

? direction-marketing.fr

l'outil de veille des marketeurs curieux

en visite au salon Vinexpo 2019...



VINEXPO
THE WORLD OF WINE & SPIRITS
13-16 MAI 2019
BORDEAUX

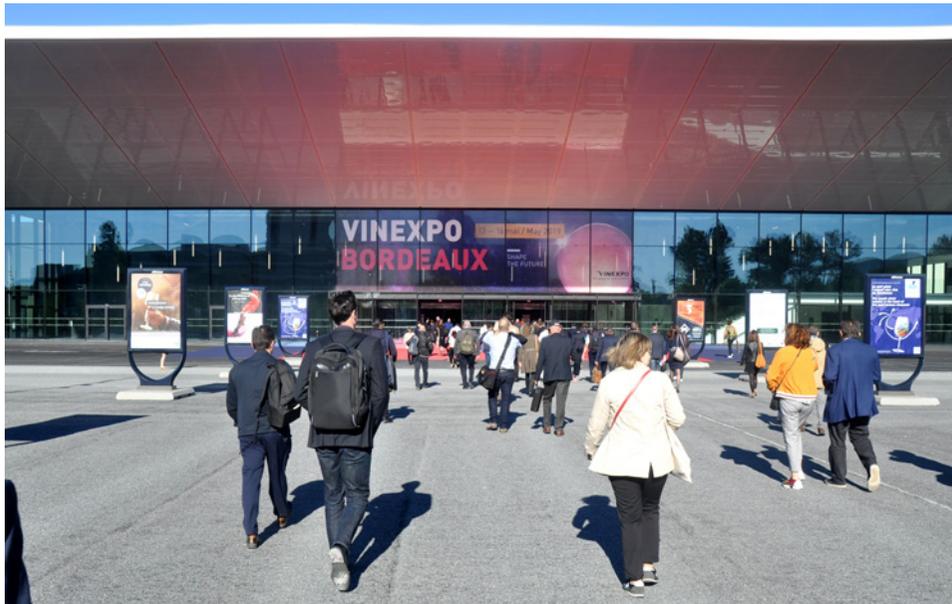


Edito

Alexandre Durand - PAREIDOLIES
Consultant branding & packaging pour direction-marketing.fr

Face à la concurrence de Wine Paris, Prowein ou encore Vinitaly Vinexpo Bordeaux n'a plus l'envergure des éditions précédentes. Rodolphe Lameyse, CEO de Vinexpo revendique un nouveau positionnement de « smart salon » plus accessible, à taille humaine et annonce les années impaires des salons à New-york, Bordeaux, Shanghai et les années paires Paris, New-york et Hong-Kong. La prochaine édition de Vinexpo associé à Wine Paris se tiendra du 10 au 12 février 2020,

En attendant si vous avez loupé l'édition 2019, voici un aperçu de ce qu'on pouvait y voir.
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

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

On pouvait y voir...



un paquet de gins !

Le Gin de Christian Drouin

Le packaging fait le lien entre l'univers du Calvados et celui du Gin.
La signature de Christian Drouin et le travail à la cire complètent
le message d'un spiritueux d'artisan et de tradition.



Un Gin élaboré à l'aide de pommes à cidre

Guillaume Drouin, œnologue et ingénieur agronome s'est lancé le défi de créer un Gin qui utilise les pommes de ses vergers.

Le point de départ fut de chercher les aromates qui pouvaient compléter et sublimer l'équilibre du Genièvre et de la pomme à cidre. Une sélection de 30 variétés de pommes, 8 plantes fut opérée, toutes, à l'exception du genièvre, issues de l'univers aromatique d'un grand calvados. Le procédé de distillation plante après plante obligeant à ajuster chaque fois les proportions qui donnaient le meilleur assemblage.

Chaque aromate est distillé séparément avant d'être réassemblé dans une proportion unique à chaque Batch.

La rose et le citron apportent leur finesse. Le gingembre, la vanille, la cannelle et l'amande donnent un corps suave et épicé au Gin alors que la cardamome renforce sa rondeur et son fruit. Genièvre et pommes se complètent entre des notes lourdes et hautes, épicées ou croquantes.

Pour plus d'informations :
www.calvados-drouin.com



JEAN BOYER NATIONAL 10

Code bleu, blanc rouge et nom évoquant les vacances dans les Landes (l'entreprise est située au bord de la Route Nationale 10 à Saint Geours de Maremne). On est bien loin des codes du whisky et pourquoi pas ?

