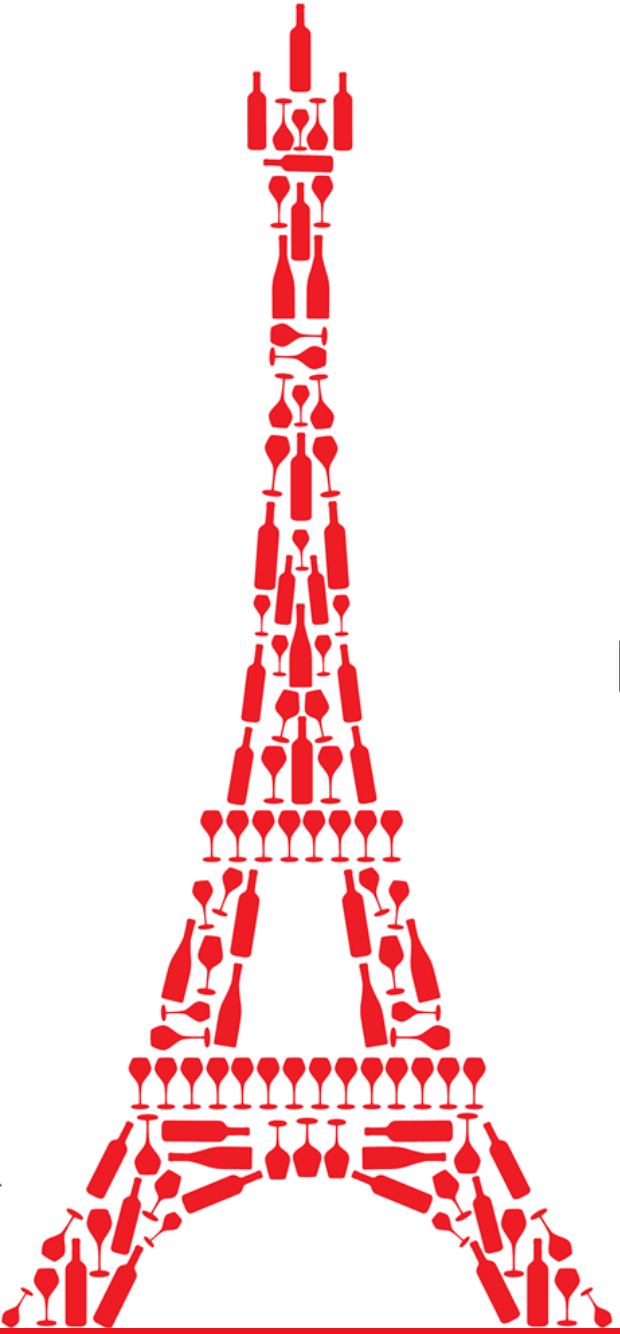
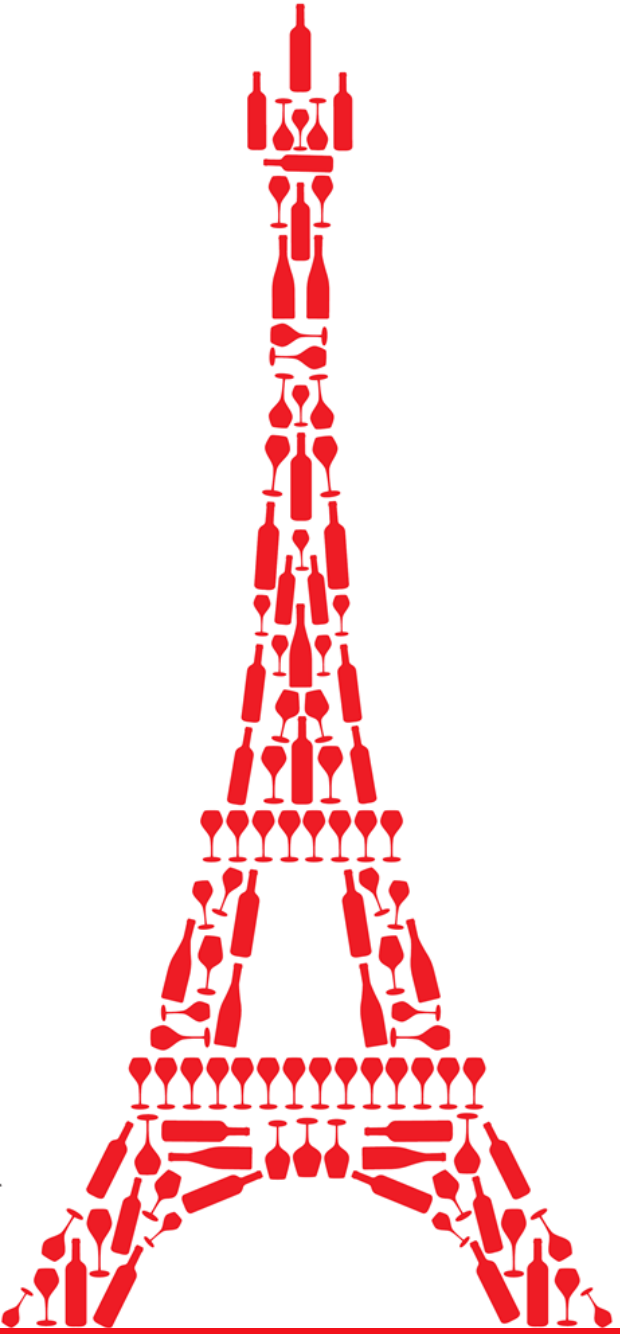


ANIVIN DE FRANCE
Association Nationale Interprofessionnelle

BRIEF APPEL D'OFFRES

ÉVÈNEMENTIEL VIN DE FRANCE
&
VDF COCKTAILS

2024



1

PRÉAMBULE ET CONDITIONS GÉNÉRALES DE L'APPEL D'OFFRES

1 - PRÉAMBULE ET CONDITIONS GÉNÉRALES DE L'APPEL D'OFFRES

POUVOIR ADJUDICATEUR :

ANIVIN DE FRANCE - Association Nationale Interprofessionnelle de VIN DE FRANCE
53 rue La Fayette
75009 PARIS

L'ANIVIN DE FRANCE est une interprofession à compétence nationale créée en 1976 dans le cadre de la loi de juillet 1975 portant organisation interprofessionnelle agricole.

