

“Producta Vignobles doit recruter de nouveaux consommateurs”

10 juin 2020



Avec 2500 vigneronns et 17 caves dans son giron, Producta Vignobles, entité commerciale leader sur les vins de Bordeaux et de sa région (50 millions d’euros de chiffre d’affaires l’an dernier), rayonne sur son marché depuis 1949. En janvier 2020, **Camille Dujardin** a rejoint l’entreprise au poste de directeur général, succédant à Benoît Berger. Directeur export chez Castel Frères puis chez Alliance Loire avant de prendre la direction commerciale France et export de Marie Brizard Wine & Spirits, il a pour mission de « renouer avec la croissance sur tous les marchés en misant sur le développement d’une offre toujours plus respectueuse de l’environnement. »

Comment avez-vous trouvé l’entreprise à votre arrivée ?

Producta Vignobles a la chance d’être porté par une culture de l’innovation, un élément persistant. On ne parle quasiment que du bio – nous nous renforçons dans ce domaine – mais nous sommes aussi bien avancés sur les exploitations certifiées haute valeur environnementale. Mission Saint-Vincent, notre marque principale, a progressé de 22% en volume en 2019, sur un marché en grande souffrance.

De quelle manière souhaitez-vous élargir votre cible ?

Nous devons répondre aux nouvelles attentes des clients et en recruter de nouveaux. Lorsque vous n’êtes pas consommateur d’alcool, vous n’allez pas dans le rayon vins. L’offre se caractérise par de nombreux éléments techniques. Il y a un important travail marketing à faire. Le segment des vins peu alcoolisé doit aussi être défriché. Par ailleurs, nous ne sommes pas présents en cafés-hôtels-restaurants – le modèle est à définir. Il peut toutefois s’agir d’un autre moyen pour s’adresser à nos consommateurs.

Quels sont vos projets de développement ?

J'aime beaucoup la nature. Le bio n'est pas une tendance, mais un art de vivre. La croissance du marché est extrêmement rapide, à la différence du temps nécessaire de conversions ! Nous consoliderons aussi notre présence à l'international (40% de nos ventes). Le Royaume-Uni est notre premier marché à l'export.

Quand vins et cocktails font bon ménage



Avec ses nouveaux vins Mister Yellow et Miss Pearl, Producta Vignobles vise les jeunes consommateurs. Le premier est un Côtes-de-Bergerac moelleux, le second un vin IGP du Périgord. Les arômes doux et fruités de Mister Yellow contrastent avec l'étiquette, qui s'adresse aux hommes de 18 à 24 ans, plutôt consommateurs de bière. « Le vin est déjà dilué, mais nous pouvons réussir à le travailler en cocktail », souligne Loïc Rakotomalala, consultant en spiritueux. Lors du dernier salon Wine Paris/Vinexpo, une préparation en fat wash a permis à la graisse d'un foie gras de canard entier de s'infuser dans du gin, avec un sirop de figues et un spray de solution saline. Pour incarner le Miss Pearl, place à un cocktail alliant blanc d'œuf, sirop de cacahuète, jus de citron et vin.

L'article a été rédigé avant les mesures de confinement.

Franck Stassi

A PROPOS DE L'AUTEUR

Journaliste à L'Usine Nouvelle, j'édiite Business & Marchés à titre personnel depuis 2007.