Ce single malt embouteillé par Jean Boyer est un whisky français tourbé provenant de la distillerie Rozelieures.

Pour plus d'informations : www.jeanboyer.com



SORGIN YELLOW

Un an après le lancement de Sorgin, Premium Distilled Gin élaboré à partir d'un distillat de vin de Sauvignon des Côtes de Gascogne, enrichi de plantes aromatiques et d'agrumes, Sabine et François Lurton créent le premier batch de Yellow Gin. Cette édition limitée de Yellow Gin est vieillie pendant 6 mois en barriques de chêne ayant contenues des vins de Sauvignon Blanc de Pessac Léognan et de Graves (Bordeaux). L'élevage sous-bois, outre les tanins, apporte des arômes complexes, avec des notes boisées (grillé, torréfié, fruits secs), des notes épicées (girofle, gingembre) mais aussi des notes douces comme la vanille et le miel. Yellow Gin est plus complexe que le Sorgin original mais conserve sa fraîcheur caractéristique.

Pour plus d'informations : sorgin.fr



whisky français de la distillerie Rozelieures.

GROUPE LA MARTINIQUAISE-BARDINET



« William PLOQUIN-MAURELL, responsable de la communication du Groupe LA MARTINIQUAISE-BARDINET, nous parle du lancement du Bitters SAINT JAMES qui vient compléter la gamme de la marque de Rhum Agricole AOC Martinique, acteur N°1 Mondial dans la catégorie des Rhums Agricoles. Il revient également sur le lancement de la gamme Le quina par la marque ST RAPHAËL en 2018.



St Raphael

A propos de la gamme Le quina par la marque Quinquina ST RAPHAËL :

« Nous avons à cœur de faire vivre cette belle marque française née en 1830. Le packaging de cette gamme premium est fidèle au style iconique de la marque au col cassé très à la mode dans les années 50, très néo-vintage. »

Pour plus d'informations : www.straphael.fr

— SINCE 1765 —
SAINT JAMES

« L'ajout de ce Bitters SAINT JAMES au portefeuille de la marque nous permet de continuer à construire le savoir-faire de SAINT JAMES en mixologie. Nous avons travaillé près de deux ans avec notre ambassadeur de marque et mixologue Stephen Martin sur ce Bitters qui vient appuyer notre discours auprès de notre cible de bartenders internationaux. Ce bitters, c'est toute la richesse des Rhums SAINT JAMES en un concentré aromatique unique ! »

Pour plus d'informations : www.rhum-saintjames.com



Pour plus d'informations : www.la-martiniquaise.com

LMB
La Martiniquaise-Bardinet



100% local, bio

Cette eau de vie de raisin bio est le fruit d'un assemblage inédit de Baco et d'Ugni Blanc, surprenant par sa souplesse et sa douceur vanillée subtilement épicée.

OAK a été pensé et conçu pour être dégusté sec, sur glace ou en cocktail, à l'apéritif ou en soirée.

Label : AOP Armagnac
Vinification sans sulfites ajoutés.
Maturation dans 3 fûts de chêne français.
Taux d'alcool : 40 %

Pour plus d'informations :
ubyoak.com

BYO

Simple et efficace, le bio vu par Uby.

Pour plus d'informations :
www.dom-uby.com



MAISON CASTEL

Scénographie très pop et communication au style affirmé pour la marque Maison Castel.

