUE VIN DE FRANCE SELECTION**, des salons professionnels, des séminaires de formation...
- Faire **connaître** et **éduquer** les consommateurs aux **cépages** de France grâce à des animations de dégustations dans les points de vente, dans les salons de consommateurs, via les réseaux sociaux...
- S'investir dans la **recherche** pour un vignoble dédié à Vin De France, s'inscrivant dans une démarche de **développement durable**, en adéquation avec le profil de vin recherché (Projet **V.I.E.** = Vignobles **I**nnovant et **E**co-responsables)



FAIRE CONNAÎTRE ET ÉDUCUER LES CONSOMMATEURS AUX CÉPAGES DE FRANCE

B TO C OBJECTIFS

PROMOTION

Promouvoir les références de Vin De France à travers des animations dégustations dans les points de vente et en ligne

ÉDUCATION

Promouvoir les cépages de France et la qualité des références de Vin De France lors de salons consommateurs et sur les réseaux sociaux



Animation des établissements à Paris



Cocktail Street 2024

EXEMPLES DE MISES EN AVANT DE VIN DE FRANCE DANS LES POINTS DE VENTE

Chez les cavistes indépendants



En Grande Distribution



Dans les bars, brasseries et bistrot parisien

Dans les 500 magasins Nicolas



COMMUNICATION DIGITALE

JEUX CONCOURS



Jeu concours Le Petit Ballon (FRANCE)

PORTAGES INFLUENCEURS



Portage influenceurs sur la thématique des rosés VDF avec Monoprix (FRANCE)



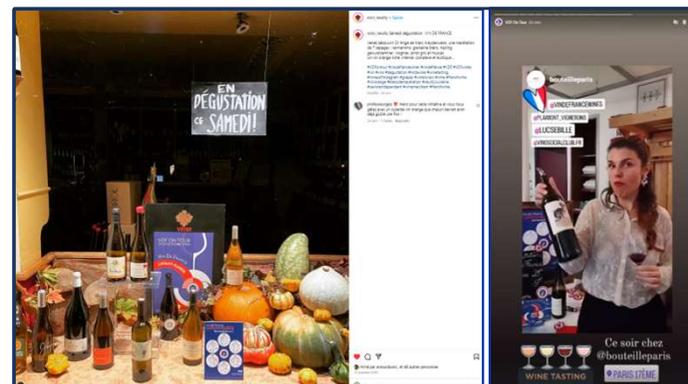
Portage influenceurs sur la thématique « Pas de fromages sans cépages » avec les caves NYSA (FRANCE)

POSTS SPONSORISÉS



Partenariat avec Dan Murphy's (AUSTRALIE)

RELAIS ANIMATIONS DÉGUSTATIONS



Dégustations de VDF chez les cavistes indépendants (FRANCE)

RELAIS ÉVÈNEMENTS CONSOMMATEURS



« Taste of London » (ROYAUME-UNI)

PROMOUVOIR LA QUALITÉ DE VIN DE FRANCE AUPRÈS DES PROFESSIONNELS

B TO B OBJECTIFS

PROGRAMMES ÉDUCATIFS

Expliquer les atouts de la catégorie Vin De France et rappeler l'origine française des cépages prétendument appelés « cépages internationaux »

SALONS PROFESSIONNELS INTERNATIONAUX

Faire découvrir la qualité des vins médaillés du concours à Wine Paris, ProWein etc...

COMMUNICATION

Développer les marchés internationaux par la rencontre des professionnels du secteur : importateurs, acheteurs d'enseigne, journalistes de la presse vin



