

Berticot change d'identité

Mardi 14 mai 2019 par Marion Sepeau Ivaldi

[Lire plus tard](#) [Commenter](#) [Imprimer](#) [Envoyer](#) [Twitter](#) [Facebook](#) [LinkedIn](#)



Le nouveau logo de Berticot arbore une petite feuille de vigne. - crédit photo : Marion Sepeau Ivaldi

Terre de Vignerons revisite l'identité de sa marque Berticot, pour l'adapter aux circuits GD et CHR.

Berticot profite de Vinexpo pour dévoiler sa nouvelle identité avec un logo retravaillé, arborant une feuille de vigne. « Cette identité vise à être déployée dans le circuit GD et traditionnel, de manière différente mais avec un fil conducteur commun » explique Chloë Maixandeu, chef de produit pour Terre de Vignerons. Accompagnée de la phrase « Savourez l'instant Berticot », elle sera implantée sur l'ensemble des packagings des produits vendus en grande distribution avec un objectif : inscrire les six références de la gamme dans différents moments de consommation. Ce projet s'accompagne d'une communication digitale avec la création d'un nouveau site internet. Celui-ci propose un moteur de recherche en fonction des moments de consommation. La marque lance également des cartons de 3 bouteilles pour des événements spéciaux avec un graphisme très rajeuni, aux couleurs gaies et pimpantes. « Nous cherchons à attirer les jeunes consommateurs à notre marque dont la cible est vieillissante » indique Chloë Maixandeu.

Le lien au terroir mis en avant pour le CHR

Concernant, la partie du secteur traditionnel CHR, l'identité va être portée par « Les Vignerons de Berticot ». « Il s'agit de positionner la marque dans un lien au terroir » poursuit Chloë Maixandeu, qui annonce la volonté de la marque d'étendre son implantation en CHR. « Notre périmètre de ventes est essentiellement régional pour ce secteur » précise-t-elle. Cet objectif de croissance sera soutenu par l'arrivée d'une personne chargée d'accompagner ce développement. Par ailleurs, l'AOP Côte de Duras voit son étiquette entièrement revue, avec la création d'un blason arborant une tête de lion, symbole de Duras. Y apparaît également des créneaux de fortification pour évoquer l'emblématique château de Duras. Commercialisée à 4,9 euros, ce vin se décline en trois couleurs et un moelleux.

A LIRE AUSSI

CHINE

« La vraie consommation de vin par les jeunes générations ne fait que commencer et le potentiel est énorme »

ENTRETIEN DES SOLS

Des collerettes pour lutter contre les adventices

