

en visite au salon

WINE PARIS



CE COMPTE RENDU EST RÉALISÉ PAR :

PARÉiDOLiES
Créatifs stratégiques indépendants

&

L'Orpiment
ESSENTIEL DESIGN



FLORENCE LEHMANN
L'Orpiment

Accompagnement en design stratégique
06 70 10 67 74

Quelle joie de retrouver les allées de ce salon **Wine Paris** pendant 3 jours. L'occasion de retrouver nos clients, d'échanger sur les évolutions du marché et de faire de belles découvertes.

Ce compte rendu de visite m'offre l'opportunité et le plaisir de vous partager le lancement de ma nouvelle activité : L'Orpiment. Un collectif réunissant créatifs et consultants indépendants, avec qui j'ai l'habitude de travailler depuis plusieurs années, et que je co-anime avec Alexandre. Je vous invite à découvrir un aperçu de notre approche. À très bientôt !



ALEXANDRE DURAND
Paréidolies & L'Orpiment

Consultant innovation, branding & packaging
Co-fondateur du blog direction-marketing.fr
06 79 71 84 20

Co-fondateur du blog direction-marketing.fr, mes clients me connaissent sous le nom de Paréidolies, le collectif de créatifs stratégiques indépendants. Nous avons communiqué récemment sur la Conserverie des Futurs pour présenter notre activité de design fiction en packaging.

Aujourd'hui, je suis ravi de vous présenter L'Orpiment, prolongement de Paréidolies que j'anime avec Florence, sur le secteur des maisons de vins & spiritueux, l'épicerie fine, et le chocolat bien sûr !

Le trait d'union de ces offres ? La curiosité, l'envie de co-construire des solutions intelligentes, élégantes, et éco-conçues.

Si vous appréciez ce travail de veille, si vous souhaitez échanger, ou simplement nous donner votre avis, je vous invite à nous contacter par mail :

team@direction-marketing.fr

Vous pouvez également poser vos questions et consulter d'autres comptes rendus de visite sur :

www.direction-marketing.fr

NOUVELLE VAGUE

Le salon Wine Paris a mis en avant la nouvelle génération du vin

en faisant une place à des producteurs émergents, en activité depuis moins de 5 ans. L'occasion de faire de belles rencontres.



MADIVIN

9 cuvées bios créées à 4 mains avec différents vigneron. L'équipe **Madivin** composée de passionnés travaille en partenariat chez le vigneron sur l'assemblage et l'élevage avant de mettre le vin eux-mêmes en bouteille et de le commercialiser.

Pour plus d'informations : madivin.fr



WINE IMPACT

RAISIS et **DARWIN**, des vins issus de vignes vivantes à l'impact environnemental le plus faible possible, grâce à l'union des cépages résistants et à la consigne des bouteilles.

Pour plus d'informations : wineimpact.fr

NOUVELLE VAGUE

PEPIN

Présentation minimaliste, ton en connivence, chapeau bas !
Ça donne envie de goûter et c'est bien le plus important !



Pour plus d'informations www.pepin.vin

Le concept

En plus de certaines cuvées éphémères, nous vous proposons une gamme permanente de 5 vins.

Chaque cuvée présente un personnage original sur son étiquette qui ne change pas, contrairement à son contenu qui évolue au fil des arrivages en fonction des lots qui diffèrent. Tous suivent un même cahier des charges.

Les goûts varient, mais la trame, les raisons qui vous poussent à ouvrir un type de bouteille Pépin sont invariables.



Un blanc

Vif, salin, sec et doté d'une belle buvabilité.



Un rouge

Sur le fruit, gouleyant, léger.



Un rosé

Frais, facile, où les tanins sont légers.



Un orange

Accessible aux novices, vibrant pour les initiés, sur de beaux amers.



Un pet nat

Composé d'une belle bulle, désaltérant, sec et plein de vie.



Les cuvées stars

Cuvée exclusive réalisée entre un vigneron Pépin et une célébrité.

ROUGES CLAIRS

Les vins rouges clairs, à boire frais pour une consommation estivale

se font une place au repas ou à l'apéritif en alternative aux rosés. Chaque maison cherche à s'affranchir des codes classiques liés aux vins rouges. Au-delà de la mise en avant de la promesse de fraîcheur, il serait intéressant de communiquer le positionnement de cette nouvelle offre en développant une plus grande pédagogie.



ALLIANCE LOIRE
Sans Complexe



ADVINI
Merlot Polaire



CHÂTEAU BONNET
Océana



CHANTOVENT
« Mister Alex by Miss Anaïs »
IGP Pays d'Oc, Grenache à déguster frais au moment de l'apéro ou autour d'un barbecue.



A. DE LUZE

La Maison de Luze est fidèle à l'audace de son fondateur Alfred avec **la cuvée 88-89** illustrée par l'artiste bordelaise Alice Bottigliero.

