

# direction-marketing.fr

en visite au salon Vinexpo 2017...



**VINEXPO**  
THE WORLD OF WINE & SPIRITS  
18-21 JUIN 2017  
**BORDEAUX**



## Edito

Alexandre Durand - PAREIDOLIES  
Consultant branding & packaging pour [direction-marketing.fr](http://direction-marketing.fr)

Je vous invite à découvrir ma visite du salon Vinexpo 2017.  
L'objectif est de vous proposer un aperçu de cette édition si vous n'avez pas pu vous y rendre.  
Tous les deux ans ce rendez-vous des vins et spiritueux permet de découvrir de jolies réalisations et offre une vraie source d'inspiration.  
Prenez le temps de déguster avec les yeux... sans modération.

Bonne visite...



Si vous appréciez ce travail de veille, si vous souhaitez échanger, ou simplement nous donner votre avis, je vous invite à me contacter par mail :  
[alexandre@direction-marketing.fr](mailto:alexandre@direction-marketing.fr)

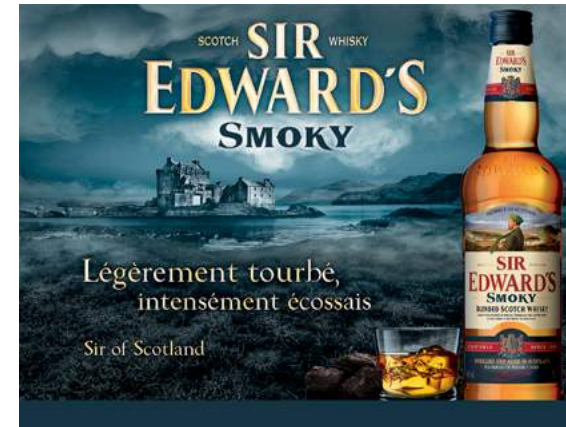
Vous pouvez également poser vos questions et consulter d'autres comptes-rendus de visite sur :  
[www.direction-marketing.fr](http://www.direction-marketing.fr)

# MARIE BRIZARD

## Fruits and wine

Des BABV givrés. Ces cocktails prêts à boire sont proposés dans des poches souples de 20cl à placer au congélateur. Une texture de granité, un goût fruité, une façon originale d'inviter à découvrir les vins aromatisés.

Pour plus d'informations :  
[www.fruitsandwine.com](http://www.fruitsandwine.com)



# BARDINET

## SIR EDWARD'S SMOKY

Ce Blended Scotch Whisky tourbé a des notes boisées et légèrement fumées. On peut parler d'initiation, une porte ouverte vers les Single malt écossais plus typés.

Pour plus d'informations :  
[www.siredwards.com](http://www.siredwards.com)





# LA MARTINIQUAISE



## SAINT JAMES ICE MOJITO

Surfant sur le succès du mojito qui s'est installé au rayon des softs, il était légitime que la marque Saint James se réapproprie cette recette. 5° d'alcool, vendu en bouteille de 27,5cl le Ice Mojito vient concurrencer les bières aromatisées (Desperados, Cubanisto...)

Pour plus d'informations sur Saint James : [www.rhum-saintjames.com](http://www.rhum-saintjames.com)

## POLIAKOV

Pour répondre au mode de consommation en shooter Poliakov propose des bouteilles de 50cl soit 10 shooters de 5cl. Prêtes à boire, ces 3 vodkas aromatisées disposent d'un bec verseur intégré au goulot de la bouteille. Une opération promotionnelle offre un verre shooter.

Pour plus d'informations : [www.la-martiniquaise.com](http://www.la-martiniquaise.com)



# RHUM J.M.

## JUNGLE MACOUBA

Au nord de la Martinique se trouve la distillerie J.M. Cette série limitée représente les toits rouges de la distillerie intégrée dans la nature luxuriante.

Pour plus d'informations :  
[www.rhum-jm.com/fr](http://www.rhum-jm.com/fr)



## CASK FINISH

A l'instar de ce qu'on observe dans l'univers du whisky, cette gamme de rhum est affinée en fûts de spiritueux.

Après un vieillissement de 9 ans et 10 mois en fûts de Bourbon, le rhum J.M. a ensuite été placé dans les fûts provenant de différentes maisons :  
Calvados Lecompte  
Cognac Delamain  
Armagnac Tariquet  
La maturation dure 10 mois.

