

VENDRE

Vinexpo Les vignobles se réinventent

Des packagings qui sortent des sentiers battus, des cuvées innovantes... Les vigneron-exposants ont montré toute leur créativité à l'occasion du salon international de la filière qui s'est déroulé du 13 au 16 mai à Bordeaux.

PAR BERTRAND COLLARD, CLAIRE FURET-GAVALLET ET MARION IVALDI

Bordeaux hors des codes

Élégance bourguignonne

Les Vignobles André Lurton chassent sur les terres bourguignonnes avec leur cuvée Diane. Vu le flacon et l'étiquette, rien n'indique qu'il s'agit d'un sauvignon de l'Entre-Deux-Mers. Il faut tourner la bouteille pour l'apprendre. « Nous avons créé cette cuvée pour un client allemand, explique Laurent Cerruti, directeur commercial France. Nous voulions une bouteille qui se différencie. Nous la testons à Vinexpo pour voir s'il y a d'autres marchés. » Le nom de la cuvée vient d'une des déesses qui ornent une propriété des Vignobles André Lurton. L'étiquette est décorée de grandes feuilles imprimées en relief sur un papier structuré pour donner à l'ensemble un effet raffiné. « Nous avons eu de très bons retours d'intervlocuteurs qui privilégient le cépage et la qualité d'une belle bouteille par rapport à l'origine », assure Laurent Cerruti.

► Prix public : autour de 13 €.



Producta accommode, quant à lui, la bourguignonne à une sauce plus rock'n'roll. Le groupe coopératif emploie ce format pour le sauvignon blanc de sa nouvelle gamme BDX Révolution qui comprend également un merlot, qui reste en bordelaise. Ici, l'origine reste affirmée sur l'étiquette. « Bordeaux est une belle signature, mais les gens veulent de l'innovation », constate Stéphanie Monteau, chargée de la communication. Pour les combler, Producta a demandé au Néo-Zélandais David Hohnen de superviser la vinification et l'assemblage de ces deux vins. Ce célèbre wine maker signe les bouteilles. « Nous montrons notre ouverture d'esprit », souligne Stéphanie Monteau.

► Prix public : de 9,50 à 10 €.