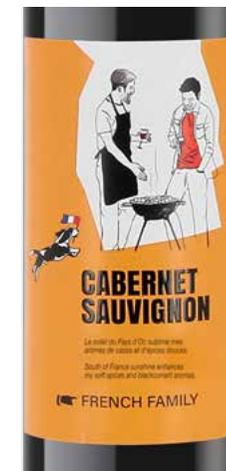
Un vin parcellaire avec une démarche de réduction d'impact :

- bouteilles légères réemployées (issues de la consigne)
- suppression des capsules de surbouchage, colle végétale sur les étiquettes en papier recyclé.



Autre révolution : la rencontre inattendue de bassins d'origines différents. Avec **Napoléon**, le Maître de Chais propose un assemblage de Syrah du Pays d'Oc, de Grenache des Corbières et de Merlot et de Cabernet-Sauvignon Bordelais.

Quant à **Marianne**, elle célèbre l'alliance de Chardonnay Bourguignon et Languedocien, associés à un Sauvignon de Bordeaux.



La gamme **french Family** se compose de 8 références segmentée par occasions de consommation pour favoriser la découverte et l'apprentissage. Chaque étiquette met en lumière un cépage spécifique et suggère un moment idéal pour savourer le vin.

Pour plus d'informations : maison-adeluze.fr



ADVINI

Mention spéciale pour la refonte de l'image de **Gassier** à travers ces Côtes de Provence certifiés bio qui reflètent les valeurs d'artisanat et de créativité liée à ce terroir d'exception, celui de la Sainte-Victoire (qui a inspiré tant d'artistes).

La bouteille hexagonale fait référence aux 6 familles de vigneron et affirme la personnalité de cette gamme.

Un véritable itinéraire de dégustation à découvrir avec : **Le Pas du Moine 350** (sentier emprunté pour atteindre la Croix de Provence), **946** (altitude de la croix de Provence) et enfin **ELEVAE** grand vin de garde AOP Côtes de Provence Sainte-Victoire.

A noter également :

Domaine Cazes qui joue sur les mots avec Rolle in Stone qui rejoint la gamme « cépages originels » du Roussillon, en bio aux côtés de la cuvée Samsó (cinsault)

Lyv qui prône un rapport décomplexé au vin, après en lancement en rosé et en blanc se décline en moelleux.

La maison Ogier propose une gamme qui capitalise sur les cépages stars de la vallée du Rhône (100% viognier et 100% grenache)

Pour plus d'informations : advini.com





ALLIANCE LOIRE

Centifolia est le nom d'une rose (cent feuilles) mais aussi le nom de la nouvelle gamme composée de 3 vins de la maison Alliance Loire : Cabernet d'Anjou, Rosé d'Anjou et Rosé de Loire.

—
Pour plus d'informations : alliance Loire.com



BARTON & GUESTIER

Fort du succès rencontré par l'édition limitée « **les jardins de la Reine** » avec la Toile de Jouy en cinq couleurs sur le Rosé d'Anjou, Barton & Guestier a décidé de pérenniser cette création.

La maison célèbre à la fois ses 300 ans d'existence et le prix du « European winery of the year ».



Collaboration avec l'artiste bordelais WOO (@woo_ghost), à la croisée du street art et de la calligraphie. Série limitée du rosé Tourmaline avec l'artiste Isaure Atelier.

Pour plus d'informations : barton-guestier.com

BOLOGNE



Cultivé en agriculture biologique, ce rhum **Bologne Grande Savane** se caractérise par la fraîcheur avec des notes de citronnelle et de canne à sucre fraîchement coupée. Un final sur l'anis vert, l'aneth, et l'amande grillée.

Pour plus d'informations : rhumbologne.fr

CASTEL FRÈRES



Plessis-Duval s'étend avec une gamme de vins de cépages pour l'export.



Roche Mazet mise sur les vins clairs avec deux nouvelles références : le Gris de Gris et le blanc de blanc.