Programme éducatif en Corée



Stand Anivin De France à Wine Paris 2025

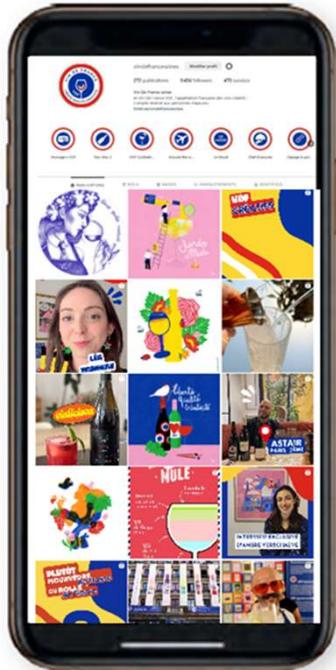
ÉDUCER LES CONSOMMATEURS À LA CONSOMMATION RESPONSABLE

Déguster un vin est toujours une expérience sensorielle. Sa robe, son nez, son goût, tous les sens sont mis à contribution. Le sens de la **responsabilité** aussi, car du fait de sa teneur en alcool, le vin nécessite une **consommation responsable et mesurée**.

Alors pour que raison et vin soient toujours d'accord, pour la santé, l'alcool c'est maximum **2 verres par jour et pas tous les jours**.



SUIVEZ VIN DE FRANCE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX POUR EN SAVOIR PLUS



Compte Instagram ludique, l'univers du vin est rendu plus accessible

 **@vindefrancewines**
14k followers



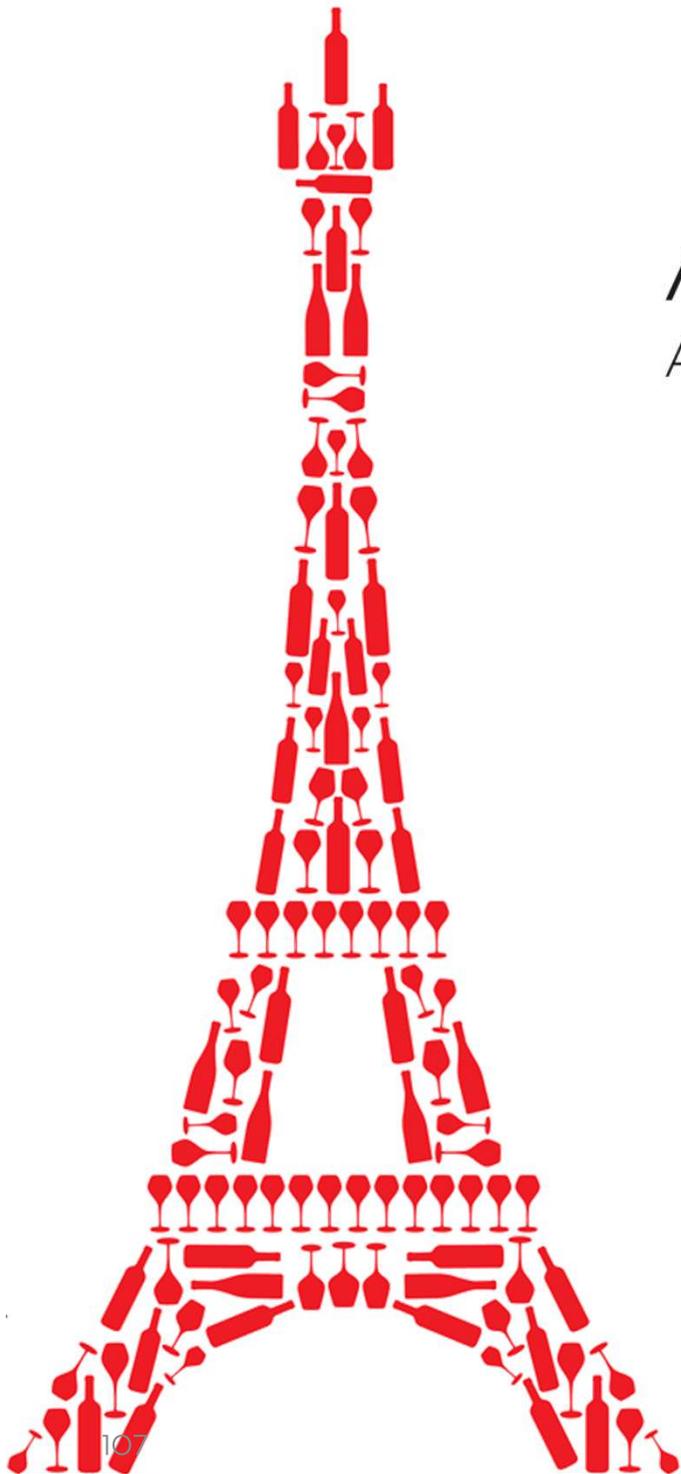
Site internet éducatif pour tout savoir sur les cépages de France

