

Jahresausblick Côtes du Rhône 2017

Inter Rhône konsolidiert seine Strategie auf dem deutschen Markt

Hamburg, im März 2017. Auch in diesem Jahr wird Inter Rhône mit seiner Jahreskampagne strategisch in den Regionen aktiv, in denen französischer Wein bereits einen gefestigten Stellenwert beim weinaffinen Endverbraucher hat. Neu hinzu kommt ein besonderer Fokus auf die Metropolregionen Hamburg, München und Berlin, die großes Potential für die Weine der Côtes du Rhône bieten.

Startschuss der Aktivitäten auf dem deutschen Markt ist die *ProWein* in Düsseldorf, auf der sich die Interprofession mit einem ausgebauten Verkostungsprogramm und dem bereits zur Tradition werdenden „Rhône-De-Vous“ am Stand zum Ausklang des ersten Messtages präsentiert.

Der Mai steht dann ganz im Zeichen der *Ateliers Côtes du Rhône*. Am 8., 10. und 15. Mai finden in den Metropolregionen München, Hamburg und Berlin Fachseminare statt. Neben der klassischen Wissensvermittlung zu Anbaugebiet, Reben und Terroir steht in diesem Jahr die Vielseitigkeit der Weine als Speisenbegleiter im Vordergrund. So sollen Teilnehmer selbst entdecken, welche Tropfen gut zu welchen Gerichten passen.

Eine Studienreise für Gastronomen ins Anbaugebiet soll im Juni den Grundstein für erfolgreiche *Gastronomie- und Handelswochen* im Herbst legen. Analog zum letzten Jahr stellen vom 4.-18. November engagierte Fachhändler und Gastronomen Weine der Côtes du Rhône mit speziellen Aktionen in den Fokus. Inter Rhône hofft, an den Erfolg des letzten Jahres mit über 40 teilnehmenden Unternehmen anknüpfen zu können. Dafür erhalten die Betriebe Promotionpakete und personalisierte Großflächenplakate zur Unterstützung. Außerdem wird die Aktion in diesem Jahr auf die Städte Hamburg, Berlin und München ausgeweitet.

Die Gastronomie bleibt auch 2017 einer der wichtigsten Multiplikatoren der Côtes du Rhône. Bei den *Herbststaffeln*, dem größten Gastronomieevent in Westdeutschland, bieten 25 Restaurants im Großraum Köln über den gesamten Oktober spezielle Menüs mit passenden Weinen aus der Côtes du Rhône an, denn die französische Weinregion ist Hauptsponsor der Veranstaltung.

Strategisch sind in den Regionen mit einem ausgeprägten Marktanteil von französischen Weinen wie Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz und Hessen punktuell Kooperationen mit dem qualitativ hochwertigen Lebensmitteleinzelhandel geplant. Ziel ist dabei, das Interesse der Weinenthusiasten vom französischen Wein

PRESSEKONTAKT FRANKREICH

Valentin Bordala

Tel.: +33 49027-2458

vbordala@inter-rhone.com

PRESSEKONTAKT DEUTSCHLAND

Katharina Thimm, Jan Zorgati

Tel.: 040-611 356 35

rhone@ffk-pr.com

www.rhone-weine.com



im Allgemeinen gezielt auf Côte du Rhône Weine zu lenken. Verkostungsmöglichkeiten und Zweitplatzierungen sollen hier unterstützend wirken.

Neben der klassischen Pressearbeit werden alle Maßnahmen im B2B- und B2C-Bereich durch die bereits etablierte „Sei Du. Und ein bisschen Côte du Rhône“ - Kampagne unterstützt. Weine der Côte du Rhône sollen als einfaches Trinkerlebnis ohne Restriktionen wahrgenommen werden und neben erfahrenen Weintrinkern auch die neue Zielgruppe der Millennials ansprechen.

PRESSEKONTAKT FRANKREICH

Valentin Bordala

Tel.: +33 49027-2458

vbordala@inter-rhone.com

PRESSEKONTAKT DEUTSCHLAND

Katharina Thimm, Jan Zorgati

Tel.: 040-611 356 35

rhone@ffk-pr.com

www.rhone-weine.com