Pour plus d'informations : castel-freres.com

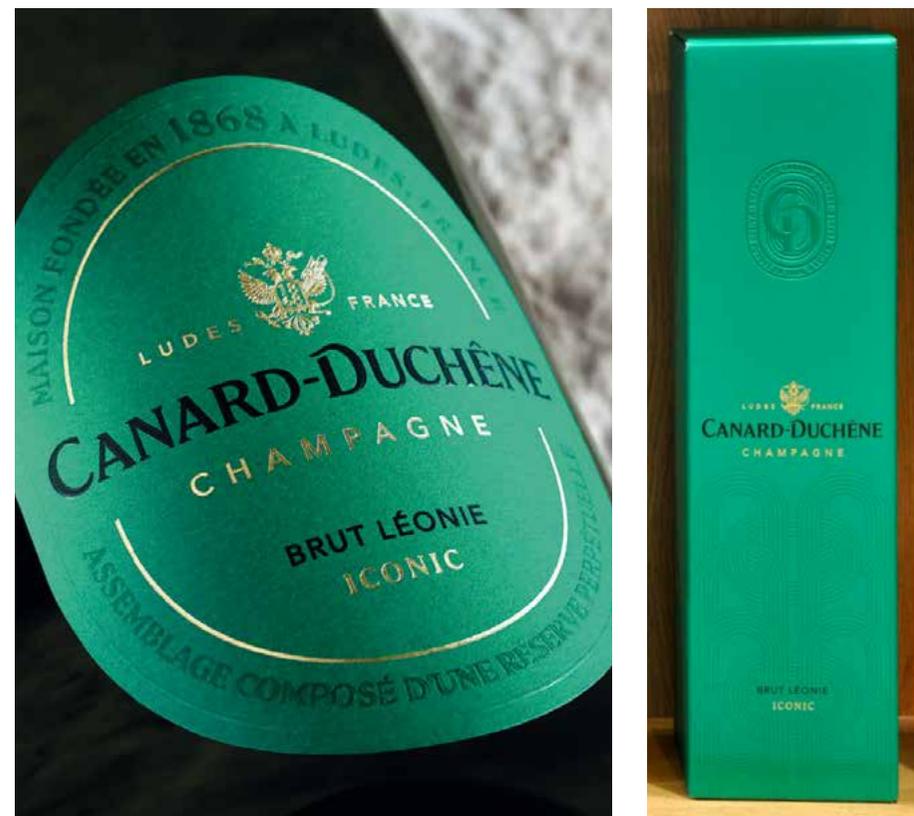
CANARD-DUCHÊNE

Très belle refonte de l'identité graphique avec cette teinte propriétaire, un sceau qui évoque le lien de la marque et de son public et un coffret élégant et contemporain.

Cette collection **Iconic**, anciennement baptisée Charles VII et particulièrement sa **cuvée Léonie** incarne ce renouveau tout en rendant hommage au mythe fondateur : une femme vigneronne et un homme tonnelier qui accolent leurs noms pour créer : Canard-Duchêne.

La Cuvée Léonie Iconic est constituée de la base vendange 2021 et de 50% d'une réserve perpétuelle initiée en 2012 dont le vin le plus ancien remonte à 2009.

la Maison Canard-Duchêne a initié un programme d'allègement de 13% de la verrerie de ce flacon iconique afin d'atteindre un poids inférieur à celui de l'actuelle bouteille champenoise allégée.



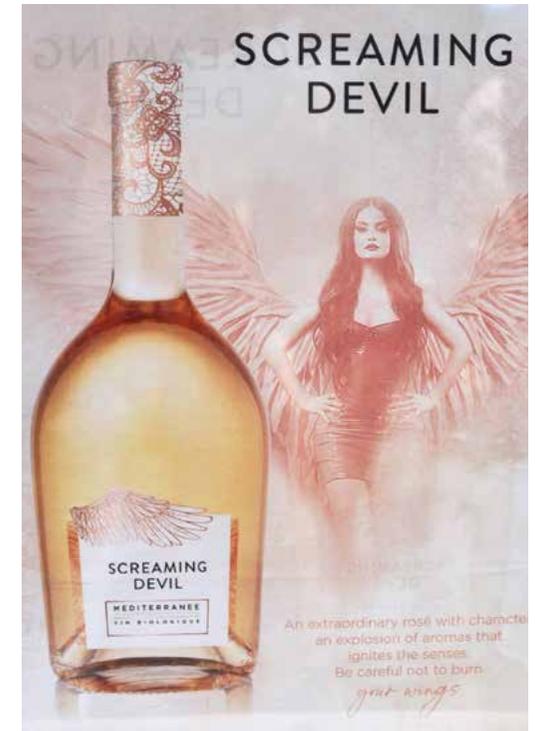
Ce Champagne est pensé pour la gastronomie et ainsi dédié exclusivement aux cavistes et à la restauration.

« La cuvée Léonie Iconic reflète le style de la Maison Canard-Duchêne par excellence (...) elle incarne à merveille la trajectoire œnologique de la Maison, initiée il y a plus de vingt ans, et exprime notre vision gastronomique du terroir champenois. »
Cynthia Fossier, nouvelle Cheffe de Caves de la Maison.

Pour plus d'informations :
canard-duchene.fr

ACTU

G.C.F.



Pour plus d'informations : groupegcf.fr

UBY



Lancement de deux bières dont une **I.P.A. Sauvignon** qui mérite d'être goûtée !

Pour plus d'informations : winery-uby.com

DISTILLERIE DE L'ORT



Belle découverte avec ces artisans distillateurs Bio en Périgord

La Distillerie de l'Ort, qui signifie « jardin » en Occitan propose des recettes originales : Gin, Pastis ou Vermouth de nos jardins, édition limitée Gin d'hiver. Délicats assemblages de plantes origan, thym commun, genièvre, sureau cultivés sur place.