# ABK6

## HONEY COGNAC LIQUEUR

Cette liqueur est le fruit de l'assemblage du cognac du domaine de Francis Abecassis et de miel provenant des forêts de Charentes. A consommer on the rocks ou en cocktail.

Pour plus d'informations :  
[www.abk6-cognac.com](http://www.abk6-cognac.com)



## JEAN-LUC PASQUET

### L'ORGANIC

4 ans, 7 ans ou 10 ans ce cognac  
Grande Champagne bio mêle  
tradition et modernité

Pour plus d'informations :  
[www.cognac-pasquet.com](http://www.cognac-pasquet.com)





## Hedonist Spirits

Deux jolies étiquettes pour ces deux rhums épicés.

Pour plus d'informations :  
[www.heejoy.com](http://www.heejoy.com)  
ou  
[www.gunsbell.com](http://www.gunsbell.com)

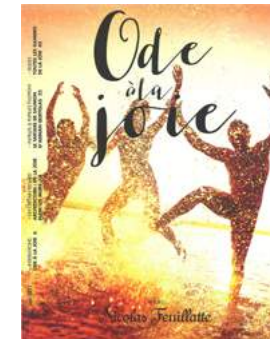
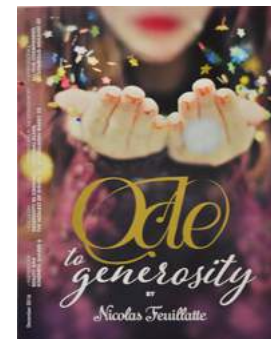
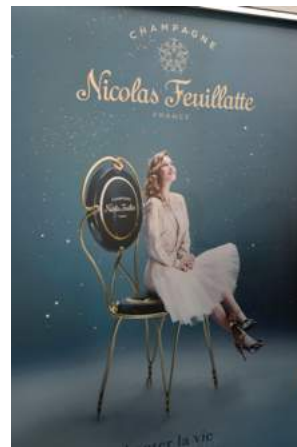
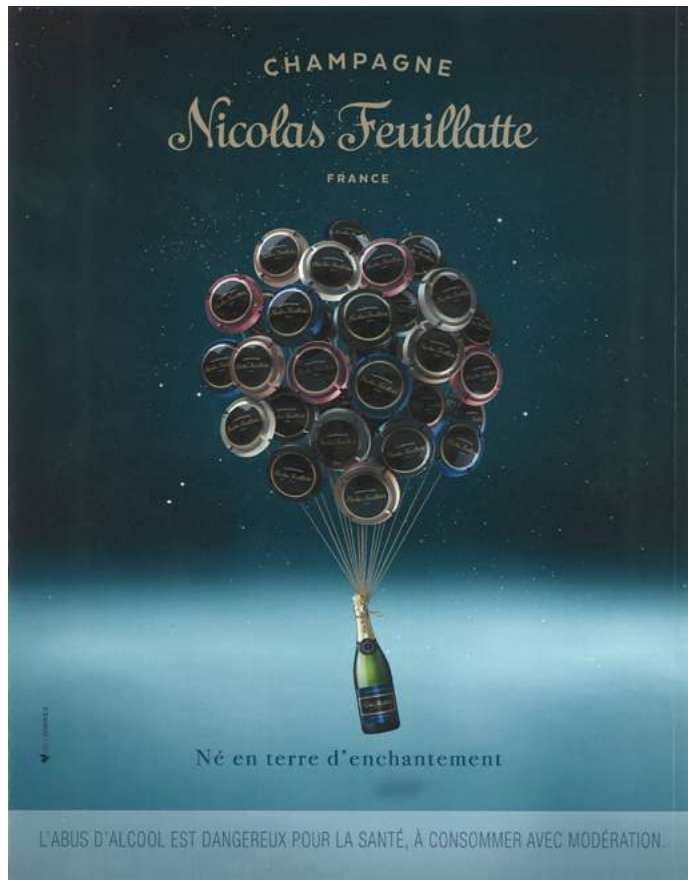




# NICOLAS FEUILLATTE

La marque Nicolas Feuillatte opère un virage dans sa communication et se donne pour mission d'« enchanter la vie » avec un registre de visuels poétiques. La marque publie également une revue célébrant la générosité, la joie ou l'audace. L'identité se dote d'un symbole exprimant ce nouveau positionnement.

