

en visite à Vinexpo 2013 à Bordeaux...





Cinq jours pour faire le tour du monde du vin et des spiritueux



La 17ème édition du salon Vinexpo vient de fermer ses portes et voici quelques images pour partager un aperçu de ce panorama de l'offre internationale.

Depuis 1981, chaque année impaire, le salon accueille environ 50 000 visiteurs en 5 jours dont près de 17 000 étrangers (3 000 chinois). Côté exposants, ils sont 2 400 venus de 45 pays, avec l'Italie toujours deuxième exposant du salon, l'Espagne qui crise oblige mise sur l'export et pour cette édition 2013 des pavillons chinois, turcs, mexicains et japonais.

Bonne visite virtuelle et rendez-vous en 2015 pour la prochaine dégustation !

Si vous appréciez ce travail de veille, si vous souhaitez échanger, ou simplement donner votre avis, je vous invite à me contacter par mail : alexandre.durand@hotshop.fr

Vous pouvez également poser vos questions et consulter d'autres comptes-rendus de visite sur le site : www.direction-marketing.fr

Cité des civilisations du vin

Un tour du monde des vignobles

Annoncé en 2011, le projet de Cité des civilisations du vin était dévoilé à l'occasion de cette édition 2013.

Anouk Legendre (Agence d'architecture X-TU ayant conçu l'ouvrage) et Robert Mann (scénographie intérieure) étaient présents et ont été remerciés par le maire de Bordeaux Alain Juppé.

Pour les visiteurs, un parcours de deux heures sera organisé. Constitué de 23 salles, il proposera un «tour du monde des vignobles» et «une table des terroirs» avec le Bordelais, la Bourgogne, la vallée de la Moselle, les vignobles de Mendoza (Argentine), de Californie (Etats-Unis), de la Rioja (Espagne), de Marlborough (Nouvelle-Zélande) et du Chianti (Italie).

Les travaux de la structure de 14.000 m² débuteront en septembre.

La fin du chantier est programmée pour février 2016, l'ouverture pour mars 2016.

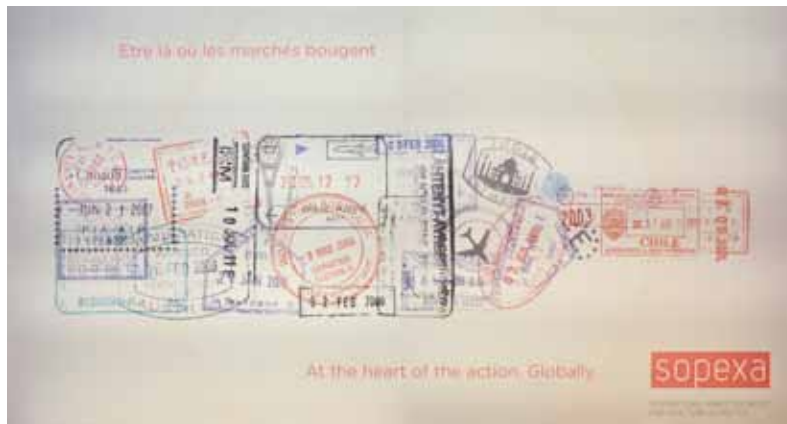




"Art et Vin"

Cette année encore, l'art contemporain investit le salon avec le soutien et la participation de la LDB Gallery, galerie d'art dirigée par Lieven de Buck, située à Saint-Paul de Vence dans les Alpes Maritimes (France).

Un monde de rêves...



Un monde de marques...





Se promener dans les allées du salon permet de mesurer la variété des identités graphiques mais aussi d'aller à la rencontre de passionnés qui nous racontent de belles histoires, en voici quelques unes...

Domaine de l'Amandyère

Le joaillier du vin...

Basé au cœur du village de Montlaur, Stephane Serre choisit d'offrir un vin placé sous le signe de l'exceptionnel. Extrait de l'interview parue dans la revue *Sommeliers international* :

«...Je me considère comme un joaillier du vin qui part de la pierre brute et la transforme en joyau. A la vendange, 50 % du raisin restent sur pied parce qu'ils ne correspondent pas à la qualité voulue, et 20% sont écartés lors du tri final ».