Pour plus d'informations : distilleriedelort.com

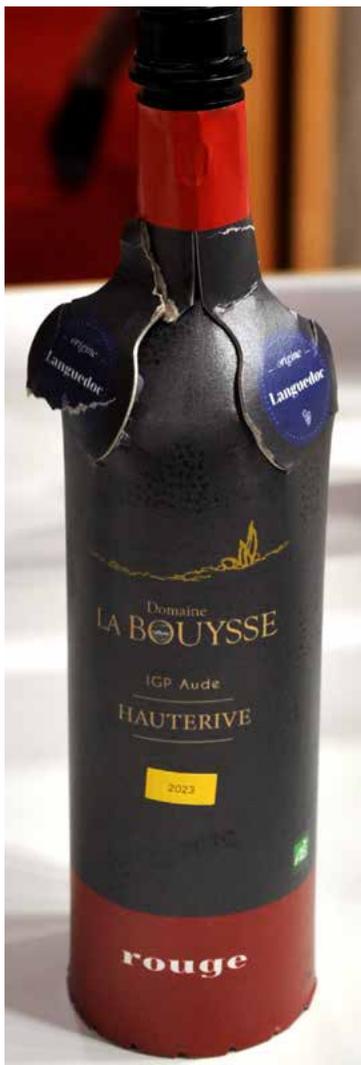
PETITS FORMATS



SINGULIER



SINGULIER



SINGULIER



VIGNOBLES VELLAS

Si je devais décerner un prix pour l'originalité de la proposition, je récompenserais cette gamme « **Made in Camargue** » qui joue avec le verso de l'étiquette pour créer un véritable théâtre.

Bravo à M. Vellas pour son culot, qui je pense appréciera le jeu de mot !

—
Pour plus d'informations :
shop.vignobles-vellas.com



CRÉMANTS

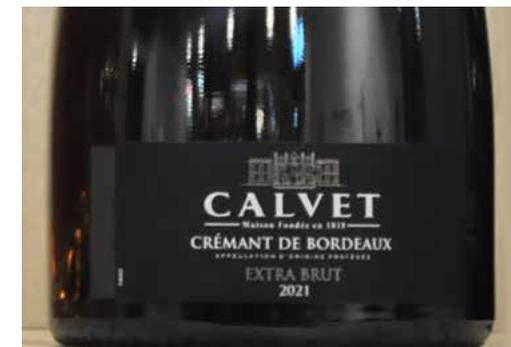
CELLIER DES DAUPHINS



L'Union des Vignerons des Côtes du Rhône (Cellier des Dauphins), rend hommage à l'art nouveau avec cet original Crémant IGP Méditerranée blanc et rosé.

Pour plus d'informations : cellier-des-dauphins.com

G.C.F. GRAND CHAIS DE FRANCE



Chaque région a son crémant, **Calvet** présent à la fois à Bordeaux et en Bourgogne. Le succès de ces bulles s'étend jusqu'en Afrique du Sud avec Neethlingshof.

