

Article extrait de : Vitisphère.com – Publication du 16.07.2018

Un nouvel élan pour la société bordelaise Producta Vignobles



Nouveau logo et signature de Producta Vignobles - crédit photo : Claire Furet-Gavallet

A l'aube de ses 70 ans, Producta Vignobles souhaite rehausser son image en réaffirmant son positionnement. Cette ambition se traduit par des enjeux tant sur la segmentation des vins que sur des démarches environnementales.

« Nous souhaitons affirmer notre position comme producteurs et s'inscrire dans le développement durable sur le long terme » a déclaré Benoît Berger, directeur général de Producta Vignobles, au cours d'un petit déjeuner de presse le 12 Juillet dernier. Le directeur général a présenté les objectifs stratégiques sur 5 ans du groupe. Pour rappel, différentes caves coopératives du bordelais et du sud-ouest sont les actionnaires de cette société commerciale à la production de 20 millions de cols par an et 51 millions d'euros de chiffre d'affaires, principalement présente en grande surface.

Promouvoir l'IGP Périgord

Ce nouveau positionnement se déploie dans le domaine de l'activité commerciale de Producta Vignobles qui a mené, ces dernières années, un travail de segmentation et de montée en gamme via un travail de sélection parcellaire qui valorise leurs 40 appellations. Fort de cette premiumisation, le directeur général compte désormais développer l'IGP Périgord, pour lui très prometteuse. Son objectif : doubler l'activité sur 2019 soit passer de 300 000 cols à 600 000 cols. *« Un de nos objectifs est aussi le développement à l'international notamment sur l'Asie et l'Amérique. Nous voulons maintenir notre activité sur le marché français et passer à 50% d'export au lieu de 40 actuellement »* a ajouté le directeur général.

Développement durable

Ayant lancé une gamme éco-conçue en 2017 (La Rose Verlaine), l'entreprise veut poursuivre en matière d'innovation environnementale. Producta Vignobles est déjà certifiée Agriconfiance. Elle a également développé son offre bio : 5% (1000 hectares) du vignoble est certifiée avec une augmentation de nombres de conversions chaque année. *« Je pense que le bio va durer. Est-ce qu'il va peser dans 15 ans à 20% ou à 80% ? Cela dépend des démarches mises en place dans le conventionnel »* a commenté Benoît Berger. Benoît Berger engage ainsi la coopérative dans une certification agri-environnementale de niveau 2 et HVE, label qui devrait être plus connu du consommateur dans les années à venir que le label Agriconfiance selon lui.

Pour signer cette nouvelle stratégie, le groupe a choisi de se présenter sous un nouveau logo 100% français et sa signature « Talents durables ». De quoi affirmer et redynamiser son image.