Pour plus d'information sur les sept vins que propose le domaine rendez-vous sur le site : www.domainedelamandyere.com



photo : LC vision



photo : Clip Clap Video

Advini

Vignobles Jeanjean

Un peu d'autopromotion ! après avoir créé l'identité du groupe Advini, l'agence Hotshop créé une nouvelle signature «vignobles Jeanjean». Conçu comme le poinçon d'un orfèvre, cette identité viendra signer les produits issus des propriétés languedociennes Jeanjean.

J'attire votre attention sur l'identité Antoine Moueix dont la refonte a aussi été réalisé par l'agence.

Pour en savoir plus sur notre atelier Le 5, luxury and beauty rendez-vous sur : www.le5ruedosne.fr



Advini

L'Avenir

L'Avenir est une propriété située à Stellenbosch, capitale viticole sud africaine.

Elle est rattachée au domaine Laroche (groupe Advini)

L'étiquette doit son originalité à l'association de deux symboles, l'un français l'autre sud africain : le coq français et le Springbok sud africain, telle la rencontre du soleil de l'Afrique du Sud et de l'inspiration française...



Badet Clément



Pâtisserie du vin

Une toute nouvelle gamme chez Badet Clément & Co visant à répondre à une demande grandissante sur de nombreux marchés pour des vins plus fruités, plus aromatiques et/ou plus sucrés.

L'objectif est d'expliquer de façon simple à des consommateurs non experts le style des vins en comparant leur profil aromatique à celui de pâtisseries très connues : un blanc assemblage Chardonnay Muscat dont le profil aromatique rappelle les senteurs de la Tarte Tatin et un rouge assemblage de Grenache, Syrah et Merlot dont les codes aromatiques se rapprochent du clafoutis.

L'image traditionnelle de la France est immédiatement perçue tout en affirmant une vraie personnalité.

Douce Nature

Une gamme de vins bio commercialisée dans 10 pays (Europe du nord et particulièrement Finlande).
Un positionnement «Eco Friendly» : bouteille PET (facile à recycler et poids réduit pour le transport), capsule en PP et PE, un carton issu à 100% de matériau recyclé...

Trois cépages proposés : Chardonnay, Merlot et Sauvignon
Le Sauvignon, en plus d'être bio comme les deux autres vins, est « Vegan Friendly » (adapté à un régime végétarien).



Gérard Bertrand

Gris Blanc, Rouge...

De belles innovations chez Gérard Bertrand, après le succès de Naturae au Sial 2012, la société du Languedoc étend sa palette de couleurs :

- CODE ROUGE

Assemblage Blancs de blancs alliant puissance et finesse, Code Rouge reprend les symboles de la marque Gérard Bertrand : sa couleur rouge emblématique, l'Alpha et l'Omega représentant le cycle perpétuel de la nature.

Un vin aux bulles légères issu de Chardonnay, Chenin et Mauzac, expression du terroir d'altitude (Limoux) qui l'a vu naître.

Une stratégie de communication très ciblée, liée à des événements culturels : Bulles officielles des Arènes d'Arles en 2013, notamment autour des spectacles des plus grandes écoles d'Art Equestre de Vienne, Saumur, Jerez et Lisbonne.

- GRIS BLANC

Assemblage de grenache gris et de grenache noir pour obtenir le rosé le plus pâle du monde ! Les vignes sont principalement situées dans la région de Tautavel, au sein du vignoble du Sud de la France, idéalement situé en Roussillon entre les Pyrénées et la Méditerranée.



Gérard Bertrand

...des roses et de nouveau du rose

- CÔTE DES ROSES

Belle idée que ce culot de bouteille en forme de rose créée par une jeune designer de l'école Boulle.
Une originalité qui permet de se positionner pour la St Valentin ou encore la Fête des Mères...

La Côte des roses désigne la longue plage de sable qui s'étend de Saint Pierre la Mer à Gruissan.

Bravo pour le bel objet et la cohérence volume+produit+appellation.

- MUSCAT ROSÉ

Dernier né de la gamme « Réserve Spéciale » un muscat rosé.
Très agréable en apéritif ou au dessert.