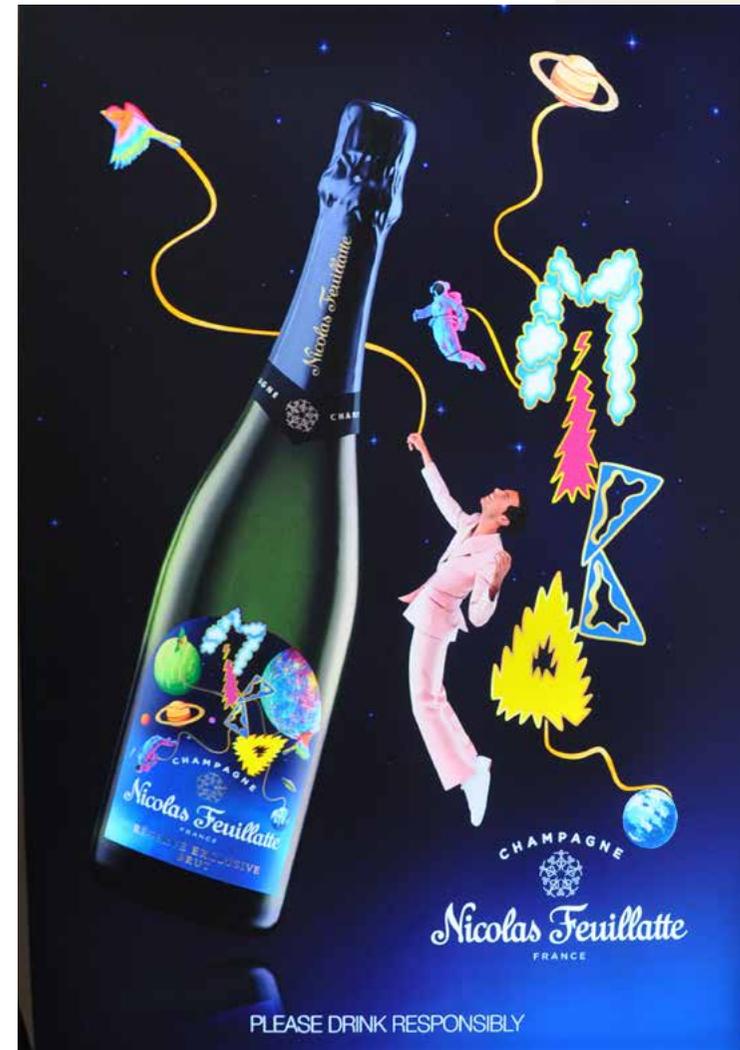
Pour plus d'informations : groupegcf.fr

CHAMPAGNE

NICOLAS FEUILLATTE

La Maison Nicolas Feuillatte s'associe à l'imaginaire de MIKA autour d'une création inédite : **Defying Gravity** est une exploration d'un monde nouveau, empreinte de célébration et de joie de vivre.

Pour plus d'informations :
nicolas-feuillatte.com



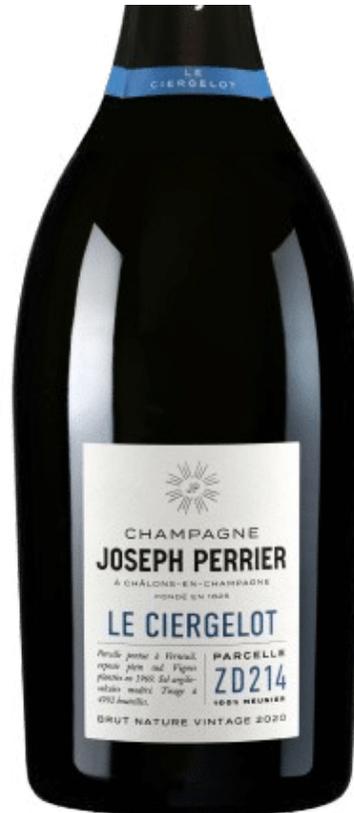
CHAMPAGNE

JOSEPH PERRIER

La maison Joseph Perrier célèbre cette année son 200^e anniversaire,

Le Ciergelot : une cuvée dédiée à un unique terroir, un unique cépage, une unique année. Pour cette première édition, seulement 4 992 bouteilles et 224 magnums ont été produits.

Pour plus d'informations : josephperrier.com



Crédit photo : www.josephperrier.com

LOW NO logie

Alternatives aux vins et spiritueux traditionnels, les No et Low alcool font souffler un vent de fraîcheur dans un univers déjà riche. Rupture ou reprise des codes graphiques ? Promesse de légèreté, de simplicité ou au contraire de complexité aromatique ? Chacun son low...

Au-delà du simple objectif de compenser la déconsommation de vin, les producteurs explorent un beau terrain d'innovation et d'imagination.



LOW

BERTICOT Berticot mise sur le 6 ! Une façon de s'aligner sur un standard proche des bières.



6^{ème} degré Désalcoolisation partielle du vin par distillation sous vide. Le profil est ensuite retravaillé avec un léger ajout de moût pour apporter une touche de gourmandise. Aucun arôme n'est utilisé, on se concentre sur les caractéristiques organoleptiques de base de notre IGP Atlantique.

Pour plus d'informations : berticot.com

LOW



LA MUNDIAL BARCELONA

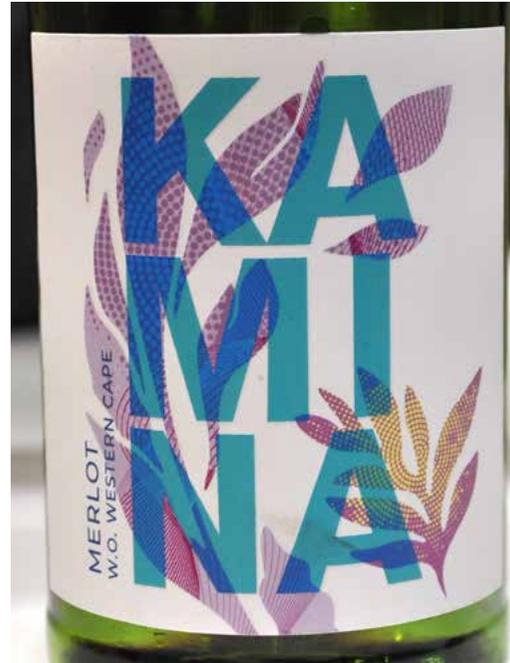


PLAIMONT

LOW



ZIMMERMANN-GRAEFF
& MÜLLER



LWC
& OVERHEX WINES



HDM
BIRD #9

ANDRÉ LURTON



Oh Oui! de Chateau Bonnet propose un 0% tranquille ou effervescent. Une boisson vigneronne artisanale 100% Sauvignon blanc

Pour plus d'informations : boutique.andrelurton.com

BARTON & GUESTIER



Barton & Guestier : Nectarose composé de jus de raisin et infusion de rose. La maison propose également un sparkling 100% Muscat

Pour plus d'informations : barton-guestier.com

BERTICOT



BERTICOT accompagne le Dry January : un mouvement suivi par près d'1/3 des Français de plus de 18 ans.
La gamme « **Bertico%t** », disponible en GMS, se décline sous la marque No Limit dédiée au circuit CHR.