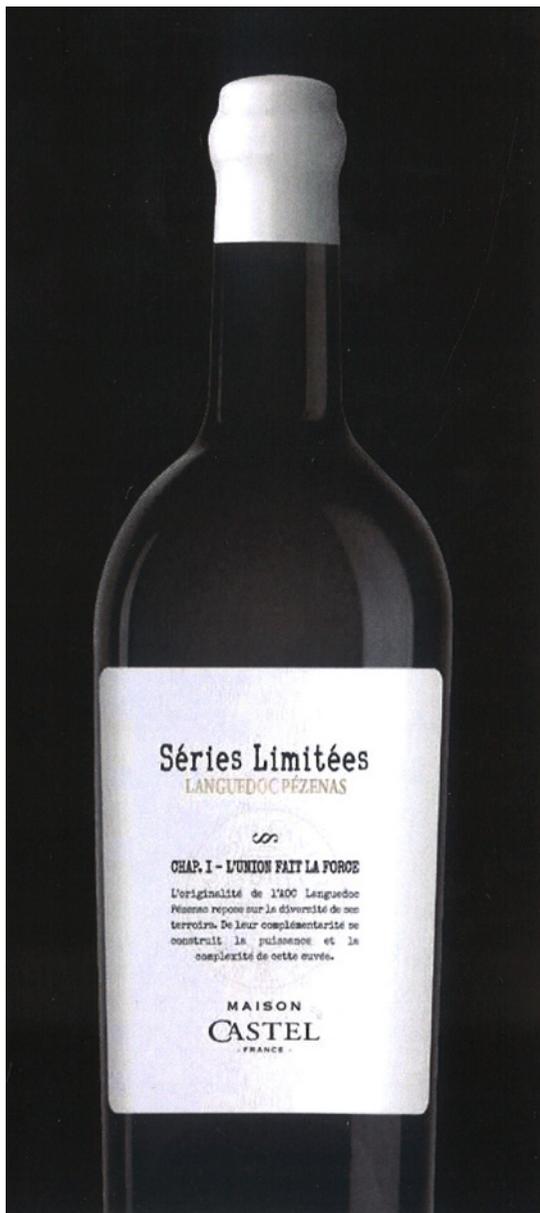
Durant de nombreuses années le patronyme Castel était lié au groupe ou à la gamme dédiée à l'export (Famille Castel) en retrait des marques du groupe.

On note ici la volonté de faire de Maison Castel la marque étendard du groupe et de mettre en valeur les associations de plats et des vins de la gamme.

Pour plus d'informations : www.castel-freres.com



Le groupe s'engage et mise sur la certification Terra Vitis. Certification validée par un organisme indépendant, Terra Vitis défend une conduite durable du vignoble, basée sur les principes d'une agriculture raisonnée. Des vignes jusqu'au chai, cette démarche vise à préserver l'environnement, l'homme et sa santé, la viabilité économique des vignerons, et toujours le plaisir du vin.



SÉRIES LIMITÉES DE MAISON CASTEL

Cédric Jenin, responsable winemaker MAISON CASTEL et Jean Natoli, œnologue conseil et expert des vins méditerranéens présentent le début d'une collection sur le circuit sélectif.

Ces deux Séries Limitées sont éditées en quelques milliers de bouteilles : 7 000 pour l'AOC Languedoc-Pézenas et 4 000 pour l'AOC Gigondas

Pour plus d'informations :
www.maisoncastel.wine

CASTEL CHÂTEAUX & GRANDS CRUS

Au Cru la Maqueline, deux univers se croisent : la production de vins de Bordeaux et l'élevage de chevaux, deux passions de Philippe Castel le PDG de Castel Frères.

Ce Crémant de Bordeaux principalement axé sur le Merlot est complété par du petit-verdot.

Pour plus d'informations :
www.chateaux-castel.com





DOUCE NATURE

Jolie évolution graphique de cette gamme de vins bios de chez Badet Clément.

Pour plus d'informations : www.badetclement.com



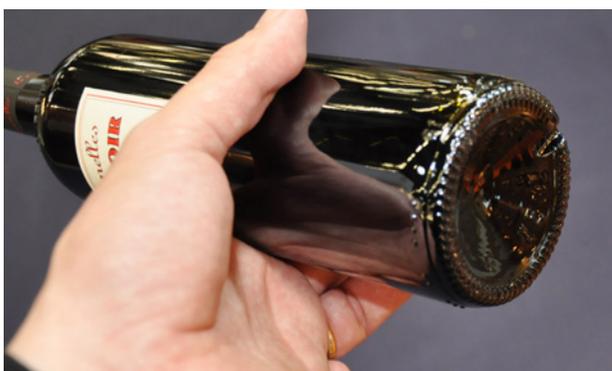
< Ancien packaging

EDOUARD DELAUNAY

Renaissance de la marque Edouard Delaunay souhaitée par Laurent Delaunay en hommage à son arrière grand père.
Créée en 1893 la maison Bourguignonne avait disparue au bout d'un siècle en 1993.
Rachetée en 2017 la marque est de retour avec une belle sélection de belles références.