Elle comporte deux familles professionnelles la Production et le Négoce et a pour objet notamment de réaliser une concertation permanente entre les différentes familles professionnelles de producteurs et de négociants concernés par la dénomination VIN DE FRANCE et de développer les marchés de commercialisation de ces vins par des dispositifs d'entrainement général tant en France qu'à l'étranger.

PERSONNE RESPONSABLE DU MARCHÉ:

La personne responsable du marché pour l'ANIVIN DE FRANCE est : Mme Valérie Pajotin, Directrice de L' Anivin de France.

1 - PRÉAMBULE ET CONDITIONS GÉNÉRALES DE L'APPEL D'OFFRES

PROCÉDURE :

La procédure utilisée est celle de l'appel d'offres ouvert. Il est précédé d'un appel public à la concurrence. Celui-ci a été adressé le xx juillet 2023 et publié au J.O.U.E le xx juillet 2023 sous la référence xxxx.

OBJET DE L'APPEL D'OFFRES :

Le présent appel d'offres vise l'élaboration et le déploiement d'une stratégie évènementielle dans un lieu dédié à Vin De France et aux VDF cocktails

DÉLAI DE RÉALISATION :

La réalisation de cet appel d'offres sera sur l'année 2024.

2

DESCRIPTION DU PROGRAMME

« SPOTLIGHT VIN DE FRANCE »

À LA PÉRIODE DES JEUX OLYMPIQUES 2024

SPOTLIGHT VIN DE FRANCE

Quand ? : Avant et pendant les jeux olympiques 2024
Le lieu dédié à Vin De France est réservé du 22 juillet 2024 au 4 Août 2024

Où ? : à Paris, la galerie du 59 rue de Rivoli

Quelles cibles ? :

- Les consommateurs parisiens et français
- Les visiteurs internationaux
- Les influenceurs et journalistes (Presse food et vin, presse grand public, PQR, actualités…)
- Les professionnels français et internationaux (on et off trade) → contacts donnés par l'interprofession
- Les membres de l'Anivin de France (producteurs et négociants)

AMBITION SPOTLIGHT VIN DE FRANCE

Animation d'un lieu
dédié/brandé Vin De France et VDF Cocktails
AMBASSADE VIN DE FRANCE
durant 2 semaines

Animations terrasses
Pour Vin De France et VDF Cocktails

Créer du trafic vers l'ambassade Vin De France

Campagne de communication
sur les VDF Cocktails et le lieu brandé

Plan médias
Konbini, Le Bonbon...

AMBITION SPOTLIGHT VIN DE FRANCE

Objectifs :

- Sensibiliser les consommateurs français et internationaux et valoriser l'image de Vin De France
  - Renforcer l'image avant-gardiste de Vin De France grâce à des actions 360°
  - Accroître la notoriété de Vin De France et des VDF Cocktails, notamment du Chardo Mule®
- Accroître la notoriété de Vin De France auprès des professionnels

Moyens :

Moyens pris en charge par l'agence retenue :

- Mise en place d'un lieu brandé et expérientiel pendant deux semaines avec mise en avant de Vin De France et VDF Cocktails (animations cocktails, jeux, concours d'artistes/illustrateurs, exposition, pédagogie...)
- Communication massive sur les RS
- Plan media (Konbini, Le Bonbon...)
- Création de traffic vers le lieu à travers des actions de communication géo-ciblées

Moyens pris en charge par l'Anivin de France :

- Mise en place d'actions CHR avec Vin De France et VDF Cocktails à travers les grossistes parisiens **(non compris dans l'AO)**

Justification :

- **Multi-cibles** : Ces actions touchent à la fois les professionnels du secteur CHR ainsi que les consommateurs français et internationaux.
- **Simultanéité des actions terrains et de communication :** Cela permet une importante mise en avant de Vin De France sur différents canaux au même moment.
- **Temporalité** : Ces actions auront lieu à partir du 22 juillet et la première semaine des jeux jusqu'au 5 août, cela permet de profiter de l'affluence et de faire connaitre la dénomination VDF à un grand nombre de consommateurs français et internationaux.

AMBITION

ANIMATION D'UN LIEU DÉDIÉ/BRANDÉ VIN DE FRANCE ET VDF COCKTAILS DURANT 2 SEMAINES AMBASSADE VIN DE FRANCE

Objectifs :

- Accroître la notoriété de Vin De France et des VDF Cocktails, notamment du Chardo Mule®, auprès des consommateurs français et étrangers et des professionnels

Moyens :

Sous la forme d'une exposition et d'animations au 59 rue de Rivoli, galerie du rez-de-chaussée et 1er étage.

Quelques idées d'ateliers :

- Ateliers Mixologie/ concours avec barmen parisiens
- Concours de jeunes créateurs/illustrateurs et exposition de leurs œuvres autour de l'univers VDF → les œuvres permettront d'alimenter les réseaux sociaux de Vin De France
- Produits dérivés VDF (affiches des illustrateurs,...)
- Ateliers sur le goût des cépages
- Afterwork avec DJ et dégustation des VDF Cocktails

Quelques idées de communication :

Communication autour de cet happening :

- Portages et invitation d'influenceurs internationaux
- Partenariats media avec Konbini, Le Bonbon, Fever, ...
- Communiqué de presse
- Publications sur les réseaux sociaux

Le 59, un lieu 100% arty à l'image de l'avant-garde VDF

Le concours d'illustrateurs et le concours de barmen parisiens devront obligatoirement faire partie de l'offre de l'agence retenue. Cependant, nous attendons de l'agence d'être **force de proposition**

TRAVAIL ATTENDU DE L'AGENCE

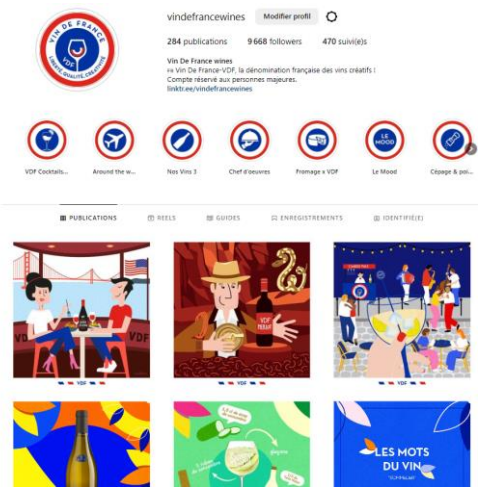
ÉVÈNEMENTIEL

- **Définition de la stratégie évènementielle sur le lieu dédié à Vin De France qui se veut EXPÉRIENTIEL :**
  - Définition d'un storytelling Vin De France dans un lieu « arty » et « french touch »
  - Recherche d'idées et d'ateliers durant les deux semaines autour de Vin De France et de VDF Cocktails
  - Recherche d'une thématique sur les VDF Cocktails et Vin De France dans le lieu (attractions…)
- **Application de la stratégie évènementielle** :
  - Gestion de projet sur la mise en place du lieu dans sa globalité
  - Organisation du concours d'illustrations et mise en place de l'exposition
  - Fourniture d'un planning d'animations sur les deux semaines
  - Fourniture des éléments de décoration, PLV et produits dérivés
  - Recrutement des animateurs pour la permanence (13h-20h)
  - Bilan et reporting