Pour plus d'informations : berticot.com

CASTEL FRÈRES



NÉPHALIA : une nouvelle marque pour incarner l'offre sans alcool avec ce Cabernet Sauvignon.

Pour plus d'informations : castel-freres.com

CORDIER



La marque **Bonne Nouvelle**, précurseur sur le segment des vins sans alcool depuis plus de 30 ans, adapte son image pour suivre l'évolution du marché. Le groupe Cordier complète son portefeuille avec un LOW qui titre à 6°.

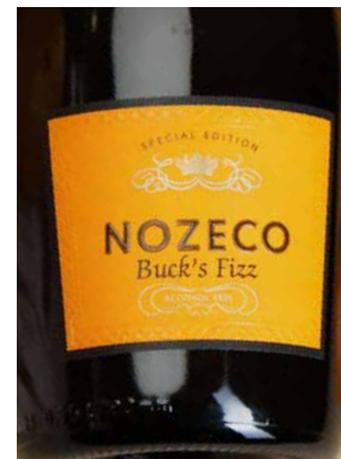


Côté effervescent, **Café de Paris** se décline en 0% d'alcool (Boisson aromatisée à base de vin français).

Pour plus d'informations :
cordier.com

NO VINS DÉALCOOLISÉS

G.C.F.



Nozeco a conquis la scène internationale et est aujourd'hui présent dans plus de 60 pays. Une gamme qui inclut des vins tranquilles, des effervescents et même des mocktails

Pour plus d'informations : [nozeco_drinks](https://www.nozeco.com)



MODERATO



Des cépages typiques du Bordelais et de la Gascogne, cabernet, merlot, tannat, sauvignons...
...des vins pétillants et une variété de formats.

Pour plus d'informations : le-moderato.com

ZERONIMO



Pour plus d'informations : zeronimowine.com

UBY



Depuis 3 ans sur le segment sans alcool, **UBY** a étendu son offre l'année dernière avec cette bulle. Des notes d'agrumes, fruits exotiques, fruits à noyau.

Pour plus d'informations : winery-uby.com

WINE IMPACT



SOSIE : mon coup de cœur à la fois pour le nom et pour la dégustation :)

Pour plus d'informations : wineimpact.fr

NO VINS DÉALCOOLISÉS



F. LURTON

Fumées blanches

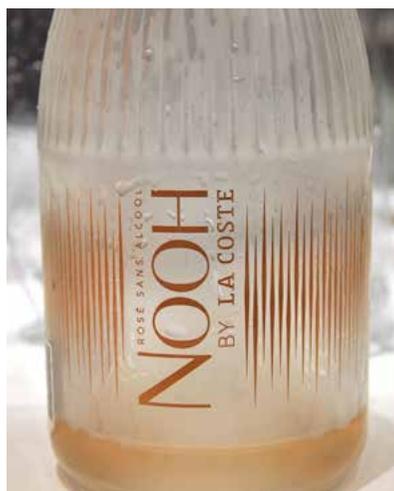


AUGUSTIN



ARTISANS VIGNERONS

Carte blanche



LA COSTE

Nooh



SIOZARD



VINTENSE

JARDINS

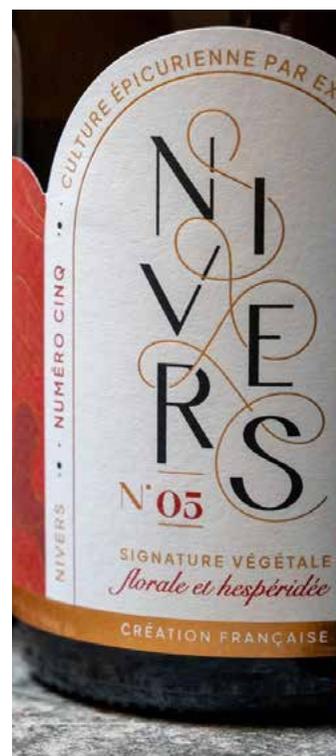


Apéritifs sans alcool bio, français et faibles en sucre.
La gamme **jardins suspendus** est à consommer en cocktails sans alcool frais et intenses, à allonger avec du tonic ou de l'eau pétillante. Deux variétés : Orange amère-Romarin ou Fleurs de sureau-Bergamote. La marque propose également 3 références d'effervescents prêts à boire :

- Bulles de Raisin blanc & Noix fraîche
- Bulles de Bergamote & Romarin
- Bulles de Rose & Gingembre

Pour plus d'informations : jardins.co

NIVERS



La dégustation la plus intéressante du salon : des boissons issues de fermentation & assemblages de thés de verjus français et de végétaux. Contrairement à la majorité des produits présentés au salon, **Nivers** ne tente pas de reproduire des profils de vins mais propose des bouquets aromatiques complexes et originaux pour accompagner un repas. Un véritable plaisir de dégustation qui s'adresse aux gourmets.

