NEZ NOIR

Le premier vin bio des Domaines Rouvinez

AGENCE

Grand + Partenaires
Route du Simplon 46
3960 Sierre
Personne de contact:
Bruno dos Santos
bruno@grand-partenaires.ch

CLIENT

Domaines Rouvinez
Chemin des Bernardines 45
3960 Sierre
Personne de contact:
Philippe Rouvinez
philippe@rouvinez.com

NEZ NOIR

Le premier vin bio des Domaines Rouvinez

Campagne de lancement « coup de poing » d'un nouveau produit coordonnant une communication cross-media intense ciblée sur le Valais ainsi qu'un concept de distribution original du produit afin de le rendre disponible.

GRANDE DISTRIBUTION

février 2019

Présentation du produit à la grande distribution en amont du lancement et négociation d'une offre de lancement coordonnée à la campagne média.

Résultat : Référencement de Nez Noir dès la mi-mai chez Manor et mise en évidence du produit avec une offre de lancement attrayante.

HORECA

avril/mai 2019

Prospection en amont du lancement auprès de la clientèle HORECA, présentation du produit et de l'offre spéciale de lancement (prix spécial durant tout le mois de mai), mise à disposition de matériel publicitaire sur la base des visuels de la campagne média (500 Affiches A3 – 3'000 Chevalets de table – 50'000 Sets de table)

Résultat : Nez Noir proposé en cru au verre dans près de 80 établissements en Valais entre mi-mai et mi-juin.

CLIENTÈLE PRIVÉE

mai 2019

Journal Famille Rouvinez - Story telling : Envoi par poste début mai de l'édition 2019 FR et ALL du Journal Famille Rouvinez avec focus sur le lancement de Nez Noir à toute notre clientèle privée, accompagnée d'une bouteille 37.5cl en échantillon (5'000 envois en Suisse).

Dégustation et vente du Nez Noir à notre stand lors de la BEA de Berne qui a attiré plus de 290'000 visiteurs.

Newsletter FR et ALL spéciale « bio » avec présentation de Nez Noir (8'500 envois en Suisse).

FB et Instagram : annonce du nouveau produit en 6 étapes entre le 29 avril et le 7 mai afin de susciter l'intérêt (la bouteille/le mouton/la mise en bouteille/la fiche technique/animation vidéo du vin médaillé.)

Résultat : plus de 15'000 personnes touchées.

Site web www.famillerouvinez.com : Nez Noir en vedette et en page d'accueil durant tout le mois de mai et juin. Page spécifique dédiée au produit. Offre spéciale Nez Noir sur le shop online.

Caves Ouvertes des Vins du Valais événementiel : 30 mai-1er juin sur la Colline de Géronde, dégustation Nez Noir et présence de notre troupeau de moutons dans le jardin de la cave.

Résultat : plus de 200 visiteurs par jour.

GRAND PUBLIC/CAMPAGNE MÉDIA VALAIS
mai 2019

Affichage SGA du 7 au 28 mai : 73 affiches F4 et 32 affiches F12 réparties entre Martigny et Brig.

Presse « Le Nouvelliste » : 18 et 20 mai ½ page ; 21 mai 1 pleine page dans l'édition tout-ménage.

Radio « Rhône FM » : Adaptation du message du spot « Domaines Rouvinez » et ajout de la mention « Nez Noir » durant tout le mois de mai (12 diffusions par jour).

Presse « Rhonezeitung » : « fausse une » sous forme de double page dans le journal tout-ménage RZ. Reprise des visuels de la campagne en couverture et story telling en p.2.

DIVERS
mai/juin 2019

Présentation de Nez Noir 2017 à 2 concours et obtention des prix suivants, qui ont pu être communiqués auprès du grand public : médaille d'or au Mondial du Merlot et Assemblage et meilleur pointage parmi les vins bios (21 mai) ; Meilleur Assemblage rouge au « Concours du vin Suisse bio 2019 » (19 juin).

Pleine page dans le magazine spécialisé Vinum afin de toucher un public restreint d'amateurs de vin.

Email : création d'une signature email « Nez Noir » utilisée par l'ensemble du service externe et la direction des Domaines Rouvinez.

Résultat : Le lancement de Nez Noir fut un véritable succès puisque le CA réalisé et le nombre de bouteilles vendues entre mi-mai et mi-juin dépasse largement nos attentes. La réussite du lancement de Nez Noir est le fruit des éléments suivants :

Une excellente coordination des différents médias afin d'obtenir un effet publicitaire maximum durant une période courte.

La disponibilité du produit sur les différents canaux de distribution (Grande distribution/HORECA/clientèle privée) durant la campagne.

Un visuel de campagne simple mais très percutant et suscitant l'affection du public (« le mouton »). Une déclinaison du même visuel sur tous les supports utilisés afin de générer une sensation de répétition.

Un story-telling autour du produit authentique et respectueux du produit et de l'environnement.

Un produit dont la qualité et le rapport prix-qualité a rapidement convaincu le public.

VISUELS DE LA CAMPAGNE

BOUTEILLE NEZ NOIR/ROLL UP/PRÉSENTOIR/AFFICHE F4/F12/PRESSE : DOUBLE PAGE JOURNAL

OBJECTIFS DE LA CAMPAGNE

Faire connaître « Nez Noir », le premier vin bio des Domaines Rouvinez auprès de la clientèle existante de la famille Rouvinez et du grand public, susciter l'affection autour du produit, générer des ventes, développer de nouveaux clients.

Valeurs : authenticité valaisanne et familiale autour de la famille Rouvinez, respect de la nature, travail de la vigne en préservant l'environnement, culture biologique, qualité du produit final.

PUBLIC CIBLE

Notre public cible est le consommateur final, consommateur de vin et/ou amateur de produits bio, âgé de plus de 25 ans. Ce consommateur cible a été touché par différents canaux :

La grande distribution : présence chez Manor en Suisse romande et mise en avant en Valais.

La restauration : présence en cru au verre et sur les cartes de près de 80 établissements en Valais.

La vente directe dans nos points de vente (Colline de Géronde – Caveau de Martigny) ou sur notre site web.

SUPPORTS UTILISÉS

Radio

Journaux

Magazines et revues professionnelles

Envoi publicitaire

Affichage

Publicité digitale display

Réseaux sociaux

Sponsoring events / manifestations

Email

SITE WEB

www.familleroouvinez.com

LIEN VIDÉO

https://www.youtube.com/watch?v=oTTGQ3rWm8k