TRAVAIL ATTENDU DE L'AGENCE

COMMUNICATION

- **Définition de la stratégie de communication sur le spotlight Vin De France :**
  - Recherche d'axes de communication sur les réseaux sociaux et médias afin de faire venir les différentes cibles de visiteurs dans ce lieu
  - Créer une communication cohérente avec les autres évènements du Spotlight Vin De France (terrasses…)
  - **Création de trafic** : messages géotargetés, remise de flyers sur les lieux de passage, ciblage via téléphone des visiteurs étrangers, campagne SMS Push…
- **Application de la stratégie de communication Spotlight VDF** :
  - Mise en place des partenariats médias (ex: Le Bonbon, Konbini, Fever,….)
  - Mise en place de la stratégie de communication de l'évènement sur les réseaux sociaux de @vindefrancewines (Instagram, Facebook, TikTok,…)
  - Mise en place de la stratégie de communication de l'évènement (storytelling,…)
  - Mise en place de la stratégie d'influence (boxes,…)
  - Bilan et reporting



Réseaux sociaux de Vin De France

Box Chardo Mule® envoyée aux influenceurs

3 - BUDGET

Pour 2023, l'agence devra faire deux propositions détaillées à tiroirs :

- Une de 80 000€
- Une de 120 000€

Ces budgets incluent tous les frais de réalisation, frais de personnels sur le lieu, les frais d'études d'efficacité, de notoriété et les honoraires d'agence.

* Les boissons (vin inclus) pour les différents évènements seront fournies → à ne pas inclure dans le budget

4 – PRÉSENTATION DES OFFRES

Les offres devront être rédigées en français.
L'unité monétaire demandée par l'organisme qui passe le marché est l'euro.
Les candidats auront à produire un dossier complet en 2 exemplaires papier et une version numérisée qui comprendra nécessairement les éléments suivants :

- Une présentation pertinente de l'appel d'offres
- Un bref exposé des principaux facteurs sur lesquels se base la réponse
- Les objectifs et stratégies de communication choisis
- Les thèmes créatifs proposés
- Un calendrier prévisionnel de réalisation.
- Un budget détaillé mettant en évidence poste par poste les budgets, les frais techniques et les honoraires afférents avec tarif horaire des personnels
- Des références clients d'évènements notamment dans le milieu fooding/drinks/alcool → best cases
- Connaissance de la Loi Evin
- Un benchmark des autres types d'évènements des alcooliers

Le projet comportera la composition de l'équipe de travail et la désignation d'un responsable du projet, celui-ci fournira son curriculum vitae justifiant de son expérience.

5 – SITUATION JURIDIQUE

Documents à fournir par les entreprises dans leur enveloppe Candidature:

Une déclaration sur l'honneur, dûment datée et signée, attestant que le candidat :

- n'entre dans aucun des cas mentionnés à l'article 8 de l'ordonnance n° 2005-649 du 6 juin 2005 relative aux marchés passés par certaines personnes publiques ou privées non soumises au code des marchés publics ;
- est inscrit à un registre professionnel dans son pays d'origine sous un numéro qu'il indiquera.

Il sera demandé à l'entreprise retenue de fournir avant la signature du marché:

- Les pièces prévues aux articles R. 324-4 et R. 324-7 du code du travail ;
- Les attestations et certificats délivrés par les administrations ou organismes compétents prouvant qu'il a satisfait à ses obligations fiscales et sociales. Le candidat établi dans un Etat autre que la France produit un certificat établi par les administrations et organismes du pays d'origine. Lorsqu'un tel certificat n'est pas délivré par le pays concerné, il peut être remplacé par une déclaration solennelle faite par l'intéressé devant l'autorité judiciaire ou administrative compétente, un notaire ou un organisme professionnel qualifié du pays.

6 – CRITÈRES D'ATTRIBUTION

APPEL D'OFFRE ANIVIN DE FRANCE /SPOTLIGHT VIN DE FRANCE
1. **Compréhension et réponses proposées aux objectifs fixés**
* Compréhension du marché, de sa problématique, de la nature des tâches et de leur contexte
* Compréhension du segment "Vin De France" et VDF Cocktails
* Proposition d'une stratégie évènementielle et de communication visant à augmenter la visibilité de la dénomination auprès des consommateurs et des professionnels dans un lieu dédié à Vin De France lors de la période des jeux olympiques
2. **Groupes ciblés**
* Les consommateurs parisiens, français et visiteurs internationaux
* Les influenceurs et journalistes
* Les professionnels français et internationaux (on et off trade)
* Les membres de l'Anivin de France
3. **Thème/Positionnement**
* Pertinence du territoire de communication / Cohérence graphique avec la charte graphique développée par Vin De France
4. **Stratégie de moyens**
* Technique : Maitrise des outils et logiciels nécessaires à la bonne mise en place du projet / équipe de développement interne ou externe à préciser
* Image : Opérations visant à valoriser et faire connaitre la dénomination "Vin De France" et les VDF Cocktails
5. **Budget**
* Capacité à fournir un budget global et des devis détaillés
* Présentation détaillée des honoraires
* Respect du cadre fixé
* Engagement à fournir les factures de second niveau, si sous traitance
* Rationalisation des coûts
* Facturation en Euros
6. **Critères d'attribution**
* Qualité et adéquation des actions proposées avec les objectifs fixés
* Justifications et faisabilité des propositions
* Reporting : indicateurs permettant de mesurer l'efficacité de chacune des actions proposées
* Expérience évenementielle alcool
* Planning
* Bureau pilote basé à Paris
* Maîtrise du Français (écrit & oral)
* Maîtrise de l'Anglais (écrit & oral)
* Connaissance de la Loi Evin

7 – CONDITIONS D'ENVOI OU DE REMISES DES OFFRES

La date limite de réception des offres est le mercredi x septembre 2023 jusqu'à 17h00 précises au plus tard.