Pour plus d'informations : www.badetclement.com





Réduction du culot et déplacement de l'encoche de repérage.



A gauche la nouvelle bouteille

LES JAMELLES



Emmanue De Salve, directeur marketing du groupe Badet Clément nous parle de la démarche d'éco-conception de la bouteille Les Jamelles.

« L'un des enjeux stratégiques de ce projet, qui a nécessité 12 mois de développement, était de répondre aux préoccupations environnementales de plus en plus fortes de nos différentes parties prenantes, consommateurs, distributeurs, par une action forte et facilement compréhensible de tous, sans nuire à la valeur perçue des vins Les Jamelles.

La réponse apportée est à la hauteur de l'objectif : la nouvelle bouteille présente une réduction de poids significative de plus de 20% (passant de 630 à 500gr) tout en conservant ses principaux attributs (forme bordelaise haute et élégante, épaulement prononcé, gravure, bague plate) qui font son succès depuis 20 ans dans plus de 45 pays.

Cet allègement représente une baisse globale de notre consommation de verre de 590 tonnes par an, soit un impact carbone diminué de 470 tonnes de CO2 par an - sans compter la réduction liée au transport !

Pour nos distributeurs, cela entraîne une réduction substantielle des coûts de transport, grâce notamment à l'optimisation des containers à l'export. Lancement en Juillet 2019 sur tous nos marchés. »

Pour plus d'informations : www.badetclément.com



WOW!

WORLD OF ORGANIC WINES



WORLD OF ORGANIC WINES

VINTEC

ÉCOLOGIQUE ORGANIQUE

ANTICIDAD

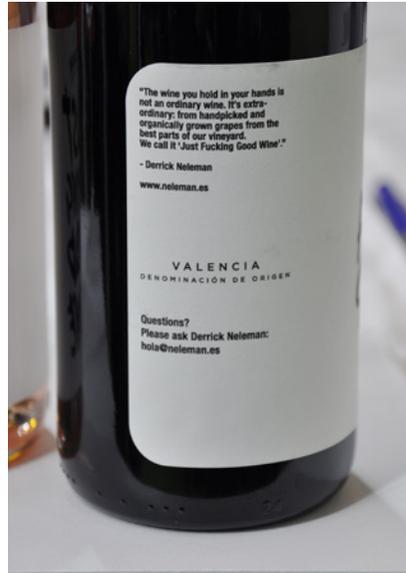
VIVEDOS



NELEMAN

Originalité et soucis du détail chez Neleman avec ce vin au nom explicite. Rien n'est laissé au hasard et le packaging joue pleinement son rôle pour créer le lien entre la marque et les consommateurs. Bravo !

Pour plus d'informations : www.neleman.org/wijn/rose/82/just-fucking-good-wine-rose/





KRESSMANN

La maison Kressmann, après avoir lancé en 2018 un rosé sous le nom de Pink agrandit sa collection avec un vin de Bordeaux sans sulfites : Origin

Pour plus d'informations :
www.kressmann.com

CAVE DU ROI DAGOBERT

Vin naturel (Pinot Gris) sans sulfites.
Une jolie façon d'exprimer qu'on ne fait pas ce type de vin comme un autre !

Pour plus d'informations :
www.cave-dagobert.com



Le 1^{er} vin solidaire

Joli idée d'associer la découverte d'un vin et une bonne action. Plusieurs ONG (en photo ci dessous) sont déjà partenaires du projet et recevront 25% des bénéfices.

Galgo Loco (le levrier fou) est une marque internationale proposant des vins de France, d'Espagne, du Portugal, de l'Italie ou de la Grèce grâce à des partenaires distributeurs.

Une idée portée par Arnold DÖBELI, (Franco-Suisse) et Javier PALACIO (Colombien).

