

Producta Vignobles ne se donne pas de limites

L'opérateur girondin continue d'innover pour s'adapter au marché

« Notre métier est de soutenir la viticulture, par l'écoute, l'innovation et la présence terrain. » Voilà la ligne directrice de Producta Vignobles. L'union de caves coopératives bordelaises et bergeracoises, qui représente 2 500 vigneronnes et 20 000 hectares de vignes, s'attelle à apporter différentes réponses au marché. L'opérateur poursuit ainsi ses investissements malgré les difficultés que traverse le vignoble comme l'ensemble de la filière.

Pour cela, il s'appuie sur une équipe renouvelée et renforcée depuis l'arrivée de Camille Dujardin à la direction générale en 2020. D'une part, la branche export a été consolidée. D'autre part, pour la France, Stéphanie Monteau, responsable marketing et communication a élargi ses attributions pour développer notamment le trade marketing. Elle a été rejointe par Céline Lerebour en tant que cheffe de produit. Olivier Gwiss a également pris la direction commerciale l'an passé pour le marché domestique avec, pour objectif, de se rapprocher encore un peu plus du terrain.

Un vin désalcoolisé, un rouge frais, un crémant de bordeaux

Scrutant sans cesse les attentes de ses clients et des consommateurs, Producta Vignobles propose un florilège d'innovations aux côtés de ses marques fortes, à savoir Merrain rouge, premier médoc en GMS avec 400 000 bouteilles, Mission Saint-Vincent, son bordeaux fer de lance incarnant l'identité de producteur du groupement qui atteint les 600 000 équivalents cols en GMS, ou encore château Grandchemin Monplaisir, sa propriété basée sur l'AOP saint-estèphe. L'an dernier, Producta Vignobles a ainsi lancé une gamme de vins IGP atlantique, une signature très assumée de bordeaux bio, mais également un médoc décalé au profil accessible. Cette année, s'appuyant sur l'une des grandes évolutions pressenties pour 2024, l'opérateur dégaîne un vin désalcoolisé, La Vie en Zéro, en blanc et en rosé avec un habillage dans les codes marins. Comme chacune des innovations de Producta Vignobles,

« La situation de Bordeaux est compliquée, le bio également, mais nous persévérerons sur le bordeaux bio car tout ceci est cyclique. »

Olivier Gwiss, directeur commercial France



Producta Vignobles ose casser les codes bordelais à l'image du partenariat lancé depuis 2018 avec le winemaker australien David Hohnen pour la marque BDX Revolution présenté ici par Camille Dujardin, directeur général.

elle sera soutenue par un plan de communication composé notamment d'un compte Instagram, d'une campagne d'influence et de sponsoring. « Nous croyons beaucoup plus à la tendance des vins désalcoolisés qu'à celle des vins en canette », souligne son directeur général.

L'entreprise ne s'arrête pas là et a également mis au point un rouge à boire frais. Fresh'heure qui se déguste à une température entre 10°C et 12°C, est doté d'une capsule à vis, d'un packaging moderne et d'une collerette explicative. Pour autant, l'opérateur ne néglige pas les consommateurs plus experts pour lesquels il a lancé une signature de crémant de bordeaux, L'Éclat d'Alléonor, ainsi qu'une gamme de vins parcelaires sur les terroirs de puisseguin-saint-émilion et de l'appellation médoc. Si toutes les idées de l'union ne trouvent pas toujours leur public, Camille Dujardin y voit une façon d'avancer dans sa connaissance du terrain. « L'an passé, nous avons proposé un produit décalé sur des satellites de Saint-Emilion, indique le directeur général. Mais, dans un contexte de marché défavorable, faire bouger les lignes à ses limites. Les amateurs de ce type de vin ont aussi besoin d'éléments de réassurance. Nous avons tenté ! » Loin de baisser les bras, Producta Vignobles travaille plus que jamais à imaginer les tendances de demain. ● Chloé Queffelec