 **vindefrancewines.com**
2k visiteurs/mois



Page LinkedIn sur les actualités de l'Anivin de France

 **@Anivin de France**
2k followers



ANIVIN DE FRANCE
Association Nationale Interprofessionnelle

ANNEXES

2- CHAMP LEXICAL





Champ lexical :

Vin De France - VDF - Anivin de France - Vin De France Cocktails - Cépages - Wine-maker - liberté, - qualité - créativité - avant-garde - pépites VDF - audace - références VDF - cuvées VDF - vins médaillés du Concours Best Value Vin De France Selection, - Cépage de France - sélections de Vin De France-VDF - dénicher - découvrir - explorer - le vin mixé autrement - accessibilité - vin d'auteur - vin de copains, - vin facile à boire - vins créatifs - faire parler l'artiste (le vigneron) - à chacun son goût à chacun son cépage - à chacun son cépage à chacun son VDF Cocktails- démocratisation du vin - VDF Cocktails pour une nouvelle manière de consommer le vin - mixologie - VDF orange - VDF méthode nature - vin vivant - VDF rouge léger- VDF rouge à boire frais - VDF pétillant - Vin De France désalcoolisé - VDF Bio - VDF No-Low.

Consulter notre site pour découvrir toutes nos rubriques et notre champs lexical :
[Vin De France : cépages de France, accords mets & vins, VDF Cocktails](#)



LES DO

- On parle de la dénomination “Vin De France” (toujours au singulier)
- Qualifier tous les cépages “de France”, ex. *Chardonnay de France*
- Parler du vin de manière décomplexée et utiliser un champ lexical adapté à la cible (pas trop pointu !)
- Rester sur le GOÛT, utiliser le terme “variétés de raisin” pour qualifier les cépages
- Parler au moins une fois de "pépites", "coup de cœur" VDF

LES DON'T

- Parler de “l’Anivin de France”
- Parler de “terroir”, “sol”, “climat”, “ensoleillement”...
- Associer un cépage à une région : “le Chardonnay, cépage emblématique de Bourgogne” ou à une appellation
- Parler de “vin de pays”, “vin de table”, “VSIG (Vin Sans Indication Géographique)”, “vin d’entrée de gamme”, “petit vin”, “vin bas de gamme”, “vin pas cher”