Pour plus d'informations : [www.nicolas-feuillatte.com](http://www.nicolas-feuillatte.com)





## MAISON CASTEL

Une animation originale avec cette 2CV cabriolet qui permettait aux visiteurs de faire une virée virtuelle dans les vignobles Maison Castel suivie d'une traversée d'un « Paris de nuit ». Grâce au dispositif HTC Vive, les participants devaient y attraper des bouteilles de chacune des régions de production Maison Castel puis déclencher l'illumination des monuments parisiens.

Pour plus d'informations :  
[www.lalternative.paris/projets-posts/maison-castel](http://www.lalternative.paris/projets-posts/maison-castel)

## CHÂTEAU CAVALIER

Joli retravail de la gamme Château Cavalier pour s'adapter aux niveaux de gamme des produits et aux différents réseaux de distribution.





## GRAIN D'ENVIE

Nouvelle marque sur le segment des vins sans alcools  
Grain d'Envie joue avec les codes graphiques des vins  
de cépages.

Le message est clair : le plaisir du vin sans l'alcool.



## MALESAN

Malesan qui fait partie du trio de tête  
des marques de Bordeaux en GMS étend  
son territoire et se décline en crémant  
de Bordeaux.

Un beau travail packaging qui tout en  
conservant la typographie pour assurer  
la reconnaissance de la marque gagne  
en élégance pour s'intégrer dans les  
codes de l'univers des effervescents.





## MAISON CASTEL

Gamme de vins de cépages réservée à l'export, MAISON CASTEL mise sur une construction moderne et un choix de papier et d'encre métallisées qui apporte du raffinement.

## VALESTREL

Repositionnement réussi aussi pour Valestrel qui adopte une teinte bleue plus personnelle et un BIB qui nous emmène au bord de la méditerranée.

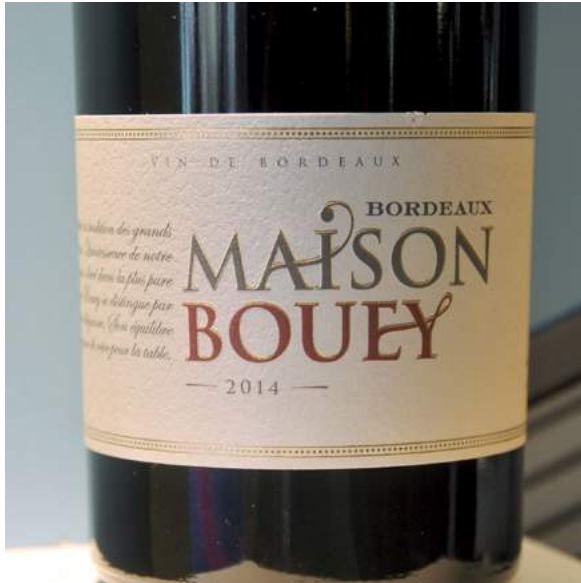


## AIMÉ ROQUESANTE

Une belle évolution de l'étiquette de Côtes de Provence AIMÉ ROQUESANTE qui gagne en simplicité et en élégance.







## BOUEY

Chez Maison Bouey, les codes graphiques s'adaptent aux différents marchés export. Du minimalisme de la gamme « Villa des Crus » aux signes extérieurs de richesse de « Trésor de Famille Bouey ».



# BOUEY

Deux façons de jouer la collection, en s'appuyant sur le nom de Vuitton ou en mettant en avant un consultant en œnologie de renommée internationale.







## ALLIANCE LOIRE

Une recherche originale sur la découpe ou l'impression pour se distinguer des codes classiques des vins de Loire. Particulièrement intéressant pour VERIDIC sans sulfites ajoutés qui a tout intérêt à revendiquer son originalité.



## PATRIARCHE

Un travail de rationalisation chez Patriarche pour créer un lien entre les différentes gammes.





## CORDIER

« Enjoy la Vie » en l'absence de la loi Evin à l'international le ton change !

