

Les produits

Le vin tente de draguer les jeunes adultes

Lors du salon Wine Paris, qui s'est tenu en février dernier, beaucoup d'opérateurs du vin ont montré des nouveautés qui chercheront à convaincre les 20-35 ans, aujourd'hui plus fans de bières et de spiritueux que de vin.

Dans ce nouveau contexte, les acteurs du vin sont sans doute restés trop orientés sur la notion de terroir... En oubliant qu'il fallait conjuguer cette donne avec le palais (sucré) des jeunes adultes. C'est désormais dans ce sens que les coopératives, négociants et acteurs du vin cherchent à innover. Exemple avec Code M.

Un nom de cuvée – médoc à l'envers – proposé par Producta Vignobles. « C'est un vin gouleyant, typiquement du Médoc mais que nous avons souhaité gorgé de modernité, souligne Camille Dujardin, directeur général de Producta depuis 2020. Il est fruité et gourmand et à boire dans sa jeunesse. » Une proposition dotée d'une étiquette moderne qui, à 7,50 € le col, vise notamment les moins de 50 ans. Soit la version contemporaine d'une appellation hyperclassique.



DÉCALÉ

Le médoc, appellation bordelaise de renom, a longtemps joué la tradition.

Celui de Producta est « gorgé de modernité et renversant ». Il doit ainsi son nom à l'inversion de l'ordre de lecture de médoc, ce qui donne Code M. Son profil est rond et fruité. Prix de vente indicatif (PVI) : 7,50 €