

BORDEAUX EN MODE RECONQUÊTE

ENQUÊTE

PRODUCTA VIGNOBLES SE VEUT À L'ÉCOUTE DU MARCHÉ

Producta Vignobles a conduit sa propre étude de marché : le consommateur veut des vins prêts à boire, faciles d'accès et pouvant donc être dégustés au moment de l'apéritif, offrant des garanties en matière de respect de l'environnement et de sécurité alimentaire, et porteurs de sens quant aux valeurs que peut véhiculer l'entreprise, valeurs qui se retrouvent à travers ses marques. Autant d'éléments qui lui permettent de lancer de nouveaux produits, en phase avec ces attentes et de se montrer ainsi proactive. ■



PRODUCTA VIGNOBLES
talents durables

BDX RÉVOLUTION

Producta Vignobles lance en France, après l'avoir fait à l'export, BDX Revolution, un bordeaux, fruit d'une collaboration avec David Hohnen, winemaker australien et fondateur de Crackerjack Wines. L'objectif est clair : développer une marque correspondant aux tendances internationales et susceptible de séduire les consommateurs du monde entier. Et pour asseoir encore cette volonté, Producta Vignobles a imaginé un nom et un packaging qui cassent résolument les codes traditionnels bordelais : une bouteille bourguignonne, une étiquette de couleur bleu pastel pour la version sauvignon blanc (servie dans une bouteille blanche), rouge pour la cuvée à base de merlot, et un graphisme qui se veut tout en modernité. **PVC : 6 €.** ■



GRAIN DE LUNE

2021 devrait confirmer pour Producta Vignobles la réussite du lancement de Grain de lune, un vin à base de sauvignon gris. Il se définit comme une première réponse à cette envie du marché pour le craft artisanal, d'une part grâce à son profil organoleptique à même de séduire des amateurs de vin tout en étant capable de s'adapter à différents moments de consommation, d'autre part par son packaging, avec cette étiquette simple, évocatrice de la nature et imprimée avec des pigments minéraux naturels. **PVC : 4,50 €.** ■



LA COOPÉRATIVE

Avec cette gamme de bordeaux blanc, rosé et rouge, baptisée La coopérative, Producta Vignobles s'adresse aux 18-35 ans en quête de sens et des valeurs qu'ils souhaitent retrouver dans les produits qu'ils achètent. L'étiquette de ce vin, sur laquelle s'affichent trois vigneron, veut ainsi symboliser les valeurs de solidarité que porte la coopération. En scannant le QR code apposé sur l'étiquette, les vigneron prennent la parole, dans un dispositif de réalité augmentée, permettant ainsi de satisfaire les besoins de transparence que peuvent exprimer les consommateurs quant aux conditions de production de ce vin étiqueté HVE. **PVC : 4 €.** ■



Les cahiers V&S news n°4 - Janvier 2021 | 18