

la news entre2mers®

News presse, vignerons, professionnels & consommateurs
Lettre d'Informations du Syndicat Viticole de l'Entre-deux-Mers

L'édito

de Stéphane Dupuch

Pensez-y !

Vous accédez
au texte en cliquant
sur le titre choisi
dans le sommaire



« Voici le temps de l'hiver où nous avons l'occasion de préparer notre année 2015 : dans le chai se poursuit l'élaboration d'un millésime qui s'annonce prometteur malgré un réel déficit en blanc.

Pour notre commercialisation, s'ouvrent des perspectives : vous trouverez des pistes de réflexions et d'actions dans cette news que nous voulons pratique et efficace.

J'attire enfin votre attention sur le recensement de l'offre touristique, un de nos points forts, auquel je vous demande de répondre nombreux.

A nous ainsi de faire mieux vivre notre territoire, de l'animer comme nous le faisons toujours avec succès avec les ostréiculteurs du Bassin lors des Cabanes en Fêtes d'Andernos.

Chers amis et producteurs d'**entre2mers**, je vous souhaite de belles fêtes de fin d'année et vous présente tous mes vœux de réussite professionnelle comme personnelle.»



L'actu : Bilan

Cabanes en fête



Note blanche #2

de Jean-Thomas Doublet



La petite info marché



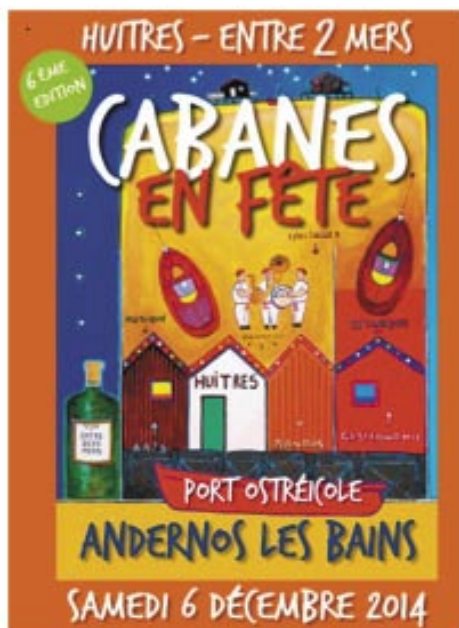
Le dossier : Une commission à la une



Les petites annonces

L'actu

Bilan 6^{ème} édition 2014 Un succès énorme !



30 000 personnes ont profité du soleil de décembre pour venir déguster les vins de l' **entre2mers** et les huitres du Bassin. Cette manifestation qui ne cesse de se développer et d'innover (avec cette année un flash mob qui réunit 300 danseurs), démontre l'importance d'événementiels ancrés dans notre territoire. Vecteurs d'image et de lien, ce type de promotion (voir « une commission à la une ») conduit à (re) découvrir sans cesse nos vins « mis en situation de consommation », le public pouvant en effet « boire et manger ».

Plus de 15 000 bouteilles de vins sont ainsi écoulées en une seule journée ! Dans le temps, il permet d'élargir la cible de nos clients au cœur d'une zone très touristique où la concurrence de vins blancs secs d'autres régions est forte. Un exemple d'action à reproduire ?

Cette réussite passe d'abord par la mobilisation exceptionnelle des vignerons :

« Cabanes en fête, c'est vous » !
Rendez-vous en 2015 !

Retrouvez, photos et vidéos de la journée sur <http://cabanesenfete.blogspot.fr>

[retour au sommaire](#)

cliquez
pour revoir le sommaire

Note blanche

de Jean-Thomas Doublet

« Bordeaux innove par le dessin et la couleur pour susciter la nouveauté et la (re)découverte centrée sur notre bouteille.

Ces premières images sont le préambule de la riche histoire de nos vins qui sera développée dans le temps et sur de multiples supports. Elle part ces jours-ci de nos racines et de sa diversité et se poursuit avec les premiers chapitres suscitant la diversité, l'exotisme de nos couleurs.

Bref, des messages simples et ludiques, une identité graphique clairement identifiable, et une communication mondiale à l'image de nos vins. Certes, tout n'est pas parfait, notamment selon les versions linguistiques, notre invitation à la découverte n'implique pas toujours le consommateur dans le jeu : «il y a...» / «The more you». Mais ne boudons pas notre plaisir d'une image renouvelée et porteuse d'avenir!

Toutefois une bonne publicité n'est utile que si la logistique suit, la devance devrais-je dire... Or nous avons encore du mal à être suffisamment présent sur nos marchés. Voilà donc une belle occasion pour repartir avec nos vins d'**entre2mers** épaulés par cette campagne en accord avec notre personnalité.

A suivre donc... »



#2

[retour au sommaire](#)



la petite info marché

Le blanc de Bordeaux...
c'est aussi du moelleux !