Plus d'informations sur : www.gerard-bertrand.com



Boisset

A chaque domaine son pop-up

Coup de cœur pour la belle mise en scène de la diversité de l'offre proposée par « la famille des grands vins ». L'idée est née d'un partenariat entre Boisset et l'agence de relation presse « Actuelles », les pop-ups ont été réalisés par l'artiste Odile Vailly.

Boisset fait partie des 5 premiers groupes français dans le secteur des vins fins.
Présent dans 80 pays.



Les bêtes curieuses

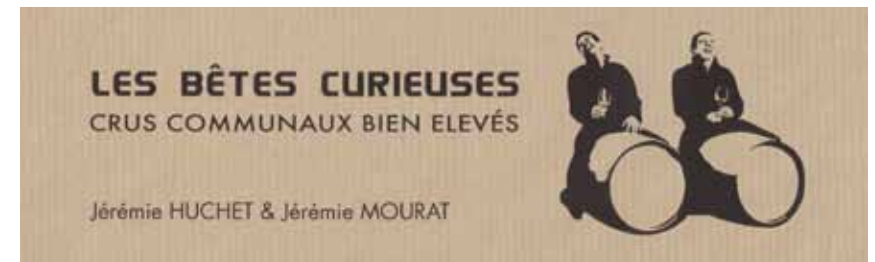
Jérémie Huchet & Jérémie Mourat

Coup de cœur pour la démarche de ces deux étonnants vignerons qui proposent des muscadets qui ne ressemblent pas à des muscadets...

Déjà présents à l'édition Vinexpo 2011, je n'avais pas remarqué ces objets viticoles non identifiés ! Jérémie Mourat nous a parlé de son dernier né « le grand écart » pour créer un Chenin entre Vendée et Afrique du Sud...

Ils font également partie du regroupement « Hors la Loire » pour promouvoir les « grands crus cachés » de notre belle vallée de Loire.

Pour en savoir plus : www.mourat.com



Cellier des Dauphins

Style vintage...

Le 1er producteur en vins des Côtes du Rhône Cellier des Dauphins présentait à l'ensemble des marchés export ainsi qu'à la presse sa nouvelle marque « Les Dauphins ».

Introduite en 2011 au Royaume-Uni, la marque « Les Dauphins » a été référencée avec grand succès par trois des plus gros distributeurs du pays. Le marché allemand l'a remarquée rapidement en 2012 et son introduction lui a permis d'obtenir le prix de l'« Innovation de l'Année » auprès de la publication Weinwirtschaft. Aujourd'hui, « Les Dauphins » souhaite se faire connaître sur l'ensemble des pays export, à l'occasion de Vinexpo 2013.

www.lesdauphins-rhone.com

...et signature

Pour revaloriser l'image de marque de Cellier des Dauphins, la société lance 4 nouveautés baptisées Signature : un Côtes du Rhône vieilles vignes rouge, deux Côtes du Rhône rouge et blanc vieillis en fûts de chêne et un vinsobres, premier cru des Côtes du Rhône.



Halley Wines & Spirits

La Galope

Coup de chapeau pour la création de cette jolie gamme de côte de Gascogne. Le bag-in-box utilisait les codes graphiques d'une gazette rétro mais au moment de passer en étiquette se pose le problème de résumer tous les messages sur une petite surface d'expression. La solution : la naissance d'un personnage emblème de la marque «le canard mousquetaire» condensé de l'image de la Gascogne.



Single armagnac

Comment rajeunir l'image de l'armagnac et déplacer son usage sur la dégustation ? Tout simplement en empruntant les codes du whisky.

Halley Wines & Spirits



Barco Negro Douro

Le jury d'experts réuni à Québec le 3 Juin 2013 a décerné la médaille d'or au BARCO NEGRO millésime 2010 (Origine Portugal).



Rhône Paradox

Encore une belle histoire ! Rhône Paradox a choisi de travailler en duo avec des vignerons inspirants et inspirés pour proposer une gamme de vins retenant dans chaque appellation sa face la plus élégante, les terroirs, mais en respectant l'identité de chacune des appellations.

Et merci à Séverine pour cette dégustation de Côte Rôtie...

Collection Josephine

Coffret rassemblant une collection de vins de différentes appellations avec en partie basse la reprise des typographies de chaque domaine d'origine.