Cette gamme s'adresse clairement à une clientèle étrangère et a l'avantage d'être très claire sur la localisation avec cette étiquette qui nous rappelle les cartes vintage des cours de géographie.

Pour plus d'informations :  
[www.cordier-enjoylavie.com](http://www.cordier-enjoylavie.com)

## BERNARD MAGREZ

Que de promesse chez Bernard Magrez  
 « Domaine de la franchise »  
 « Mon plaisir »  
 « Jamais renoncer »  
 « Ma sérénité, songe d'un soir »  
 Un registre qui interpelle en poussant  
 le bouchon assez loin.







## CELLIER DES DAUPHINS

Décalage graphique complet pour Cellier des Dauphins avec cette nouvelle gamme 10° à l'ombre.

Pour proposer des vins plus légers et ajuster le degré d'alcool à 10%, les raisins ont été récoltés plus tôt et par des températures plus fraîches.

Pour plus d'informations :  
[www.cellier-des-dauphins.com/gamme/a-lombre](http://www.cellier-des-dauphins.com/gamme/a-lombre)

## KRESSMAN

Réédition d'un coffret et de l'étiquette originale pour les 120 ans de la maison.



# TWIL

TWIL pour «The Wine I Love».

Une application originale utilisant le système de reconnaissance visuelle d'une étiquette de vin à partir de sa photo. Pour plus d'informations : [www.twil.fr](http://www.twil.fr)



**LE CHEMIN  
LE PLUS  
COURT  
ENTRE LE  
VIGNERON  
ET VOUS.**

**J'AIME**  
J'ai un coup de cœur pour un vin au restaurant, chez des amis ou sur un salon.

**JE TWIL**  
Je prends en photo l'étiquette via l'application et j'accède à toutes ses infos (région, cépages, accords mets & vins...)

**JE COMMANDE  
DIRECT PRODUCTEUR**  
Je commande directement au producteur au prix propriété.

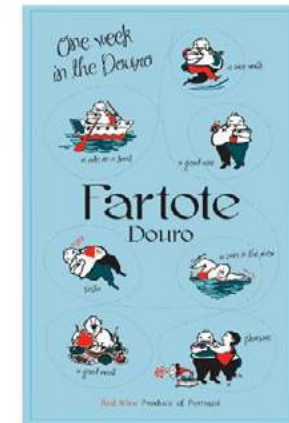
j'♥ je twil. | [twil.fr](http://twil.fr)  

## REGISTRE BD OU COMMENT PARLER DU VIN AUTREMENT ?

Les amateurs de Bandes Dessinées et de vins connaissent « Les ignorants » d'Etienne Davodeau le récit d'une initiation croisée et de la rencontre de deux passionnés. Vinexpo est aussi l'occasion de découvrir une liberté graphique qui sort des sentiers battus.



CABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. A CONSOMMER AVEC MODÉRATION





## HORS CODES

Comme dirait Maître Folace\* « Qu'est ce qu'on se fait, ... on se risque sur le bizarre ? »  
Petit focus sur ces marques qui ont décidé de jouer sur l'insolite pour aiguïser la curiosité



\* voir ou revoir les Tontons flingueurs

## DRÔLES D'OISEAUX

Hasards ou coïncidences les oiseaux inspirent les vignerons.  
Une façon d'évoquer la délicatesse et la richesse de la nature.





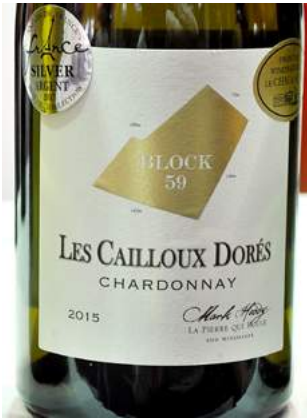
## DESIGN ET CALLIGRAPHIE

Une jolie façon d'exprimer le caractère et la singularité d'un vin, particulièrement en circuit de distribution spécialisé.





# GRAPHIQUE





VINTAGE









Une vraie poussée  
des vins bios et/ou sans sulfites



# GÉRARD BERTRAND



Deux cuvées certifiées BEE FRIENDLY  
premier label européen de protection des  
insectes pollinisateurs.

