

# Transversale sur le bio

EN DEUX MOIS, TROIS INTERVENANTS ONT LANCÉ EN GMS UNE NOUVELLE MARQUE DE VINS BIOS DÉCLINÉE SUR PLUSIEURS VIGNOBLES - SVF, À L'ORIGINE ET MAINTENANT ADVINI. DE QUOI NOURRIR LA CONCURRENCE DE LA GAMME AUTREMENT DE GÉRARD BERTRAND

> En janvier dernier, seul un tiers des vins portant le logo AB en GMS provenaient de négociants généralistes\*. Contre 40% pour les fournisseurs spécialistes (type Biovidis ou Raymond) et 20% pour les MDD. À l'allure où vont les choses, ces statistiques devraient vite évoluer.

En effet, pas moins de trois marques transversales ont vu le jour depuis: Le Cellier de la Ruche de la Société des Vins de France (cf. *Rayon Boissons de mars 2011* p.117), À l'Origine (cf. *page Nouveaux Produits dans ce numéro*) et Nature de... du groupe Advini dont le lancement officiel se fera en juin 2011 à Vinexpo.

**4,35 à 5,50 €.** Tout comme Autrement de Gérard Bertrand, ces nouvelles gammes couvrent plusieurs vignobles. L'assortiment « Nature de... » du groupe Advini comprend ainsi un côtes de Provence rosé, un côtes

du Roussillon, un côtes du Rhône, un bordeaux rouge, une IGP côtes de Gascogne blanc et deux IGP Pays d'Oc en rouge et rosé. « C'est une gamme qui valorise le terroir et le savoir-faire de nos maisons en matière de préservation de l'environnement (ndlr: Cazes, Ogier, Gassier, Jeanjean, Rigal et Moueix) », argumente Karine Canetti, directrice marketing d'Advini. En optant pour un vin bio signé de chacune de ses filiales, Advini aurait

perdu en effet de gamme. « Nous avons préféré miser sur une marque et une identité visuelle communes, ajoute Karine Canetti. Nous souhaitons que chaque référence soit un gage de qualité qui encourage le consommateur à découvrir les autres en toute confiance. » Pour simplifier la donne, Advini préconise

de proposer les quatre AOP autour de 5,50 € la bouteille et les trois vins de pays autour de 4,35 €.

**Avance.** La concurrence s'intensifie donc pour Autrement. Avec 1,3 million de cols écoulés en 2010 en GMS, la marque de Gérard Bertrand a néanmoins pris une nette longueur d'avance. Sur le terrain de la notoriété aussi puisque le Languedocien a investi récemment dans sa première campagne de publicité grand public à l'occasion de la semaine du développement durable. La marque s'est affichée en 4 x 3 dans le métro parisien entre le



**Nature de ... est une gamme qui valorise le terroir et le savoir-faire de nos maisons (Cazes, Ogier, Gassier, Jeanjean, Rigal et Moueix) en matière de préservation de l'environnement. »**

Karine Canetti,  
directrice marketing  
du groupe Advini.

30 mars et le 6 avril 2011. Une action relayée par une publicité dans le *Nouvel Observateur*, des remises de bons de réduction et des promotions sur tracts chez Auchan, Carrefour et Casino. Des moyens qui pourraient rapidement permettre aux généralistes de prendre l'ascendant sur les spécialistes. ... **Karine Ermenier**

\* Données issues de filières réalisées par Rayon Boissons (dans 2001 hypers et supers entre décembre 2010 et janvier 2011).