Les plis concernant les offres (en 2 exemplaires papier + 1 version numérisée) seront transmis sous enveloppe cachetée, par lettre recommandée avec accusé réception, ou remis contre récépissé à l'adresse suivante :

ANIVIN DE FRANCE
A l'attention de Madame Valérie PAJOTIN
53 rue La Fayette
75009 PARIS

L'enveloppe portera en outre l'inscription suivante :

APPEL D'OFFRES
VIN DE FRANCE
SPOTLIGHT VIN DE FRANCE
« NE PAS OUVRIR PAR LE SERVICE DU COURRIER »

Les offres qui parviendraient hors délai, incomplète, de façon non conforme au présent cahier des charges ou qui ne correspondraient pas aux critères de sélection des offres exigées, ne seront pas retenues.

La version numérisée de l'appel d'offres sera envoyée à l'adresse suivante : anivin@anivin.org

8 – INDEMNISATION

La participation à l'appel d'offres ne fera pas l'objet d'une rémunération, tant pour les agences non retenues que pour celle sélectionnée.

9 – CAPACITÉS ÉCONOMIQUES ET FINANCIÈRES

L'agence répondant à l'appel d'offres doit fournir :

- Note de présentation du candidat
- Description structure de l'entreprise
- Chiffre d'affaires
- Marge brute
- Évolution de ses effectifs sur les 3 derniers exercices

10 – LA COMMISION D'APPEL D'OFFRES

Les dossiers conformes au présent cahier des charges seront étudiés par la commission d'appel d'offres. Le choix de l'agence se fera uniquement sur dossier.

Elle sera présidée par Mme. Marine Descombe, présidente de la Commission Publi-Promotion. Elle comprend 6 professionnels issus du Conseil d'Administration et/ou de la Commission Publi-Promotion.

11 – QUELQUES OBLIGATIONS DE L'AGENCE RETENUE

- Celle-ci rendra compte de ses activités prioritairement à Mme Pajotin aux fins d'information des instances décisionnelles de l'Anivin de France
- L'agence pourra être amenée à participer aux réunions internes à la demande des professionnels (Président de l'Anivin de France ou Président de la commission publi-promotion).
- Les contacts périodiques s'établiront entre l'agence et l'Anivin de France pour la mise en place et le suivi du programme. Un rapport final présentera le bilan du programme réalisé.
- L'agence s'assurera que les dispositifs proposés sont conformes à la réglementation s'appliquant à la communication sur les boissons alcooliques ou aux usages locaux dans le marché ciblé (Loi Evin).
- Tous les documents édités au cours du programme sont la propriété de l'Anivin de France.
- Les dispositifs ne pourront débuter qu'après approbation du budget global par l'Anivin de France puis après approbation des différents budgets poste par poste.

12 – VOTRE CONTACT A L'ANIVIN DE FRANCE

Mme Valérie PAJOTIN
Directrice
53 rue La Fayette
75009 PARIS
E-mail: valerie.pajotin@anivin.org

Merci de contacter l'Anivin de France uniquement par mail pour toutes questions relatives à l'appel d'offres

ANIVIN DE FRANCE
Association Nationale Interprofessionnelle

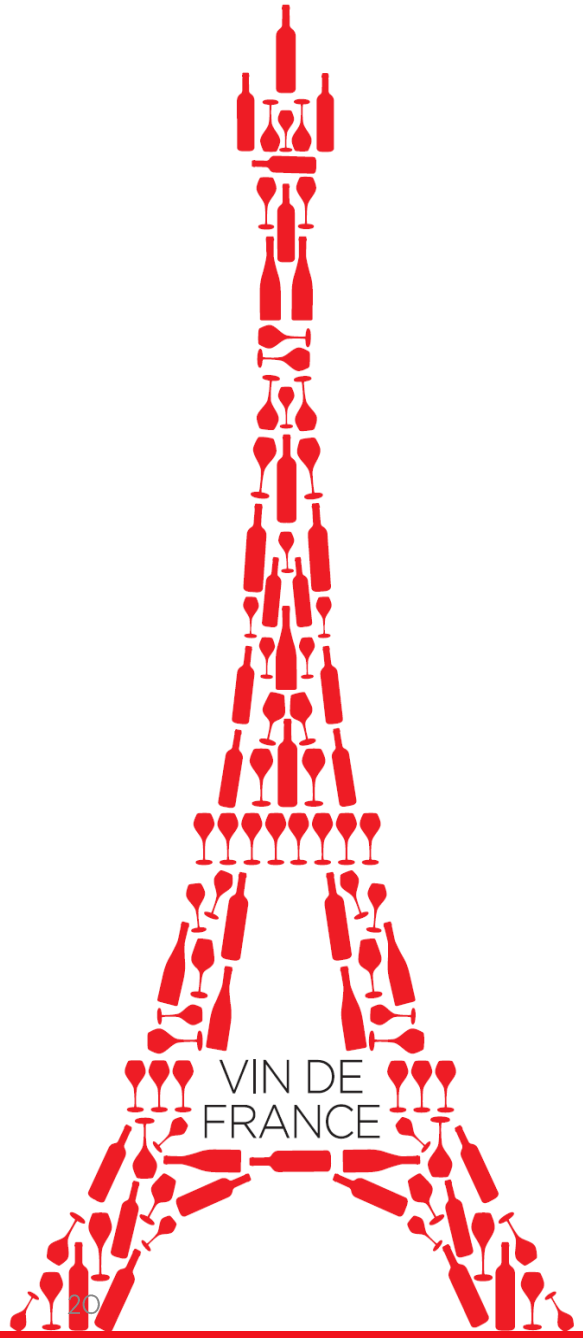
Pour plus d'information, Valérie Pajotin et son équipe restent à votre écoute

Valérie Pajotin
Directrice Anivin de France
valerie.pajotin@anivin.org
www.vindefrancewines.com