VIN DE FRANCE
Cocktails
Chardo
MULE
VDF
CHARDONNAY

VIN DE FRANCE
Cocktails
Rosé
MULE
VDF ROSÉ

MERLOT
MULE

VIN DE FRANCE
Cocktails
**Red &
ROSES**
VDF RED

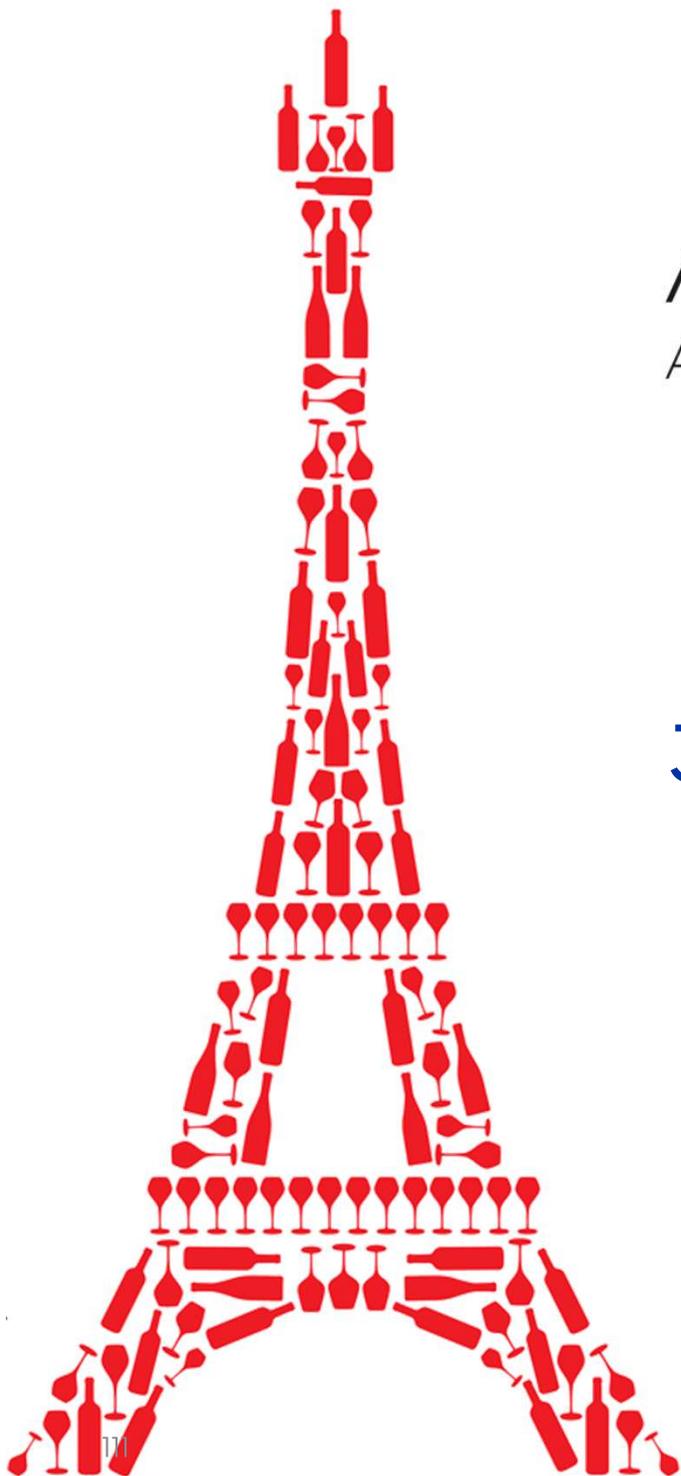
Flower
Rosé

Sauvignon
Special

Lien site vers nos VDF Cocktails :

[Des idées de cocktails avec du Vin De France \(blancs, rosés & rouges\)](#)





