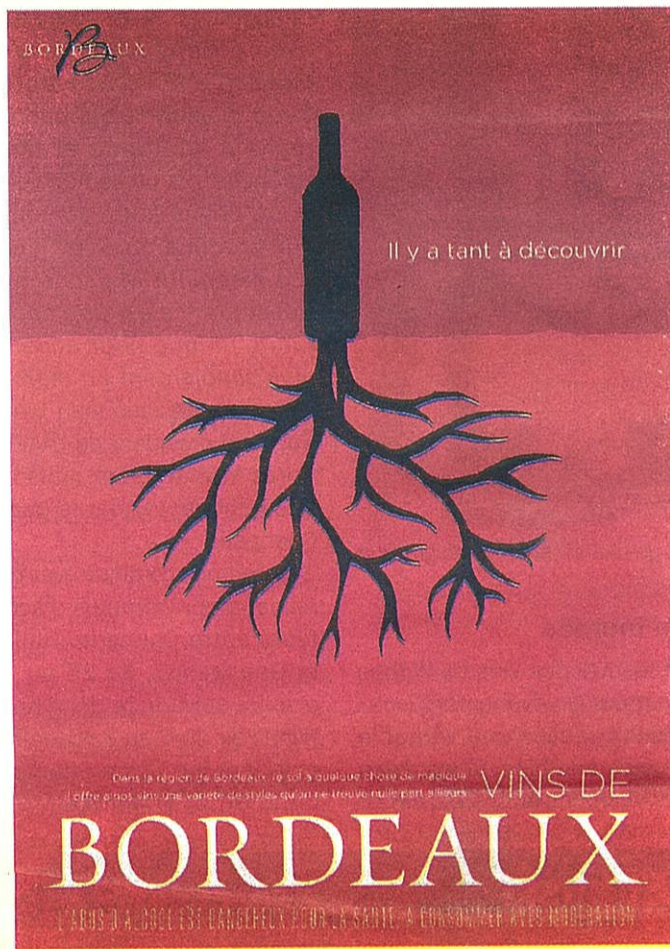


Le CIVB lève le voile sur sa nouvelle stratégie de promotion

PROMOTION Le mardi 14 octobre, le CIVB a dévoilé sa nouvelle campagne publicitaire au ton résolument moderne et contemporain. Audacieux.



«La nouvelle campagne montre que Bordeaux est divers mais pas complexe. Cela va dans le sens de Bordeaux demain» ont expliqué Bertrand Quancart et Dominique Haverland, co-responsables de la commission promotion du CIVB.

Le CIVB entame une nouvelle campagne promotionnelle qui ne manque pas d'audace. D'une part parce qu'elle est «globale» -les sept pays prioritaires pour le marché des bordeaux recevront à peu près le même message- et parce qu'elle marque une «rupture» dans la forme.

Des messages de diversité et de proximité

«Nous assumons. C'est une rupture. Cette campagne montre des vins abordables. Elle permet de passer des messages de diversité et de proximité. Elle montre aussi que Bordeaux est divers mais pas complexe. Cela va dans le sens du plan Bordeaux demain» ont expliqué Bertrand Quancart et Dominique Haverland, président et vice-président de la commission promotion du CIVB. Et de fait, cette fois pas de message évoquant le côté «classe» de la consommation de vins de Bordeaux. Avec cette campagne au style si nouveau, on entre dans la période graphique avec

une grande part laissée à la suggestion. «Cette campagne se veut une invitation à la découverte et à l'imagination» explique Bernard Farges, «c'est comme un carnet de voyage dans le vignoble de Bordeaux à travers ses hommes et ses femmes, ses goûts, ses territoires et ses paysages». Chaque visuel dévoile une facette des vins de Bordeaux tout en laissant une part à l'imagination. La vedette est la silhouette d'une bouteille qui devient, tour à tour selon les documents télescope, tronc d'arbre, corps de papillon ou bien encore apparaît tenue par des baguettes... «Il y a tant à découvrir» est le message qui accompagne chacun des visuels.

Dans le métro de New-York

La campagne de promotion débutera le 27 octobre par un affichage dans le métro de New-York. Elle est programmée pour les 7 marchés prioritaires des vins de Bordeaux : la France,

la Belgique, l'Allemagne, le Royaume Uni, les Etats-Unis, la Chine et le Japon. Les consommateurs français la découvriront pour les fêtes de fin d'année.

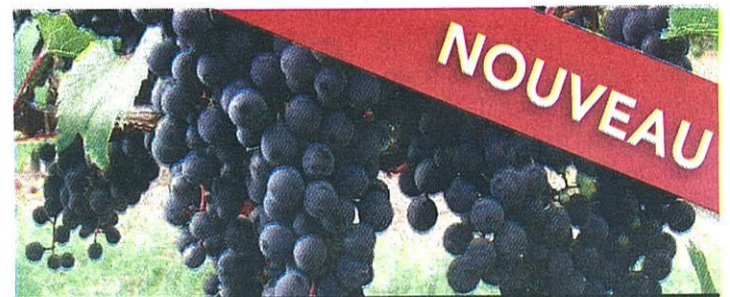
Vin et santé, des inquiétudes

Si Bernard Farges ne s'est pas montré préoccupé par d'éventuels risques que pourraient encourir la campagne en France notamment à propos de la loi Evin, il redoute par contre l'arsenal législatif qui semble en préparation sous le couvert de la préservation de la santé, nous redoutons un durcissement des mesures sanitaires, avec la suppression du mot abus, nous irions vers «l'alcool est dangereux pour la santé». Le vin serait donc jugé nocif dès la première goutte... «À quand, a interrogé le président du CIVB, une campagne menée par les pouvoirs publics français pour éduquer les jeunes à la culture du vin comme en Espagne et en Italie ?» Et d'ajouter «en revanche quand nous menons nous-même ce type de campagne («buvons moins, buvons meilleur») nous sommes attaqués par l'ANPAA (Association Nationale de Prévention en Alcoologie et Addictologie)». Bernard Farges poursuivait : «notre demande de clarification de la loi Evin est ignorée dans ce projet de loi santé. Nous sommes dans le flou total. Que permet la loi ? Qu'interdit-elle réellement ?» La jurisprudence actuelle dit que «toute évocation en faveur du vin, même dans un journal ou une œuvre culturelle est condamnable...»

Beau millésime

Concernant la situation économique, le président du CIVB a évoqué les chiffres en repli de la commercialisation des bordeaux - moins 8 % en volume et moins 18 % en valeur, «des chiffres qui ne surprennent pas avec une récolte 2013 en baisse de 30 %». En revanche, la récolte 2014 «nerveusement éprouvante» «va donner un beau millésime en blanc sec, liquoreux, rosé, rouge. Nous n'avons rien vu de mieux depuis 2010».

G. G.



AMENDEMENT DE MASSE SANS DÉCHETS VERTS

LA RÉPONSE EXISTE



MATIÈRES PREMIÈRES SÉLECTIONNÉES ET SÉCURISÉES par notre laboratoire intégré sur site

COMPOSTAGE AGRÉÉ SOUS BÂTIMENT AVEC GARANTIES SANITAIRES n° d'agrément européen

GARANTI SANS BOUES URBAINES, SANS COMPOST DE DÉCHETS VERTS

HUMUS EFFICACE 290 KG/T DE PRODUIT BRUT

ACTIVATION BIOLOGIQUE DU SOL

MADE IN FRANCE

BIOMASSE

FRAYSSINET

www.groupe-frayssinet.fr