@vindefrancewines

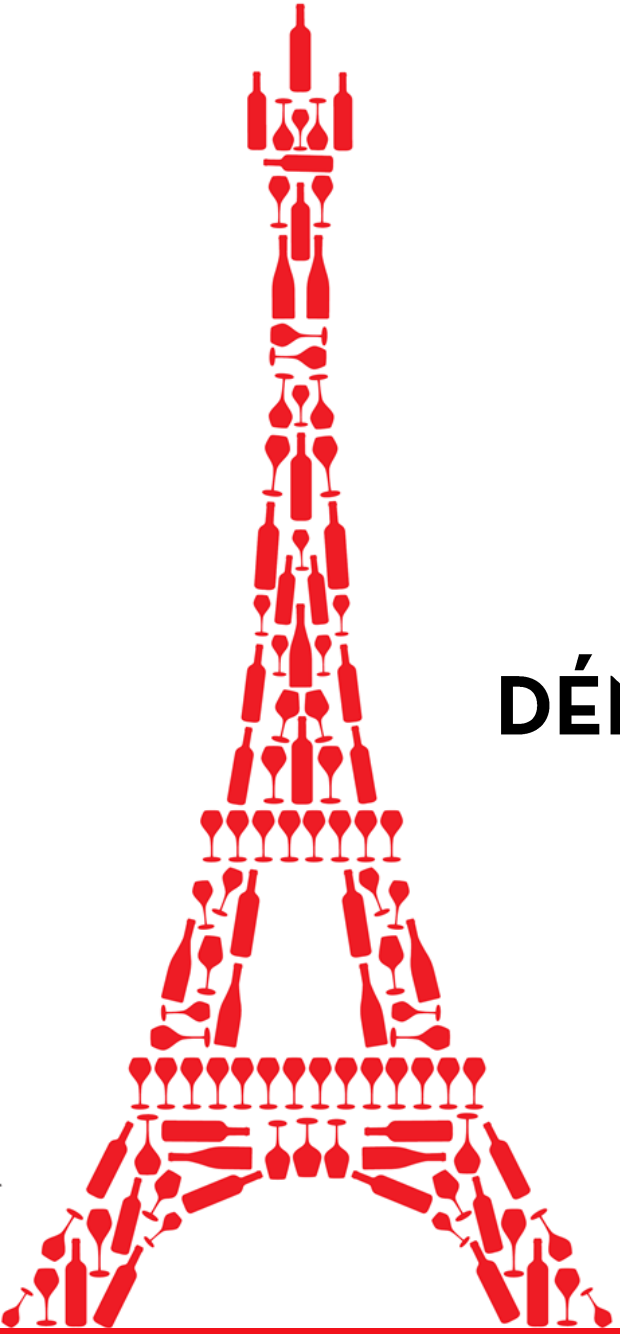
TikTok @cocktailsvindefrance

Anivin de France



ANIVIN DE FRANCE
Association Nationale Interprofessionnelle

ANNEXES



PRÉSENTATION DE LA DÉNOMINATION VIN DE FRANCE

LES VINS DE FRANCE TOUJOURS PLUS BRANCHÉS

LIBERTÉ DE CRÉATION, LA SIGNATURE DES VDF, ASSURÉMENT LE GOÛT DE L'ÉPOQUE !

- VDF, vins audacieux, vins d'auteurs, vins de copains, vins de bistrot, vins de haute restauration, vins vivants, une chose est sûre, ils sont tous à l'image de ceux qui les créent, LIBRES.

- Libres d'imaginer de nouveaux goûts en jouant avec la diversité des vignobles et des variétés de raisins/cépages de toute la France.

- Mêler tradition et création, réinventer les classiques, casser les codes, sont autant d'aspirations de cette nouvelle génération de winedesigners à faire des vins qui promettent aux foodies des expériences audacieuses !

VIN DE FRANCE, LA DÉNOMINATION DES VINS D'ORIGINE NATIONALE, COMPLÉMENTAIRE À L'OFFRE FRANÇAISE

Oublions la pyramide, les trois dénominations de l'offre française (V.D.F., I.G.P., A.O.P.) proposent toutes des vins accessibles et des vins premium !

VIN D'ORIGINE NATIONALE	VIN DE TERRITOIRE	VIN DE TERROIR
VIN DE FRANCE / V.D.F.	**I.G.P.**	**A.O.P.**
Cépage(s) & millésime	Indication Géographique Protégée	Appellation d'Origine Protégée

Avec Vin De France, les winemakers peuvent exploiter la diversité des climats et des cépages de toute la France en

Assemblant des cépages régionaux avec des cépages français plus connus
Assemblant les meilleurs cépages des différentes régions françaises
Créant librement des vins provenant d'une même région

VIN DE FRANCE, LA DÉNOMINATION NATIONALE DE LA LIBERTÉ

LIBERTÉ des vignerons pour

- Créer des vins, en s'affranchissant des codes et des contraintes dans les vignes comme à la vinification

QUALITÉ de France

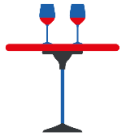
- Gage d'un savoir-faire artisanal et ancestral

CRÉATIVITÉ

- Grâce à la possibilité d'assembler un ou plusieurs cépage(s)
- Une diversité des profils de vins adaptés aux attentes des consommateurs

Vin De France, les bénéfices

- Ils sont faciles à comprendre et accessibles
- Ils correspondent aux goûts actuels des consommateurs
- Ils répondent à la recherche d'authenticité des générations nouvelles
- Ils sont engagés dans le respect de l'environnement
- Ils répondent à l'attente de « vins de bistrot », « vins de copains », « vins gourmands », ...



LES VDF ENTRAÎNÉS EN FRANCE DANS TOUS LES CIRCUITS

VDF BLANCS FRUITÉS

VDF ROUGES GLOUGLOUS

VDF RÉSISTANTS

VDF PÉT-NAT'