Jaillance

Entre Provence et Vercors, dans la vallée de la Drôme, Jaillance signe des vins d'Appellation d'Origine Protégée (Clairette de Die, Crémants). La signature Jaillance est celle des viticulteurs adhérents à la cave de Die Jaillance, fondée en 1950.

La marque est aujourd'hui leader des vins effervescents AOC, hors Champagne, en grande distribution française et est présente dans 22 pays.

En 2012, Jaillance était partenaire de la fête des voisins.

La coopérative de Die maintient en 2013 le cap sur le développement durable, et poursuit la redynamisation de la marque Jaillance.



Biodynamie

La cave coopérative Jaillance propose des cuvées Bio depuis 1989. Adhérents viticulteurs de la cave, Anne Gillet et Cyrille Copier se sont lancés dans la biodynamie en 2010.

La vendange 2012 représente environ 18 000 bouteilles, commercialisation prévue fin 2013.

Pétillant et sans alcool

Pétillant et sans alcool, Bulles de Muscat est composé exclusivement de jus de Muscat Blanc et d'eau gazéifiée.



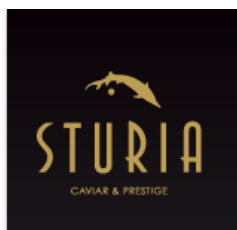
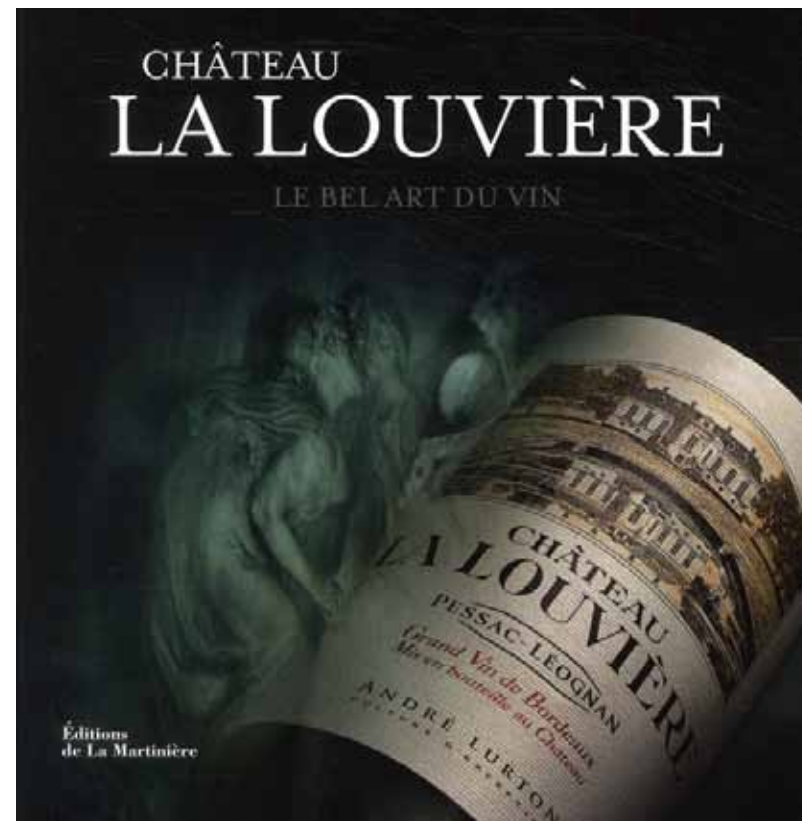
André Lurton

Partenariat avec Sturia

Les vignobles André Lurton et Sturia (caviar aquitain) vous proposent de vivre une expérience gustative exclusive.

Blancs ou rouges, jeunes ou plus anciens, des vins des châteaux La Louvière, de Rochemorin ou Couhins-Lurton, ont trouvé leurs alliés dans la gamme des caviars Sturia : Vintage, Primeur, Prestige ou Osciètre...

Ces associations gustatives ont été menées en collaboration avec l'équipe du restaurant bordelais «Le Chapon Fin» pour trouver le meilleur accord où le vin sublime le caviar et vice versa.



