

NOUVEAUTES – Journée Vinicole le 25 Octobre 2007

Pierre Sparr

Lancement de la Gamme « SenSuous Alsace »



La célèbre maison alsacienne Pierre Sparr vient de lancer une nouvelle gamme de produit nommée « SenSuous Alsace ». Ce concept marketing a été développé en interne et avec l'assistance d'I.D VIN par la maison Sparr avec pour volonté de conquérir un nouveau segment de clientèle : les « néo-consommateurs ». Positionnés sur des produits milieu de gamme, les vins SenSuous se veulent qualitatifs et attractifs. Ainsi, grâce à un packaging attrayant et à des noms évocateurs pour les jeunes adultes (Sublima, Extrem, Charisma, Red Silk), la maison Pierre Sparr veut conquérir de nouveaux clients et orienter les jeunes consommateurs vers les vins d'Alsace. Face à un consommateur très souvent perdu dans l'univers du vin, la maison Pierre Sparr a eu la bonne idée de développer des contre-étiquettes « informatives ». En effet, sur chaque contre-étiquette, il est mentionné sur une échelle de 1 à 5 la sucrosité du vin (de 1 Dry à 5 Sweet), le type de plat pour les accords mets et

vins (par des représentations graphiques) ainsi qu'une note de dégustation (traduit en anglais) avec des icônes représentatives pour les étapes de la dégustation (oeil, nez et bouche). Les packagings ont été dessinés pour augmenter l'attractivité dans le linéaire et attirer les consommateurs ne recherchant pas des codes traditionnels alsaciens. Ainsi la gamme SenSuous est attrayante, décalée et attractive pour les jeunes consommateurs. C'est en approfondissant les relations avec les consommateurs, notamment par des tests consommateurs, que la maison Pierre Sparr a réussi à identifier le type de produit qu'attendent ces néo-consommateurs : des vins fruités, accessibles et sur la fraîcheur. En fonction de cela, la vinification de ces cuvées a été adaptée pour réaliser des vins purs, frais et aromatiques.