Le label impose également d'installer  
des ruches sur les domaines et de former  
le personnel au soin des abeilles et à la  
surveillance de leur état de santé

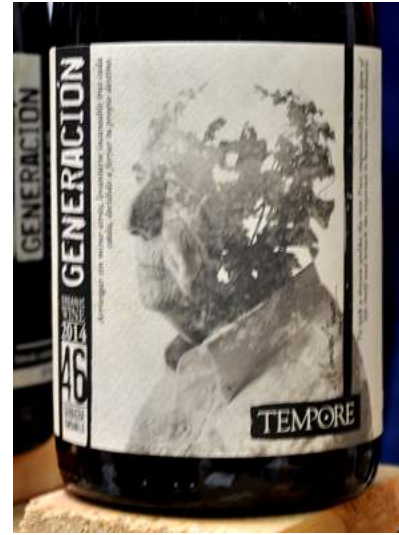
La gamme Or et Azur est distribuée sur le  
réseau CHR et chez Monoprix.

Pour plus d'informations :  
[www.gerard-bertrand.com/fr/nouveau/  
deux-cuvees-gerard-bertrand-certifiees-  
bee-friendly/](http://www.gerard-bertrand.com/fr/nouveau/deux-cuvees-gerard-bertrand-certifiees-bee-friendly/)











POUR CONTINUER LA VISITE...



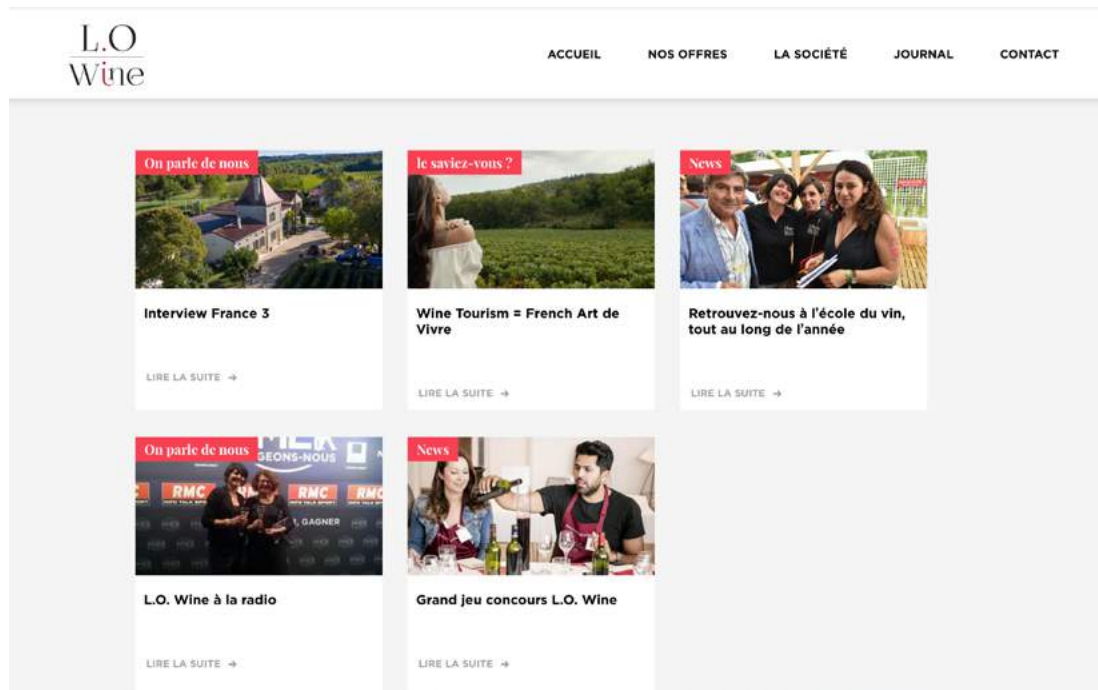
## L.O WINE

Et si on découvrait le vignoble autrement ?

Issue d'une famille de vigneron, Laetitia Ouspointour a pour objectif de vous faire vivre une expérience œnologique unique en son genre. Elle a lancé L.O WINE fin 2016 afin de vous faire découvrir l'univers du vin autour d'événements et d'ateliers bâtis sur un mode décalé, décomplexé et surtout souriant !