VDF COCKTAILS

VDF ORANGE

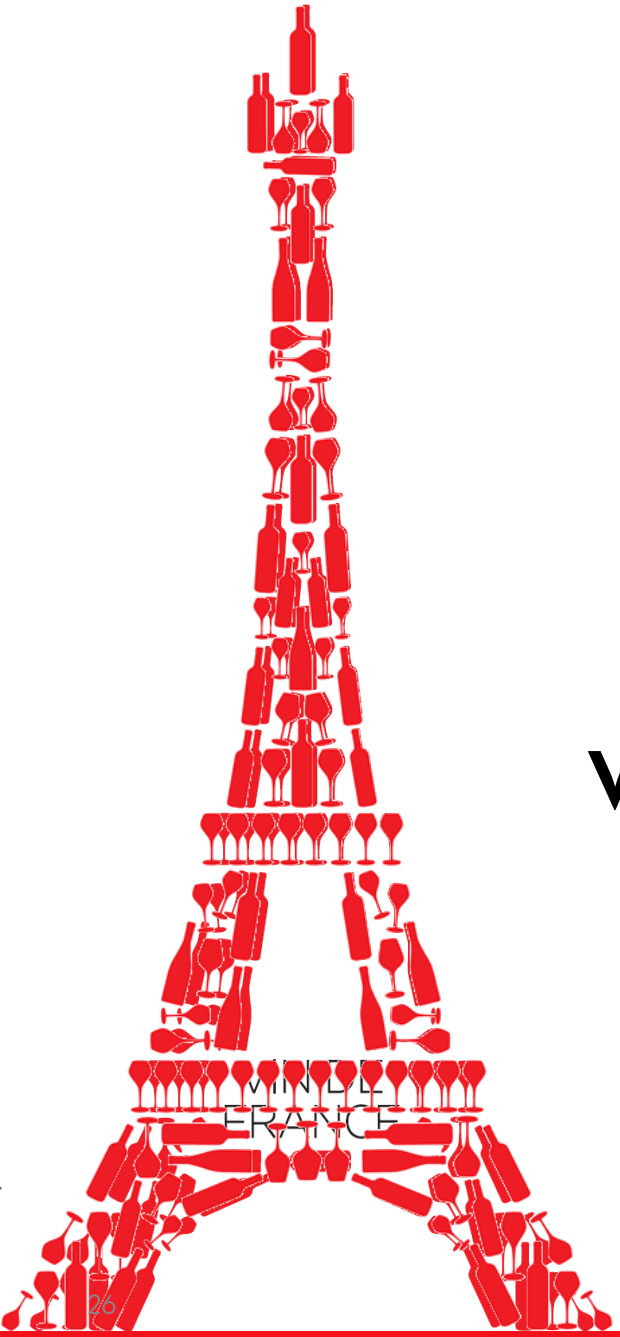
VDF PARTIELLEMENT ET TOTALEMENT DÉSALCOOLISÉS

VDF MÉTHODE NATURE

VDF PREMIUM

VDF DE VIGNERONS

VDF CÉPAGES



ANIVIN DE FRANCE
Association Nationale Interprofessionnelle

PRÉSENTATION DE VIN DE FRANCE COCKTAILS

COMMENT RECRUTER DE NOUVEAUX CONSOMMATEURS SUR LE VIN ?

DÉSACRALISER, DÉMOCRATISER ET MODERNISER LA CONSOMMATION DE VIN EN PROPOSANT DE **NOUVEAUX MODES DE CONSOMMATION**

VDF COCKTAILS

des cocktails frais, gourmands, désaltérants

LES VDF COCKTAILS

Les VDF cocktails sont particulièrement appréciés des consommateurs trendy : low ABV (faible en taux d'alcool) et personnalisables pour tous les goûts avec un trait de French Touch

LA COLLECTION DES VDF MULE

Chardo Mule

Rosé Mule

Merlot Mule

LA COLLECTION DES VDF TONIC

Sauvignon Special

Flower Rosé

Red & Roses

Des créations venant de cocktails déjà récompensés : le Moscow Mule occupe la onzième place et le Gin Fizz la trentième place du classement des "50 world's best-selling classic cocktails" établi par Drinks International.

Les VDF Cocktails ont été créés en partenariat avec Ugo and Spirits, spécialiste et conseil dans le secteur des Vins & Spiritueux depuis plus de 15 ans.

LES VDF COCKTAILS

LA COLLECTION DES VDF MULE

Le French Twist du Mule

- **Chardo Mule®** : 9 cl de VDF Chardonnay + 6 cl de Ginger Beer + 0,5 cl de jus de citron vert + 1 rondelle de citron vert + quelques glaçons

- **Rosé Mule** : 9 cl de VDF Rosé + 6 cl de Ginger Beer + 0,5 cl de jus de citron vert + 1 rondelle de citron vert + quelques glaçons

- **Merlot Mule** : 9 cl de VDF Merlot + 6 cl de Ginger Beer + 0,5 cl de jus de citron vert + 1 rondelle de citron vert + quelques glaçons

LES VDF COCKTAILS

LA COLLECTION DES VDF TONIC

La déclinaison française du Gin Tonic

- **Sauvignon Special** : 7,5 cl de VDF Sauvignon Blanc + 5 cl de Tonic Water + 1,5 cl de Sirop de Concombre + 1 slice de concombre + quelques glaçons

- **Flower Rosé** : 7,5 cl de VDF Rosé + 5 cl de Tonic Water + 1,5 cl de Sirop d'Hibiscus + 1 framboise fraîche + quelques glaçons

- **Red and Roses** : 7,5 cl de VDF Rouge + 5 cl de Tonic Water + 1,5 cl de Sirop de Rose + quelques feuilles de menthe fraîche + quelques glaçons

PUBLICITÉ CHARDO MULE®

Lien vers la publicité → https://www.youtube.com/watch?v=WMt-h9T4qsg

ANIVIN DE FRANCE
Association Nationale Interprofessionnelle

PROMOUVOIR VIN DE FRANCE, LA MISSION DE L'ANIVIN DE FRANCE

L'ANIVIN DE FRANCE EST L'ASSOCIATION NATIONALE INTERPROFESSIONNELLE REPRÉSENTANT TOUS LES VINS TRANQUILLES PORTANT LA DÉNOMINATION VIN DE FRANCE

Elle a été formée en octobre 2009 et est composée de membres issus de toutes les familles de la filière :

- UMVIN qui représente les entreprises et les négociants
- VIF qui représente les vignerons indépendants
- VCF qui représente les coopératives

Son rôle :

- ***Défendre la dénomination Vin De France***
- ***Soutenir les entreprises qui produisent et commercialisent du Vin De France en les aidant à le promouvoir en France et à l'international***

LES MISSIONS DE L'INTERPROFESSION

RÉGLEMENTATION

Information des cotisants sur les textes applicables à Vin De France

DÉFENSE

Défense de l'espace de liberté créé par la dénomination Vin De France en France et à l'international et des intérêts des membres

PROMOTION

Développement des marchés de commercialisation de ces vins, notamment par des actions de relations publiques, salons, concours, de publicité et de promotion

COORDINATION

Concertation permanente entre les différentes familles professionnelles de producteurs et de metteurs en marché concernées par Vin De France

TECHNIQUE

Investissement dans la recherche, notamment pour un vignoble dédié à Vin De France, s'inscrivant dans une démarche de développement durable, en adéquation avec le profil de vin recherché

ÉCONOMIE

Amélioration de la connaissance et de l'organisation des marchés pour informer les membres

RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE

Promotion d'une consommation responsable du vin notamment au sein de Vin et Société

PROMOUVOIR LA QUALITÉ DE VIN DE FRANCE AUPRÈS DES PROFESSIONNELS

BEST VALUE VIN DE FRANCE SELECTION

2023
- Les vins ont été sélectionnés à l'aveugle par un panel de 52 experts dont des acheteurs vin et œnologues de France
- 486 vins dégustés de 111 entreprises
- 146 vins médaillés de 59 entreprises
- 48 médaillés d'or & 98 médaillés d'argent

Pour en savoir plus sur le concours : www.vindefrancewines.com

PROMOUVOIR LA QUALITÉ DE VIN DE FRANCE AUPRÈS DES PROFESSIONNELS

B TO B OBJECTIFS

PROGRAMMES EDUCATIFS

Expliquer les atouts de la catégorie Vin De France et rappeler l'origine française des cépages prétendument appelés « cépages internationaux »

Programme éducatif au Canada

SALONS PROFESSIONNELS INTERNATIONAUX

Faire découvrir la qualité des vins médaillés du concours à Wine Paris, ProWein etc...