ANIVIN DE FRANCE
Association Nationale Interprofessionnelle

ANNEXES

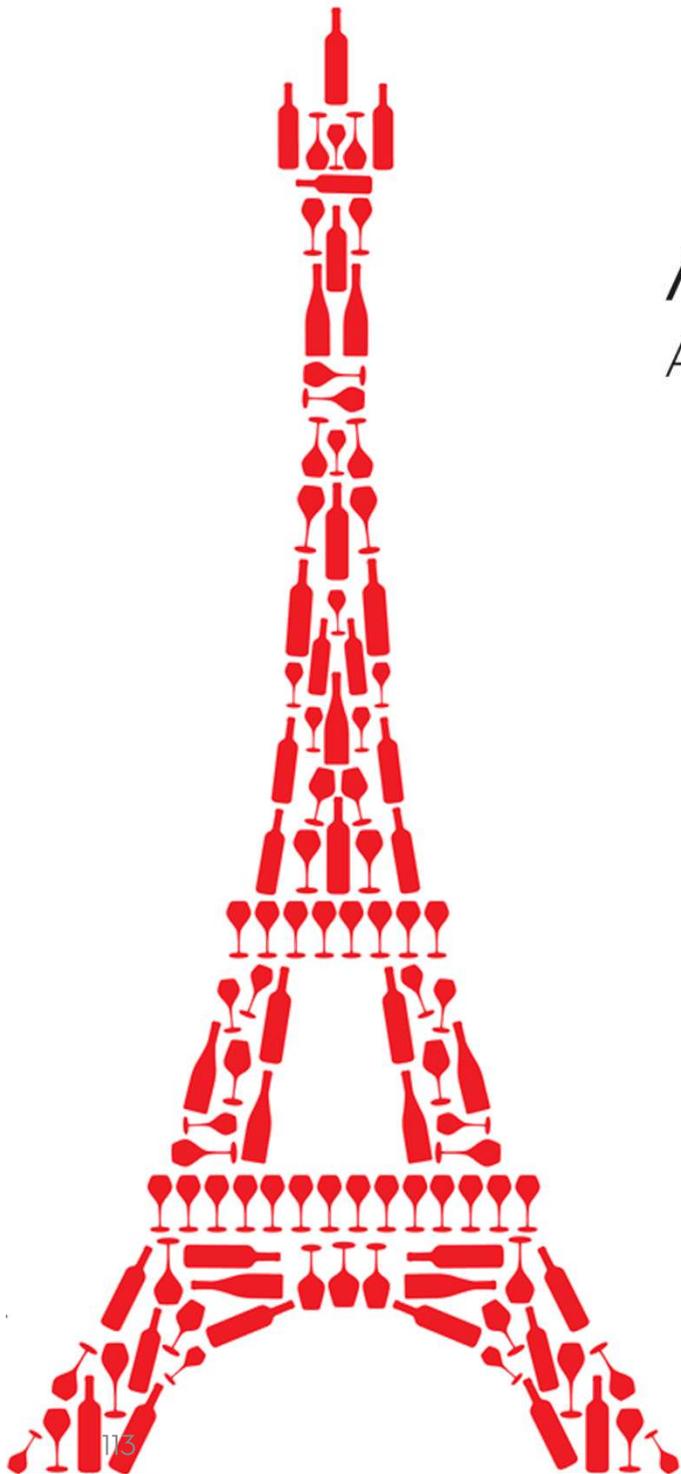
3- LE RESPECT DE LA LOI EVIN



LOI EVIN

- Ne pas montrer quelqu'un en situation de consommation sauf un professionnel mais sans qu'il déguste.
- Seuls les professionnels du vin tels que les vignerons, les cavistes, les serveurs, les restaurateurs, les sommeliers, ... peuvent tenir un verre de vin ou servir du vin.
- Ne pas faire figurer de consommateurs sur les illustrations. Seuls les professionnels peuvent figurer.
- Ne pas dessiner juste un verre afin de ne pas insinuer que quelqu'un boit seul, insérer 2 verres avec du vin sans qu'ils ne débordent et non vides exclusivement. La quantité dans le verre doit être raisonnable.
- La bouteille de vin doit être fermée, « pleine comme neuve ».
- Les verres doivent être remplis, mais pas « plein à ras-bord ».
- Ne pas associer le vin à un caractère festif, à la convivialité, au bonheur, à la sensualité et au sport.





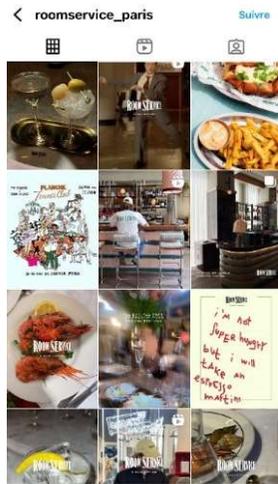
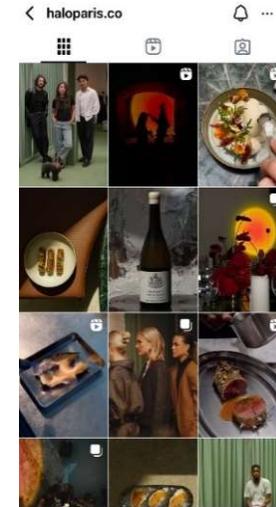
ANIVIN DE FRANCE
Association Nationale Interprofessionnelle

ANNEXES

4- MOODBOARD



LES FEEDS INSPIRANTS



LES PHOTOGRAPHES - ILLUSTRATEURS - GENRES INSPIRÉS



LES CONCEPTS INSPIRANTS 1/5



5668 15 77



38 1

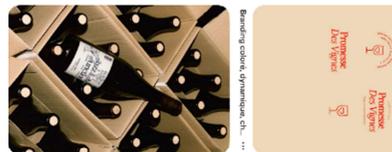


56 1

*Certains de ces contenus ne respectent pas la Loi Evin.