Pour plus d'informations :  
[www.lowine.fr](http://www.lowine.fr)

[laetitia@lowine.fr](mailto:laetitia@lowine.fr)





# Pour en savoir plus sur Vinexpo...

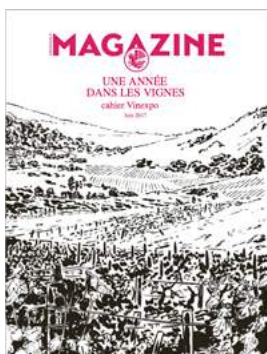


- Le site officiel [www.vinexpobordeaux.com](http://www.vinexpobordeaux.com)

- Retrouvez les vidéos sur <https://www.youtube.com/user/vinexpobordeaux/videos>



- La revue V&S hors série Vinexpo : [www.vsnews.fr/hors-serie](http://www.vsnews.fr/hors-serie)



- Cahier Vinexpo du [Magazine Air France](http://Magazine Air France)

Retrouvez-nous sur :

# direction-marketing.fr

Site d'échanges et d'informations sur les questions que se pose un responsable marketing

posez ici votre question

f t g in

et découvrir la partie blog...

ACTIVATION DESIGN DIGITAL PRISE DE PAROLE STRATEGIE / ETUDE FORMATION REGLEMENTATION BLOG

**Vous êtes responsable marketing, directeur de la communication, chef de groupe, chef produit...**  
... Posez vos questions gratuitement et recevez une réponse d'un expert de notre communauté. Vous recevrez automatiquement un accusé réception de votre demande.

posez ici votre question

envoyer

Des experts répondent par mail à vos questions. Avec votre accord certaines réponses sont publiées sur le site.

## les Réponses

Communication sur les réseaux sociaux  
Question n°65

**J'ai déjà un compte facebook et tweeter, quel intérêt à créer un compte google + ?**

**Franck Larchey a répondu :** Avant de vous répondre, je précise que nous parlons de Twitter,...

[Lire la réponse complète](#)

Communication opérationnelle  
Question n°19

**Quelles sont les règles pour offrir une prime en directe au consommateur sur un produit ?**

**Hélène Delaval a répondu :** Avec la nouvelle législation, il n'y a plus de limite de valeur pour les primes...

[Lire la réponse complète](#)

Relations publiques et presse  
Question n°14

**Comment choisir les journaux dans lesquels on doit communiquer ? j'ai un petit budget com et je ne voudrais pas me tromper de média**

**Christophe Paymal a répondu :** Si vous avez un petit budget, vous devez procéder par ordre de priorité. Le mieux...

[Lire la réponse complète](#)

RSE - Responsabilité sociétale des organisations  
Question n°7

**Combien de temps faut-il pour faire un diagnostic RSE ?**

**Caroline Jolly a répondu :** Cela dépend de la taille de l'entreprise, si les personnes sont...

[Lire la réponse complète](#)

Design sonore  
Question n°17

**Quel budget prévoir pour un logo sonore?**

**Tony Jazz a répondu :** Tout comme un logo visuel, cela dépend de l'ampleur du chantier, de la...

[Lire la réponse complète](#)



## source d'inspiration

L'Innovation accessible aux PME

kifekoa-design.com

Salon Sandwich & Snackshow 2014

Compte rendu LuxePack 2013

Compte rendu Natexpo 2013

Prix Isogone 2013

8 conseils pour construire votre stratégie éditoriale sur Facebook

Compte rendu Vinexpo 2013

Innovation et tradition

Compte rendu du Seafood 2013

Compte rendu du salon du sandwich 2013

Compte rendu de visite du SIAL 2012

Le référencement en quelques points

## l'agenda

07/10/2014

Formation e-recrutement

17/09/2014 au 18/09/2014

Salon OMYAGUÉ

## offres d'emploi

ASSISTANT MARKETING - ACCESSOIRES DE MODE H/F  
Commerce, Distribution

### Qu'est-ce que la vidéo connectée ?

Laurent Collin co-fondateur et président de Loomup 1ere solution de vidéo connectée répond aux questions de direction-marketing.fr - Vous parlez de vidéo connectée ou de CRV ( Customer Relationship Video ) quelle est la...

