

« Talents durables », la nouvelle identité de Producta Vignobles

Ce 12 juillet à Paris, Benoît Berger, directeur général de Producta Vignobles présentait la toute nouvelle identité du groupe recentrée autour des valeurs qui lui sont chères : durabilité, cohésion et savoir-faire.



Benoît Berger, directeur général de Producta Vignobles, présente la nouvelle identité visuelle du groupe. - © J. Gravé

Producta Vignobles, structure de commercialisation de vin issue de 17 coopératives du Bordelais et du Bergeracois, fêtera en 2019 son 70^{ème} anniversaire. Pour l'occasion, le metteur en marché modernise son logo et redéfinit sa signature. Si le coq reste le symbole du groupe, il s'offre une silhouette fuselée et se pare d'une texture empreinte qui fait écho à l'Homme derrière le vin. « *Nous sommes des producteurs, insiste Benoît Berger, pas des négociants* ».

La signature, « talents durables », introduit une notion primordiale pour la société : la durabilité. Du soutien des revenus des coopérateurs, à la mise en place de nouvelles démarches agro-environnementales sur l'ensemble du réseau, la durabilité selon Producta se veut environnementale, économique et sociale. Pour affirmer d'autant plus son identité, le groupe commercialisera dès 2019 des vins premiums en bouteilles gravées de son logo, « *signe de reconnaissance et d'authenticité* » explique le président du groupe. Une identité visuelle redéfinie donc, mais pas que.

Vers une premiumisation des vins

Alors que les tendances d'une consommation mesurée restent d'actualité et que l'intérêt des consommateurs pour des vins de meilleure qualité se confirme, Benoît Berger entend prioriser la montée en gamme progressive du portefeuille de marques et de Châteaux du groupe. La stratégie de segmentation de l'offre voulue par la société pour développer des approches vers le haut de gamme s'appuie notamment par un suivi de près de la matière première par les techniciens vignes et les œnologues de Producta Vignobles. « *Nous avons l'exclusivité sur tous les vins de marques et châteaux que l'on commercialise. Notre force est que notre sourcing est particulièrement stable ce qui nous permet de travailler en amont, notamment sur la sélection parcellaire* » souligne le président. En outre, cette segmentation offre de la visibilité à la seule IGP portée par le groupe : l'IGP périgord. Benoît Berger mise sur le patrimoine culturel associé au territoire et sur le boom des vins mono-cépages pour valoriser ces vins IGP qui en plus des cépages stars de la région feront la part belle aux cépages minoritaires comme le Malbec.

Développer les marchés d'export

Actuellement, la France est le marché dominant (60% du CA) pour la société qui ambitionne d'atteindre un équilibre 50/50 avec l'export d'ici à cinq ans. Les vins qu'elle commercialise sont embouteillés et principalement destinés aux rayons de la Grande Distribution (GD). Si leur présence sur le marché européen reste à consolider, le groupe souhaite surtout mettre l'accent sur les marchés d'Asie du sud-est et des USA. Les équipes locales ont donc été renforcées pour plus de proximité avec les acheteurs qui sont « *de plus en plus connaisseurs et exigeants* » précise Benoît Berger.

Aller encore plus loin dans les démarches agro-environnementales

Avec 80% des volumes certifiés Agriconfiance et 5% certifiés agriculture biologique, Producta Vignobles dispose déjà d'un socle solide en termes de bonnes pratiques environnementales. « *On sait que les préoccupations environnementale, sanitaire et d'achat responsable sont centrales pour les producteurs et les consommateurs*, explique Benoît Berger. *Nous avons donc créé deux groupes de travail au sein de notre structure : un dédié au vignoble et un qui travaille sur la partie RSE (Responsabilité Sociale des Entreprises)* » ajoute-t-il. La gamme *La Rose Verlaines* sortie en 2017, est issue de ces réflexions : bouteille éco-conçue, étiquette en fibres recyclées, encres à base d'eau, capsule sans solvant ni pétrole, bouchon à base de canne à sucre. Le groupe se donne donc les moyens de valoriser le travail des 2 500 vignerons récoltants adhérents au Réseau Producta Vignobles.