

Article extrait de : Décision Boissons du 24/08/2018

Article « MARKETING »

Producta Vignobles signe des Talents Durables

Producta Vignobles signe des talents durables

Outil de commercialisation de 17 caves coopératives (4 terroirs Bordeaux, Médoc, Bergerac Duras et Bordeaux, 40 appellations, 2 500 vignerons), Producta Vignobles revoit son image et entend s'affirmer comme le leader des vins de Bordeaux et sa région. L'identité graphique de la société a été revue en « rajeunissant » son emblème, le coq, et en apposant une nouvelle signature : talents durables. La structure, née en 1949, a défini trois chantiers stratégiques pour les cinq prochaines années. « En France, notre challenge est de se maintenir sur le marché et d'opérer une montée en gamme, résume Benoît Berger, directeur général. Nous avons à disposition une diversité de terroirs qui nous permet d'aller chercher des profils, d'opérer des sélections parcelles. » Dernière-née, la cuvée Prestige AOP Entre-deux-mers, commercialisée sous la marque La Peyrière, lancée sur le marché à 30 000 cols est l'illustration de cette démarche de segmentation mise en place. « Notre rôle auprès de nos caves coopératives est de livrer des analyses du marché et donc, des axes de développement. Nous avons la possibilité de tout définir : de la matière première utilisée au profil du produit... » Ainsi en 2017, la gamme bio La Rose Verlaine, entièrement éco-conçue, a été commercialisée en bouteille allégée avec encres végétales et bouchon en matière

organique. Dès 2019, les gammes premium seront embouteillées dans des flacons gravés du nouvel emblème, tout comme certaines cuvées à destination de l'international. Parmi la cinquantaine de marques à disposition, certaines sont d'ailleurs exclusivement dédiées à l'export telle Arnoz (400 000 cols/an). Second cheval de bataille de Producta Vignobles, l'export qui devrait lui permettre prochainement d'y réaliser la moitié de son chiffre d'affaires contre 40% aujourd'hui. En ligne de mire l'Asie où la société a implanté l'année passée deux commerciaux, les équipes USA devant être renforcées également. Enfin, la nouvelle signature de l'entreprise marque le tournant développement durable opéré par bon nombre de ses coopérateurs. Le bio représente 5 % du vignoble et enregistre une croissance des conversions de 20% par an. « Nous allons par ailleurs créer deux groupes de travail, l'un dédié au développement durable dans le vignoble, l'autre sur la RSE. Avec 2500 vignerons, beaucoup de démarches sont entreprises et peuvent être partagées. Nous voulons créer une émulation positive », conclut le directeur général.