Stand Anivin de France à Wine Paris 2022

COMMUNICATION

Développer les marchés internationaux par la rencontre des professionnels du secteur : importateurs, acheteurs d'enseigne, journalistes de la presse vin

FAIRE CONNAÎTRE ET ÉDUQUER LES CONSOMMATEURS AUX CÉPAGES DE VIN DE FRANCE

B TO C OBJECTIFS

PROMOTION

Promouvoir les marques de Vin De France à travers des animations dégustations dans les points de vente

ÉDUCATION

Promouvoir les cépages de France et la qualité des marques de Vin De France lors de salons consommateurs comme l'Apéritif à la française à Tokyo

Animation des points de vente à Paris

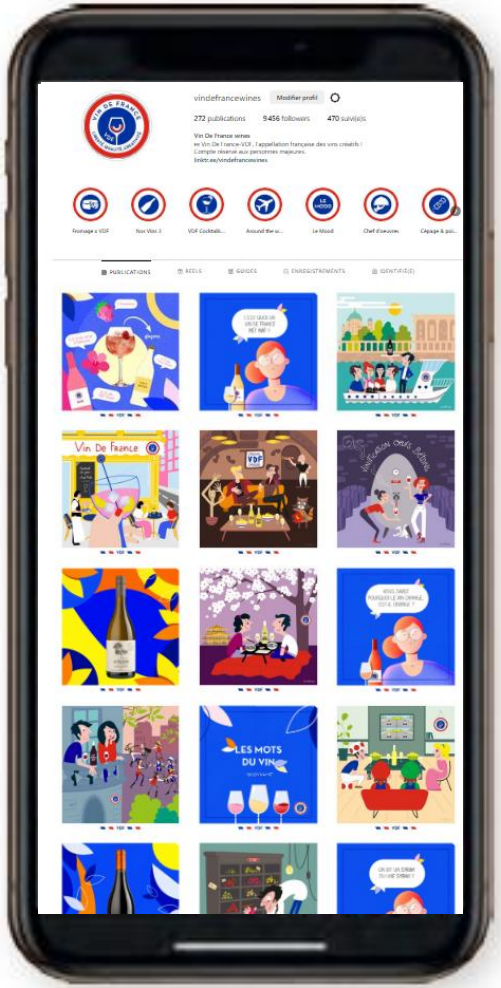
Taste of London au Royaume-Uni

COMMUNICATION DIGITALE

vindefrancewines.com
@vindefrancewines // @vindefrancewinesusa

Un site internet éducatif pour les consommateurs et les membres de l'Anivin de France

Par exemple, les consommateurs peuvent tout savoir sur les cépages de France



Feed Instagram @vindefrancewines

Un compte Instagram ludique

Avec Vin De France, l'univers du vin est rendu plus accessible

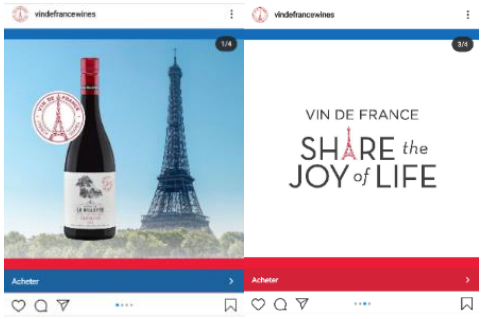
COMMUNICATION DIGITALE & PUBLICITÉ SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

RELAIS DES ACTIONS DE PROMOTION EN FRANCE ET À L'INTERNATIONAL

VIRTUAL TASTINGS

Virtual Tasting chez Mariano's (USA)

POSTS SPONSORISÉS



Partenariat avec Dan Murphy's (AUSTRALIE)

RELAIS ÉVÈNEMENTS CONSOMMATEURS

« Taste of London » (ROYAUME-UNI)

COMMUNICATION DIGITALE & PUBLICITÉ SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

RELAIS DES ACTIONS DE PROMOTION EN FRANCE ET À L'INTERNATIONAL

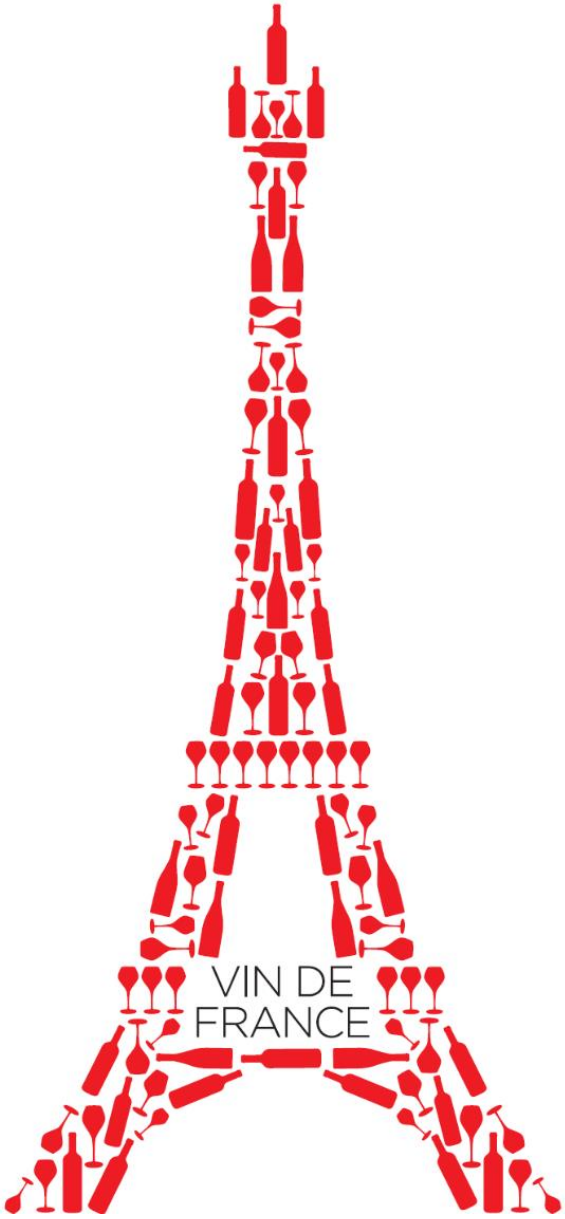
PORTAGES INFLUENCEURS

Portage influenceurs sur la thématique des rosés VDF avec Monoprix (FRANCE)