Les vignes Olivier Decelle

Mas Amiel

Situé au cœur de la vallée de l'Agly, proche de Maury, protégé au Nord par les Corbières et au Sud par les Pyrénées, les 170 hectares du Mas Amiel sont plantés sur des croupes noires entourées de falaises de calcaire blanc.

La marque propose une nouvelle ligne graphique épurée pour cette gamme de vin mettant en avant une parcelle du domaine.



Val d'orbieu

...nous propose 4 histoires de France

French Cliché
Gamme de 5 vins de France
Romantic
Grumpy
Epicurean
Snobby
Lazy



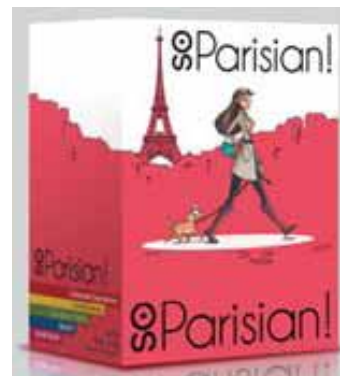
Les petits carreaux
Gamme de 5 vins de cépages
du pays d'Oc



Plaisir de FRANCE
Gamme de 4 vins de France



So Parisian !
Gamme de 5 vins de France



The Winemakers collection

Once upon a wine...

Tous les ans, sur un terroir invariable, celui du Château d'Arsac en Médoc, un vinificateur invité reçoit carte blanche pour inventer le vin idéal, le nectar de ses rêves, sans aucune contrainte.

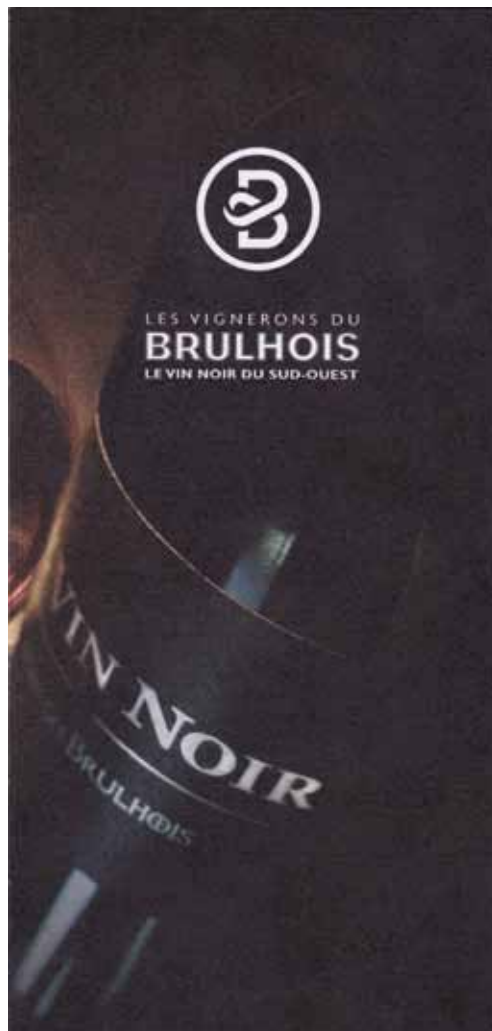
Assisté par l'équipe du château, il est en charge de tout le processus de création du vin, du choix des parcelles, jusqu'à la mise en bouteille, en passant par les différents travaux de la vigne et des chais.

A chaque année correspondra une cuvée écrite et mise en scène par un Winemaker différent. Il était une fois... la Winemakers' collection.

Pour en savoir plus : www.onceuponawine.fr



Noir c'est noir



Le Brulhois

Au 14ème siècle en bord de Garonne, le vignoble millénaire des Vins du Brulhois est grand exportateur de vins. Au début du 19ème siècle, après la crise du phylloxéra, les rangs de vigne qui courent toujours sur les coteaux sont le vestige muet de ce passé glorieux.

La reconquête de la vigne et la reconnaissance en Appellation d'Origine rendra au vignoble le nom même du Brulhois. Une expression est encore présente dans les mémoires pour désigner ces vins : les vins noirs.

Plus d'informations sur : www.cave-de-donzac.com

Binet blanc de noirs

Une cuvée prestige et Grand Cru composée à 100% de raisins Pinot Noir, issus eux-mêmes du versant nord du parc naturel classé de la Montagne de Reims.