[lire la suite](#)

### Profitez du chèque numérique pour développer votre activité.

Vous êtes une entreprise implantée dans les Pays de la Loire, vous avez moins de 20 salariés, votre CA est inférieur à 2 millions d'€ et vous n'êtes pas dans la filière TIC. Bénéficiez du dispositif régional...

[lire la suite](#)

### Jingle game

Découvrez l'application créée par Tony Jazz, notre expert en design sonore. Un jeu de société proposant des milliers de sons à reconnaître parmi des centaines de thèmes : phrases cultes, génériques de séries tv,...

[lire la suite](#)

### Naissance de Nudge France

Richard Bordenave Directeur général associé Marketing Innovation du groupe BVA répond à nos questions et nous parle de la création de Nudge France. Une occasion de découvrir ce concept Nudge (coup de pouce en Anglais) ou stratégie...

[lire la suite](#)

### Les nouveaux challenges du marketing de la grande consommation

L'Institut des sciences et Industries, Agro Paris Tech, lance un MOOC (Massive Open Online Courses, en français = Cours en ligne ouverts à tous -) sur les nouveaux challenges du marketing de la grande consommation, réalisé en partenariat avec...

[lire la suite](#)

### Le Category-Management au cœur des stratégies d'entreprises

Le point de vue de notre partenaire Patrick Jourdain expert et consultant en Category-Management " Les crises successives dans l'agro-alimentaire ne sont pas uniquement dues à des causes conjoncturelles. Le manque de réflexions en marketing stratégique et...

[lire la suite](#)

Pour poser vos questions...



# direction-marketing.fr

site d'échanges et d'informations  
destiné aux responsables marketing et communication

## LES MEMBRES

ALEXANDRE DURAND - PAREIDOLIES

*Conseil en création de marque et design packaging*

JULES DUCLOUX - JOHN DOE & FILS

*Webdesign et conception d'applications*

ESTHER HUGUENEL-DURAND - HD BRANDSTRATEGY

*Conseil en stratégie de marque et innovation*

FRÉDÉRIC BERNIER - INNOPEGASI

*Stratégie réseaux sociaux*

FRANCK LARCHEY

*Accompagnement et formation à la visibilité internet*

CELINE LE STUNFF - FOODINNOV NUTRITION

*Consultante nutrition & affaires réglementaires*

## LES CONTRIBUTEURS

BARBARA CASTELLO / *Création de noms de marque*

CHRISTOPHE PAYMAL - PAYMAL NETWORK / *Relations publiques*

DENIS AUDUREAU - REZO COMMUNICATION / *Courtage en impression*

HÉLÈNE DELAVAL - LES ENVAHISSEURS / *Communication opérationnelle*

LYDIA MAMMAR / *Rédaction pour le web*

MARC CLAES - HOTSHOP DESIGN AGENCY / *Design volume*

ODILE VERNIER - PUBLIC VOICE / *Communication de crise*

PIERRE SOULIER - AGENCE 404 / *Conseil Google adwords*

PATRICK JOURDAIN - PJD / *Category management*

TONY JAZZ - *Design sonore*

SYLAIN MARTIN / *Avocat*

La communauté formée sur direction-marketing réunie des experts indépendants qui s'engagent à répondre gratuitement de façon simple et claire aux questions posées sur le site. Alors n'hésitez pas : venez découvrir les réponses et les ressources en ligne, et à votre tour posez-nous vos questions ou faites-nous part de vos commentaires. À très bientôt...



Contact : Alexandre Durand - 06 79 71 84 20  
alexandre@direction-marketing.fr



**Quelles informations cherchez-vous ?**

**Quels salons vous intéressent ?**

**Dans quel domaine pensez-vous avoir besoin de formation ?**

**Vous cherchez des informations sur un secteur particulier ?**

**Vous souhaitez découvrir des techniques de créativité ?**

**Besoin de cahiers d'idées ? ou d'un audit sur vos pratiques ?**

Vos commentaires nous aident à enrichir le contenu de cette plateforme d'échange.  
N'hésitez pas à faire circuler ce document et à nous contacter :

Alexandre Durand **06 79 71 84 20** ou par mail : [alexandre@direction-marketing.fr](mailto:alexandre@direction-marketing.fr)



**direction-marketing.fr**