



Jeudi 13 mars – VINIPACK 2008 A la Maison des Bordeaux et Bordeaux Supérieur

« L'innovation packaging au service de la dynamique des ventes »

VINIPACK est devenu au fil des éditions l'unique rendez-vous, congrès/exposition qui permet d'apporter des réponses précises aux interrogations des professionnels sur la problématique de commercialisation des vins en utilisant les innovations et le design des packagings pour les différents modes de distribution.

Cette journée professionnelle s'adresse aux négociants, distributeurs, vigneron, conditionneurs, fabricants d'emballage, imprimeurs et designers. En alternance entre le Bordelais et le Languedoc Roussillon, VINIPACK réunit chaque année près de 200 professionnels.

Aujourd'hui, les vins sont d'excellente qualité, grâce aux efforts qui ont été faits toutes ces dernières années sur le produit. Produire c'est bien, vendre au bon prix reste une nécessité !

Reste donc à poursuivre les efforts sur le packaging, facteur de compétitivité au service de la commercialisation des vins.

Le consommateur change, il veut comprendre ce qu'il boit, être séduit par le produit dans sa globalité, emballage compris !

Il y a donc une réelle nécessité de se différencier, de communiquer autrement, d'adapter le produit à ses différents marchés et surtout de continuer de recruter des nouveaux consommateurs.

Le 13 mars 2008, les conférences et les tables rondes réuniront les acteurs et experts de la profession des vins autour de ces problématiques avec les thèmes suivants :

- **construire une identité forte par le design packaging**
- **évolution de la demande en packaging et conditionnements innovants**
- **état de la premiumisation du marché du vin à l'international**
- **événementiels, séries limitées, les actions promotionnelles efficaces à mettre en place**

Extrait d'article – Le Monde – 10 janvier 2008

« Les grands vins de Bordeaux ont pris conscience de la nécessité de donner un coup de pied dans le fourmilier de leurs approches marketing vieillottes. Les techniques de commercialisation et d'emballage évoluent donc désormais. On peut citer le cas de grands crus conditionnés en boîtes-boissons 25cl, ou déclinant des personnages de BD sur leurs étiquettes. De son côté, Jean Guyon, ancien décorateur de luxe désormais propriétaire d'un grand cru bourgeois du Médoc, commercialise des vins conditionnés en cubitainers designés par la maison de couture Escada. Le château de la Vieille Chapelle propose lui des bouteilles sérigraphiées. »

Venez assister à Vinipack en complétant l'invitation jointe