Cette cuvée produite en édition très limitée (moins de 2000 bouteilles pour le monde cette année.



Hors code



Tussock Jumper

Sélection internationale, Australie, Chili, Nouvelle Zélande, Portugal... ou Pays d'Oc !
pour une gamme au graphisme décalé.

www.tussockjumperwines.com

Gayda

Jolis parti-pris graphiques pour ces vins du Languedoc.
A découvrir sur le site : www.gaydavineyards.com

Oenovethique

Une étiquette à feuilleter...

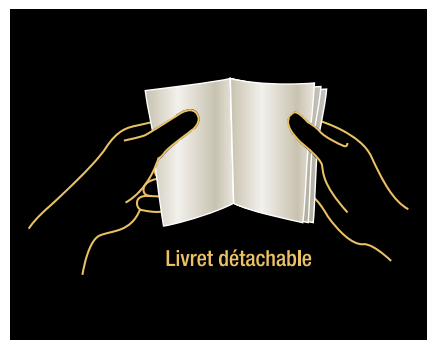
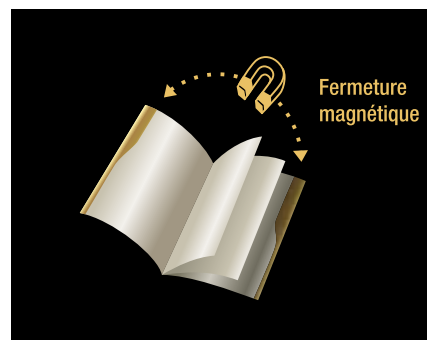
Voici une vraie innovation dans l'univers des vins et spiritueux. Un concept qui propose de remplacer la simple étiquette par un livret de 2 à 8 pages.

Oenovéthique® vous permet de communiquer sur votre marque, votre histoire, votre terroir, votre méthode de fabrication et renforcez le lien entre les consommateurs et votre marque.

Un ingénieux système breveté. Prête à être collée sur la bouteille, l'étiquette magnétique se referme grâce à ses deux parties rigides qui se collent ensuite l'une à l'autre.

Pour plus d'information, contactez Pierre Charrier : pierre.charrier@le5ruedosne.fr

Oenovéthique®



Cognac

Hardy, la tradition dépoussiérée

Si la gamme s'appelle « tradition » le ton graphique est plutôt osé dans l'univers des cognacs. Des codes très parfum et très féminin tant dans le packaging que dans la communication.



Camus

La maison familiale de Cognac fête cette année ses 150 ans. Pour l'occasion elle a choisi un nouveau design pour sa gamme «Elegance».

Une vie en rose...



So med

L'IGP Méditerranée joue la carte des vins effervescents. Sous l'égide de l'interprofession, 5 à 6 opérateurs s'apprêtent à lancer un IGP effervescent rosé sous le label So Med. Cette marque collective a été déposée à l'INPI par Inter Vins Sud-Est. Pour pouvoir l'utiliser les opérateurs doivent respecter la charte pilotée par l'interprofession, définissant les conditions de production et d'élaboration du produit.

Source : www.vitisphere.com



Guerin

Présenté par la Compagnie de Guyenne (Cognac Meukow) ce Pineau est d'une couleur rose très prononcée. Je n'ai pas eu de précision sur la composition du produit mais je lui ai trouvé un goût de cerise...



Monin

Crème de fraise

Une vie en rose...

Twenty wine

Le nom « bling bling » de ce magnum est assez étonnant pour cette bouteille de 150 cl à l'effet d'optique réussi.

Twenty wine propose également des boissons aromatisées à boire très frais à base de vin au pain d'épices ou au chocolat blanc ! à découvrir sur : www.twentywine.fr



Une vie en rose...

Famille Excellor

La famille Excellor est un regroupement de plus de 400 familles vigneronnes de génération en génération, chacune rattachée à une cave coopérative :

- La Boucaude
- La Girondaise
- Le Cellier de Graman
- Les Coteaux d'Albret
- Les Veyriers

Plus d'informations sur :
www.famille-excellor.com



Une vie en rose...