Pour plus d'informations : nivers.fr

OSCO



Osco bien connu pour ses apéritifs sans alcool à base de verjus (à diluer avec du tonic) étend son offre avec cet « **Eclat brut** » un pétillant sans alcool, bio, français et peu sucré (12,5kcal/verre).

Pour plus d'informations : oscodrinks.com

PINK SUN



Des bières sans alcool qui s'affranchissent des codes des bières traditionnelles pour un imaginaire plaisir plus proche des sodas voire des confiseries.

Pour plus d'informations : pinksunbrewing.com

DESALCOOLISATION.COM

La startup **B&S Tech** accompagne les vignerons et producteurs de boissons alcoolisées qui souhaitent proposer des produits sans alcool ou avec un pourcentage inférieur d'alcool à leurs clients.

L'accompagnement est technique mais on trouve sur le site de nombreuses informations comme les infographies ci-contre ou cet éclairage sur le volet réglementaire :

« Lorsqu'un vin subit un traitement de désalcoolisation, sa dénomination devient « vin désalcoolisé » si le produit acquis a un titre alcoométrique inférieur à 0,5% et « vin partiellement désalcoolisé » si le produit acquis a un titre alcoométrique supérieur à 0,5% et inférieur à 8,5% (ou à la limite basse de la catégorie de vin dont le produit de départ provient)

Aujourd'hui les vins désalcoolisés passent en appellation « vin de France ». En effet, la désalcoolisation n'est pas encore acceptée dans le cahier des charges des AOP/IGP. Cependant, des réflexions et expérimentations sont en cours et la désalcoolisation partielle jusqu'à 6 degrés est déjà autorisée pour les IGP sous réserve que cela soit inscrit dans le cahier des charges de l'IGP. »

Hortense Brière.



Pour plus d'informations
desalcooolisation.com

ÉVAPORATION SOUS VIDE



COMMENT ÇA MARCHE ?

ÉVAPORATION

 Quand un liquide est chauffé à une certaine température il change d'état et se transforme en gaz.

SOUS VIDE

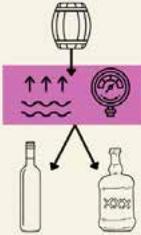
 Quand on baisse la pression on baisse la température d'évaporation

ET POUR LE VIN ?

 Le vin est (pour simplifier) un mélange d'eau et d'alcool qui ne s'évaporent pas à la même température. À pression atmosphérique c'est 78°C pour l'alcool et 100°C pour l'eau

DÉSALCOOLISATION
 En mettant le vin **SOUS VIDE** on peut **ÉVAPORER L'ALCOOL** à 35-40°C pour préserver les arômes.
On obtient 2 produits:

- du vin désalcoolisé
- de l'alcool pour créer des spiritueux



www.desalcooolisation.com

OSMOSE INVERSE



COMMENT ÇA MARCHE ?

OSMOSE INVERSE

 Il s'agit de séparer à travers des membranes spécifiques l'alcool du reste du produit

PERMEAT ET RETENTAT

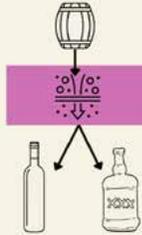
 On récupère d'un côté un mélange d'eau et d'alcool (permeat) et de l'autre un retentat très concentré

REHYDRATATION

 Il est nécessaire d'éliminer l'alcool de ce permeat et réintroduire l'eau ainsi récupérée dans le vin traité (retentat). Ceci se fait via un contacteur membranaire ou une distillation

DÉSALCOOLISATION
 En passant le vin à travers un osmoseur
On obtient 2 produits:

- du vin désalcoolisé
- de l'alcool pour créer des spiritueux



www.desalcooolisation.com

REGARDS CROISÉS

ET DEMAIN ?

Nous avons eu envie de poursuivre ce tour d'horizon des boissons désalcoolisées ou sans alcool. Nous vous proposons le croisement de nos visions marketing et de nos inspirations créatives pour se projeter un peu plus loin.

Ces regards croisés ont pour objet de stimuler la réflexion sur les multiples réponses possibles aux nouvelles attentes consommateurs.

Découvrez trois exemples d'idées de produits en guise de dégustation

L'Orpiment
ESSENTIEL DESIGN

ZOOM SUR... WINE PARIS 2025



REGARDS CROISÉS



Esther
HD Brand Strategy
Marketing
stratégique



Véronique
Directrice
artistique
épiciérienne

C'est exactement ce que j'aimerais trouver : aussi désaltérant qu'une bière, à savourer lentement (33cl) en conservant le vrai goût du vin.