Pour plus d'informations : www.galgoloco.com



CANTINA ORSOGNA

Cantina Orsogna présente cette belle gamme Babalù, illustrée par des enfants handicapés qui ont dessiné leurs rêves pour habiller ces vins biologiques en byodynamie. Une partie des bénéfices est reversée au centre Babalù la Fattoria dell'amicizia

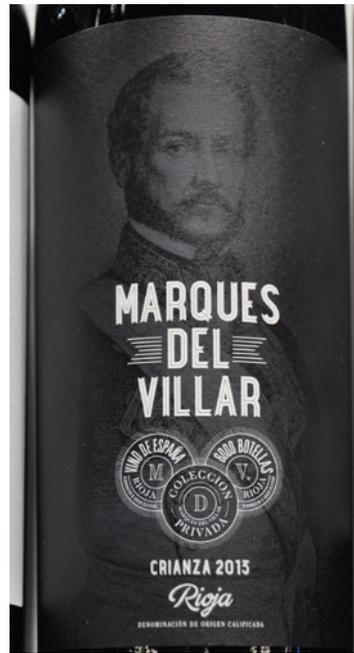
Pour plus d'informations : www.orsognawinery.com et www.lafattoriadellamicizia.it ou encore www.demeter.fr



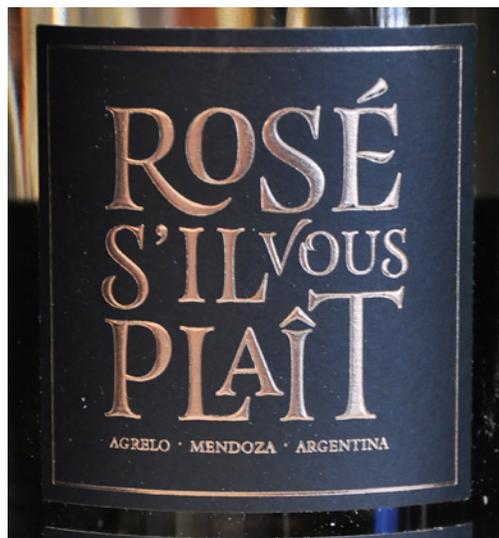
Des packagings singuliers...



...des étiquettes hors codes



...et toutes sortes d'histoires !



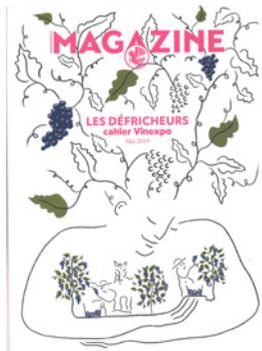
Pour en savoir plus sur Vinexpo...



- Le site officiel www.vinexpobordeaux.com



- La revue V&S hors série Vinexpo : www.vsnews.fr/hors-serie



- Cahier Vinexpo du Magazine Air France

Retrouvez-nous sur :

direction-marketing.fr
l'outil de veille des marketeurs curieux

es-nous ?

Bio GMS, bio spécialisé, des frontières de plus en plus floues ?

EN SAVOIR PLUS

Mon prem

EN SAVOIR PLUS

DERNIÈRES QUESTIONS

direction-marketing.fr est un espace de co-working sous la forme d'un site internet diffusant des contributions d'experts multi-métiers sur les enjeux du marketing et de la communication.

ACTIVATION DESIGN DIGITAL FORMATION PRISE DE PAROLE RÉGLEMENTATION STRATÉGIE / ÉTUDE

Adetom ISEG MARKETING & COMMUNICATION COMMUNICATION OPÉRATIONNELLE

Conférence Adetem Nantes
Publié le 8 janvier 2018

direction-marketing.fr en visite au salon Natexpo 2017

en visite au salon Natexpo 2017

CRÉATION DE NOM DESIGN

Compte rendu Natexpo 2017
Publié le 27 novembre 2017

DESIGN DESIGN PACKAGING

M.A.D.E.
Publié le 25 novembre 2017

DESIGN DESIGN PACKAGING

Compte rendu Vinexpo 2017
Publié le 14 septembre 2017

L'AGENDA

< avril 2018 >

lun	mar	mer	jeu	ven	sam	dim
						1
2	3	4 Salon de mardi 4-5 avril	5 Salon de mercredi 4-5 avril	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24 Sex Food 24-28 avril	25 Sex Food 24-28 avril	26 Sex Food 24-28 avril	27	28	29
30						

ABONNEZ-VOUS POUR NE MANQUER AUCUN ÉVÈNEMENT !

LES OUTILS



Comment générer un QR code vectoriel ?



Comment écrire sa narration de marque ?

EN SAVOIR PLUS SUR NOUS

Qui sommes-nous ?
Nos partenaires
Nos experts

NOS OUTILS

Comment générer un QR code vectoriel ?
Comment écrire sa narration de marque ?

NOUS SUIVRE



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 : team@direction-marketing.fr