Crème d'agrumes

Après la crème de pamplemousse rose, voici une crème d'agrumes 100% naturelle. Elle associe le citron, la mandarine et une pointe d'orange. Elle peut se mélanger à des vins rosés, blancs et pétillants.

Deux packaging car deux réseaux de distribution :
GMS et spécifique.

L'occasion de mettre également en avant la citronnade Bigallet (maison familiale d'Isère acquise en 2010 par Giffard).

GIFFARD
DEPUIS 1885



Maison Meneau

Vin & fruits

Créée en 1879 dans la région de Bordeaux, spécialisée dans les sirops de fruits bio, la maison Meneau encouragée par le succès du rosé pamplemousse étend sa gamme de boissons à base de vin et de fruits.

La toute récente sangria blanche est composée de :
Vin blanc bio d'Aquitaine** (Bergerac : Sémillon - Sauvignon),
eau, sucre de canne roux bio équitable, jus concentré d'orange, extraits d'agrumes et d'épices (orange, citron, bigarade) issus de l'agriculture biologique.



Patriarche

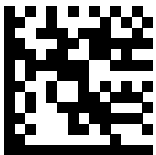
Fruiz

Patriarche veut bousculer le rayon effervescent avec un apéritif léger en alcool 6,5% vol.

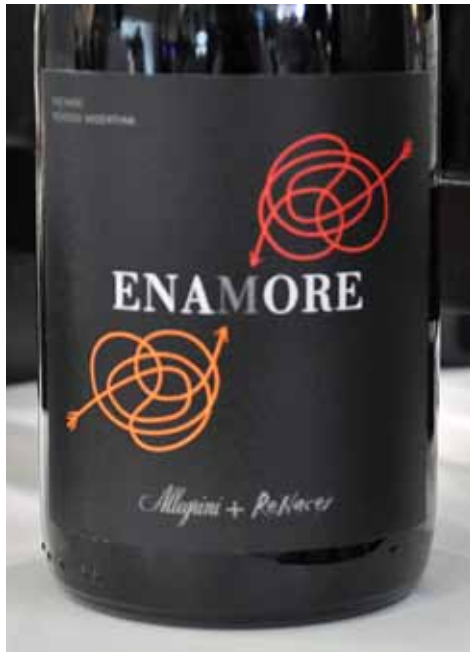
5 parfums proposés :

- Pétillant blanc & cassis
- Pétillant blanc & pêche
- Pétillant rosé & pamplemousse
- Pétillant blanc & framboise
- Pétillant blanc & cocktail mojito

plus d'informations sur : www.cocktail-fruiz.com



web





















Pour en savoir plus...



Sur Vinexpo

Commandez le catalogue ou parcourez la photothèque sur le site officiel du salon :

<http://www.vinexpo.com/fr/propos/phototheque/vinexpo-2013/>

Et en vidéo sur youtube :

<http://www.youtube.com/user/vinexpobordeaux>



LUXURY & BEAUTY BY HOTSHOP

Sur HOTSHOP Design Agency

– Pour une présentation de nos activités de branding, packaging et design volume : www.hotshop.fr

– Découvrez également nos réalisations dans le domaine des vins et spiritueux sur : www.le5ruedosne.fr

– Pour partager notre regard sur l'actualité : www.lebloghotshop-design.fr



Sur les questions marketing

Posez vos questions sur www.direction-marketing.fr, une communauté d'experts vous répondent sur les différents sujets qui intéressent les responsables marketing et communication.

Consultez également les autres compte-rendus de visite de salons dans la rubrique « source d'inspiration ».



HOTSHOP FRANCE

Paris : Alain Rouso - mail : alain.rousso@hotshop.fr

5, rue Dosne 75116 PARIS tél. : (33) 01 53 70 75 00

Nantes : Alexandre Durand - mail : alexandre.durand@hotshop.fr

12, rue Georges Bizot 44300 Nantes tél. : (33) 06 71 60 45 88

HOTSHOP ITALIE

Cristina Archinucci - mail : cristina.archinucci@hotshop.fr

Via della Massa, 9 - 50012 Bagno a Ripoli - FIRENZE tél. : (39) 055 632 905

www.hotshop.fr et www.le5ruedosne.fr

Document disponible sur :



direction-marketing.fr