Créer une expérience sensorielle authentique pour répondre aux attentes d'aujourd'hui et de demain

Le segment des boissons à faible ou sans alcool, dit «nolo», séduit des consommateurs attentifs à leur santé et désireux de modérer leur consommation. Lors de notre visite au salon Wine Paris, nous avons constaté que cet univers ouvre des perspectives et des opportunités d'innovation passionnantes.

Pour les maisons de vins et spiritueux, l'enjeu est d'explorer des alternatives élégantes qui capturent la complexité des crus traditionnels tout en plaçant le goût au centre.

Imaginez des vins sans alcool élaborés par des macérations à froid, des apéritifs infusés de plantes et d'épices, ou encore des mocktails sophistiqués à base de jus de raisin fermenté. Le packaging écoconçu et un design soigné seront des atouts essentiels pour renforcer l'image haut de gamme de ces produits.

LE CONCEPT

/ Joyeuses Vignes, un pack de 6 bouteilles 33 cl low alcool (6°) Sauvignon finement pétillant.

WHY ?

/ Le vin fraîcheur pour l'apéritif
/ Alternative à la bière, au cidre et aux boissons sucrées apéritives

POUR QUI ?

/ Ceux qui aiment partager de bons moments de convivialité et se faire plaisir avec une boisson peu alcoolisée dont ils apprécient le goût.



REGARDS CROISÉS



Stéphane
inspire-insights
Market research
et Innovation

Les NoLow sont en plein boom, nous replongeant dans les années 2010 avec l'essor du segment des bières sans alcool, qui a connu depuis le succès qu'on lui connaît.

Pour les grandes maisons de vin, le principal enjeu sera de conserver des signatures sensorielles et organoleptiques de grande classe, qui respectent la multiplicité et l'harmonie des arômes de crus alcoolisés, tout en parvenant à réduire leur taux d'alcool.

Un vrai défi R&D qui impactera forcément toute la chaîne de production, depuis le producteur jusqu'au wine master, pour égaler le plaisir de dégustation actuel.

En lien avec les attentes émergentes des consommateurs, l'expression de ces propositions s'affranchira sûrement des standards traditionnels, tant au niveau codes graphiques, qui pourront emprunter à l'univers des spiritueux, qu'au niveau des appellations ou bien encore des recettes.



Frédéric
Directeur
artistique

Et si demain le « sans alcool » devenait le « avec bouquet » ?

INSIGHT CONSOMMATEUR

« J'adore le vin pour la subtilité de ses saveurs & des mariages aromatiques qu'il permet avec les plats, mais au moment du repas, ça reste encore un peu trop fort en alcool pour moi ».

LE CONCEPT

- / Un cru low alcool (9°) issu d'un processus similaire au saké traditionnel, avec macération à la fleur de sureau, fabriqué en France.
- / Une vraie boisson de dégustation, idéale pour accompagner un plat de poisson ou un dessert fruité.



REGARDS CROISÉS



Karine
inspire-insights
Market research
et Innovation



Alexandre
Création
et innovation

Et si demain l'accent n'était plus mis sur le « sans alcool » mais sur les bénéfices de boissons fonctionnelles de vignerons ?

NO ALCOOL, une catégorie émergente. Pour s'y faire une place, à quelle cible s'adresser ? Et à quels insights répondre pour s'assurer d'une réponse pertinente avec un vrai potentiel business ?

Les vins désalcoolisés créent de plus en plus de buzz et l'offre s'étoffe d'année en année, en quête de nouveaux potentiels de marché...

Pourtant, avant de penser à la proposition, il est crucial de bien définir notre profil de consommateur et d'avoir une compréhension profonde de ses besoins, tensions et aspirations. Cette chaîne vertueuse insights / idée / concept a fait ses preuves dans de nombreuses catégories de produits, tant sur la création de l'offre que sur la stratégie de distribution et de communication. Pour le vin sans alcool, on peut y travailler pour les personnes en quête de « wellness » ou de meilleure santé, pour les jeunes, pour les curieux en quête de nouveaux goûts, pour les sportifs...

En route pour moins d'alcool, mais plus d'innovation et d'audace !

INSIGHT CONSOmmATEUR

« Je fais attention à ce que je mange et ce que je bois car je cours souvent le week-end mais c'est parfois dur de résister à un verre de vin ».

LE CONCEPT

- / Une boisson sans alcool à base de verjus (jus de raisin encore vert) et de plantes aux bienfaits naturels adaptés aux besoins des sportifs.
- / Cultivés en biodynamie. Boisson certifiée bio.



Vous pouvez également poser vos questions
et consulter d'autres comptes rendus de visite sur :



Vos commentaires nous aident à enrichir le contenu de cette plateforme
d'échange. Faites circuler ce document et contactez-nous :

Alexandre Durand [06 79 71 84 20](tel:0679718420) ou par mail : team@direction-marketing.fr