LES CONCEPTS INSPIRANTS 2/5



*Certains de ces contenus ne respectent pas la Loi Evin.

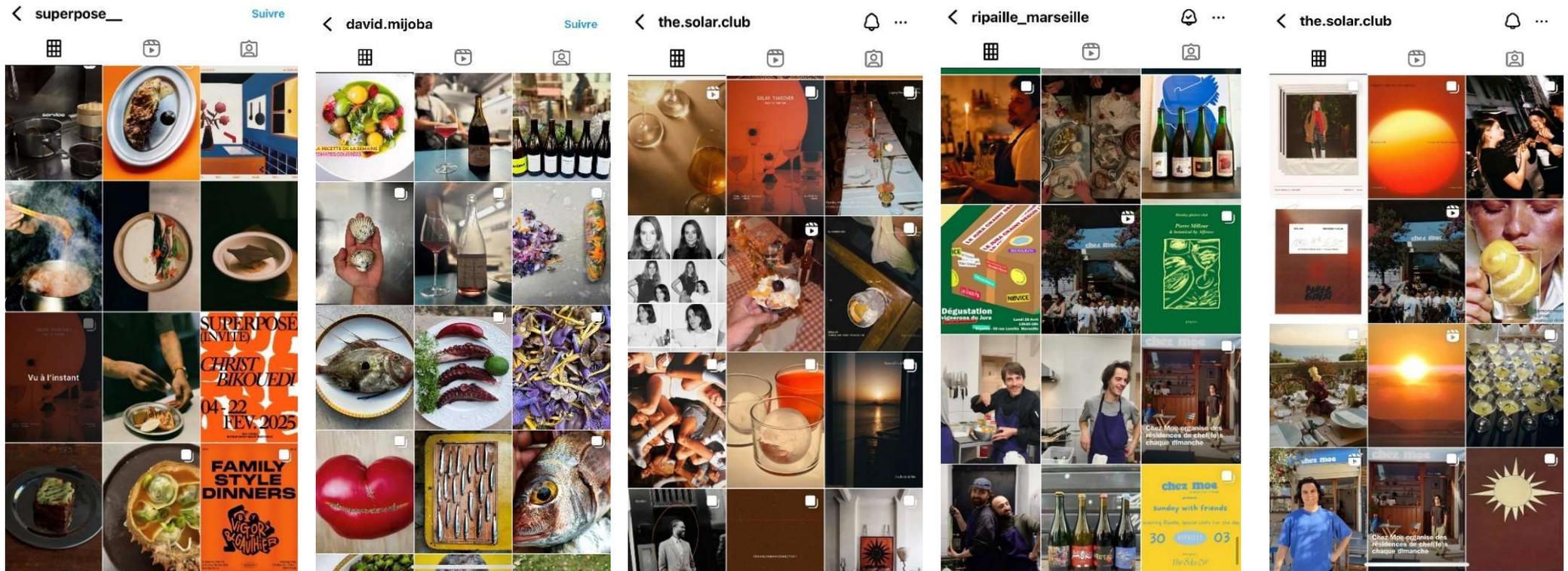


LES CONCEPTS INSPIRANTS 3/5



*Certains de ces contenus ne respectent pas la Loi Evin.

LES CONCEPTS INSPIRANTS 4/5



*Certains de ces contenus ne respectent pas la Loi Evin.

LES CONCEPTS INSPIRANTS 5/5



*Certains de ces contenus ne respectent pas la Loi Evin.

ANIVIN DE FRANCE

Association Nationale Interprofessionnelle

Pour plus d'informations, Valérie Pajotin et son équipe
restent à votre écoute



Valérie Pajotin
Directrice Anivin de France

anivin@anivin.org
www.vindefrance.com

  @vindefrancewines  @Anivin de France

