



BERTICOT DONNE LE BIB® AUX JEUNES

► Terre de Vignerons casse les codes sur le marché des Bag-in-box®. Le groupement coopératif vient de lancer une nouvelle gamme au design coloré et fun, cautionnée par sa marque phare en IGP atlantique et signée Bag In Berticot. Déclinée sur les trois couleurs, cette offre a pour but de recruter des jeunes de 20 à 35 ans « peu habitués à l'achat de Bag-in-box® », explique le groupe. Pour séduire cette cible, Terre de Vignerons a préparé un plan de promotion et une campagne de communication virale sur les réseaux sociaux avec un discours décalé sur le thème : « on n'a jamais autant aimé montrer son vin en boîte ».

Contenance : 3 l PVC **indicatif** : 9,95 €

LE PLUS Nomade et moderne, le Bag-in-box® peut être un format attractif pour les jeunes consommateurs.

LE MOINS La dominante rose du Bib® de merlot peut porter à confusion quant à la couleur du vin.