En hausse de 11% les « blancs sucrés » de Bordeaux pèsent près de 3 millions de bouteilles en grande distribution (soit près de 20% du marché). Ultra dynamique en volume, ces vins restent cantonnés dans l'entrée de gamme (moins de 3€), offrent des perspectives de débouchés intéressantes : ils touchent (comme les blancs secs), d'abord les jeunes et les femmes et véhiculent une image qualitative.

Source : panels distributeur & Rayon Boissons

PVC toujours en hausse : les blancs secs continuent à se valoriser à 3,64€ la bouteille + 4,5% tout en augmentant en volume + 1,4% ; les AOC frôlent même les 5€ à 4,94€ moyenne !

[retour au sommaire](#)

le dossier

Une commission à la une

PROMOTION

CALENDRIER CONCOURS, SALONS & PRIMEURS 2015

Dans une perspective de développement de la notoriété de vos vins mais aussi de leur commercialisation, les outils promotionnels abondent : pour vous aider, voici une sélection d'actions potentielles à mener.

Les concours : promotion & marketing terrain

Ils offrent la possibilité de voir nos vins reconnus par des jury de professionnels et de communiquer vers le consommateur.

Concours Général Agricole de Paris 21/02 - 01/03/2015

http://www.concours-agricole.com/produits_sinscrire_concours.aspx

Date limite de dépôt pour s'inscrire

1er décembre 2014

Concours de Bordeaux 09/05/2015

<http://www.concours-de-bordeaux.com/producteurs-vin/bulletin-dinscription/>

31 janvier 2015

Concours des Vignerons indépendants 20 et 21/03 2015

<http://www.vigeron-independant.com/concours/degustateur.php?p=inscription>

ND*

Challenge international Blaye

10 et 11/04/2015

05 février 2015

http://www.challengeduvin.com/index.php?option=com_content&view=article&id=85&Itemid=16

Concours Mondial de Bruxelles

01/05 -03/05/2015

1er mars 2015

<http://www.concoursmondial.com/participer/espace-producteur-participer.html>

Mondial du Sauvignon

22 et 23/05/2015

ND*

<http://www.cmsauvignon.com/fr/helpdesk>

[lire la suite...](#)

[retour au sommaire](#)

*ND non encore disponible

Les salons : promotion & commerce

Lieux de rencontre avec les acheteurs, ils sont, bien préparés, une opportunité de prospection et de rendez-vous clients.

Millésime bio Montpellier	26 - 28 janvier 2015
Vinisud Montpellier	24 - 26 février
Prowein Düsseldorf	20 et 21 mars 2015
London Wine Fair	18 - 20 mars 2015
Vinitaly Vérone	22 - 25 mars 2015
Vinexpo Bordeaux	14 - 18 juin 2015
Mégavino Bruxelles	23 - 26 octobre 2015
Vinipro Bordeaux	15 - 17 février 2016

Pour s'inscrire :

site internet de la manifestation,
CIVB, APRAA

Les primeurs : promotion•

du 30 mars au 3 avril 2015

du 4 au 8 avril 2016

du 3 au 7 avril 2017

Pour s'inscrire :

ODG, syndicat viticole

COMPRENDRE

A vous de choisir ...

Il existe deux voies pour accroître sa notoriété et atteindre un même objectif : vendre.

Promotion	Marketing de terrain
Salons	Animations
Presse	Dégustations
Médailles, concours	Mise en avant
Publicité	Remise sur le prix de vente
Relations publiques	PLV : publicité sur le lieu de vente*
	Augmenter sa notoriété
Globale (spontanée et assistée)	Au contact du consommateur dans un ou plusieurs points de vente
	vendre

* Affiches, présentoir, box, meuble, etc

...[revoir la page précédente](#)

[retour au sommaire](#)



Petites annonces

Les petites annonces de l'**entre2mers**
votre appellation fait appel à vous !

Recensement de l'offre touristique

Dans le but de communiquer sur les possibilités offertes par l'Entre-2-Mers, merci de nous envoyer votre offre touristique 2015 : activités, évènements, calendrier, etc.

Merci de transmettre vos informations à contact@vins-entre-deux-mers.com

Merci de votre implication !



[retour au sommaire](#)

ENTRE-DEUX-MERS
BORDEAUX

À noter : tous les chiffres viennent des statistiques FranceAgrimer et OIV.

La lettre marketing - vente de l'Entre-2-Mers n°24 Décembre 2014 est éditée par le Syndicat Viticole de l'entre2mers
Carole PERRIER : 05 57 34 32 12 ou contact@vins-entre-deux-mers.com

Réalisation : Fabrice CHAUDIER,



06 15 07 26 67 ou fabricechaudier@aol.com - www.nemesisformationconseil.over-blog.com

Mise en page : **Pixel-Frites - Com' tous supports...** 05 56 06 14 92 ou 06 15 06 17 04