

VINEXPO PARIS – WINE PARIS  
CAPITALE DES TENDANCES  
MISS PEARL



VENDEUR

## Wine Paris Capitale des tend

Du 15 au 17 février, à Paris, les exposants de ce salon professionnel ont rivalisé de créativité pour se distinguer. Voici la sélection des stands et bouteilles qui ont attiré notre curiosité. PAR C. FURET-GAVAILLET, B. COLLARD, M. TRÉVOUX ET A. ABELLAN

[...]

### A l'assaut de l'apéro



#### Un air de bière

Pierre-Jean Larraqué affiche la couleur. En rupture avec les codes classiques de l'appellation Bordeaux, sa nouvelle marque, Les Apéros Soudains, vise les adeptes des apéros dînatoires. Elle comprend un bordeaux blanc, assemblage de sauvignon et sémillon, et un bordeaux rosé à base de merlot et de cabernet franc. Ces deux vins contiennent 4 g/l de sucre résiduel pour amener de la rondeur et sont légèrement perlants avec 1 500 mg/l de CO<sub>2</sub> issus de la fermentation. Le packaging puise dans les codes de la bière : bouteille en verre blanc de 75 cl, bouchage en liège surmonté d'un muselet comme sur les bières artisanales, capsule de surbouchage transparente...  
► Prix : 6,99 € TTC en GMS.

C. FURET-GAVAILLET

#### Ça gaze pour la jeunesse

Tout est parti d'une blague au dernier Vinexpo Bordeaux. « Nous avons passé un sauvignon dans une Sodastream à la demande d'un client qui cherchait un vin gazéifié », raconte Jérémie Alem, responsable marketing chez Terres de Vignerons. « Et voilà ! », un vin était né ! « Trouvant l'idée très bonne, nous avons lancé une cuvée en 25 cl, à consommer comme une bière. » Titrant 11,5 % vol. d'alcool, ce sauvignon gazéifié est commercialisé à l'export, en Europe de l'Est. Avec son étiquette aux couleurs douces, « Et voilà ! » est destiné aux jeunes. « Il pourrait se retrouver en France s'il fonctionne bien à l'export », poursuit le responsable. ► Prix : 2,5 €/col de 25 cl.



C. F. FANALI



#### Façon cocktail

Le rosé s'appelle Miss Pearl. C'est une IGP Périgord avec 6 g/l de sucres. Mister Yellow, le blanc, est un bergerac moelleux. Ciblant les millenniaux, ces deux vins de Producta Vignobles se boivent purs ou en cocktail comme l'indique clairement leur étiquette. Au dos des bouteilles et sur une cravate placée sur le col, on découvre des recettes. Pour lancer sa gamme, Producta Vignobles mise sur un plan de communication digital, incluant des partenariats avec des influenceurs, l'objectif étant de conquérir de nouveaux consommateurs en visant 100 000 cols de chaque couleur.  
► Prix : 4,50 € TTC.

C. F. FURET-GAVAILLET



C. B. COLLARD

#### Rosé en goguette

Décomplexée, la consommation de rosés permet tous les formats : du jéroboam pour la clientèle des beach clubs aux canettes. En témoigne le domaine Mirabeau, qui propose aussi bien d'imposantes bouteilles que de petites canettes. « Festifs, les rosés peuvent répondre à une consommation nomade », explique Mathieu Vanhalst, directeur export. Lancée l'an dernier à l'export, la canette « Atelier Mirabeau » arrive cette année en France. « C'est un prêt-à-porter, poursuit Mathieu Vanhalst. Nous visons les festivals, les plages, les lieux de pique-niques... » Le vin est une IGP Méditerranée sec, assemblage de grenache (80 %), cinsault (10 %) et syrah (10 %) qui titre 13 % vol., très pâle comme le veut l'air du temps.  
► Prix : 4,40 € TTC les 25 cl.

