



MARKETING Spécial packaging

Producta Vignobles cherche à implanter ses vins en canette en GMS NOUVEAUTÉS

Après l'avoir lancé en 2018 à l'export, notamment aux États-Unis, Producta Vignobles veut implanter en grande distribution française son vin en canette de 25 cl, format adapté à une consommation nomade. Baptisée Destination, cette canette contient des vins IGP atlantique blancs ou rosés et bénéficiera d'une campagne de promotion presse et digitale, la cible visée, en l'occurrence les jeunes, étant particulièrement connectée. « Le vin en canette est

encore précurseur sur le marché français et son développement nécessite un accompagnement. Peut-être faudra-t-il le présenter dans un réfrigérateur ou lui offrir un espace dédié. C'est une tendance de consommation qui vient des États-Unis et qui rencontre un grand succès. En théorie, sachant que ce pays a toujours un temps d'avance, cela devrait se développer en France », explique Olivia Condemine, responsable marketing (PVC : entre 1,70 et 2 €). **Claudine Galbrun**