Portage influenceurs sur la thématique « Pas de fromages sans cépages » avec les caves NYSA (FRANCE)

RELAIS ANIMATIONS DÉGUSTATIONS

Dégustations de VDF chez les cavistes indépendants (FRANCE)



ACTIONS VDF COCKTAILS

EXEMPLES ACTIONS GD VDF COCKTAILS EN 2023

MONOPRIX
CHARDO MULE® & VDF – RENTRÉE 2023

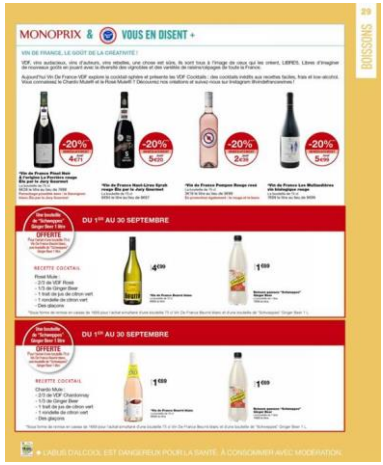
Objectifs :

- Inviter les consommateurs à découvrir le Chardo Mule® et la sélection de VDF de Monoprix
- Dynamiser les ventes dans les magasins Monoprix des VDF référencés

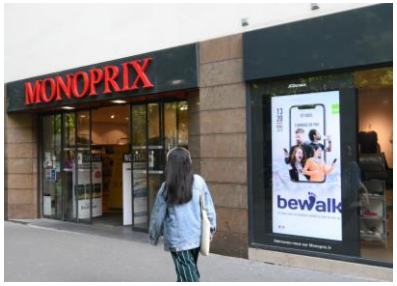
Moyens :

- Entraînement des marques de VDF dans les PDV
    - Page de trade dans le catalogue de rentrée (24 août – 11 septembre)
    - Mise en avant des VDF référencés dans les points de vente avec Stop-rayons, TG et offre promotionnelle
    - Offre promotionnelle : pour une bouteille de VDF Chardonnay, une bouteille de Ginger-Beer offerte ainsi que des remises sur les VDF mis en avant
    - Campagne publicitaire : Recette du Chardo Mule® diffusée sur 106 écrans d'IDF
    - Animations dégustations des 10 plus gros Monoprix d'IDF les 1 et 2 septembre
    - Relai de l'offre via les réseaux sociaux à travers 5 stories et un article de blog

Exemple de stand pour les animations



Trade Mixte 2022



Exemple de campagne pub vitrine

Exemple de stop-rayon et offre promotionnelle

EXEMPLES ACTIONS TERRASSES VDF COCKTAILS

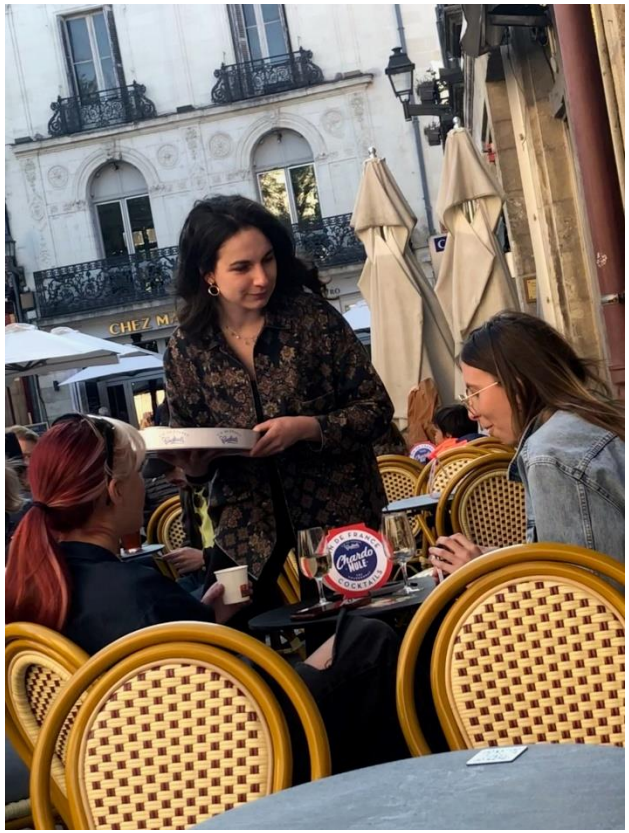
TERRASSES ANIMÉES SUR PARIS ET LES RÉGIONS DE FRANCE À TRAVERS LES GROSSISTES CHR

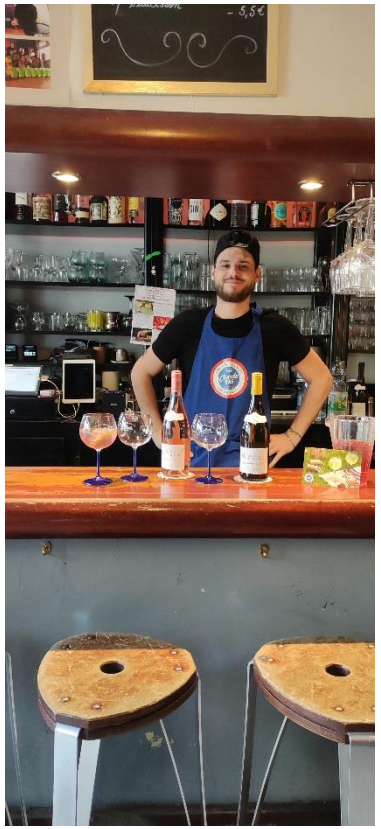
Objectif :

- Développer l'image des Vin De France Cocktails auprès des consommateurs et professionnels à travers les grossistes CHR
- Augmenter les ventes de Vin De France sous forme de package commercial

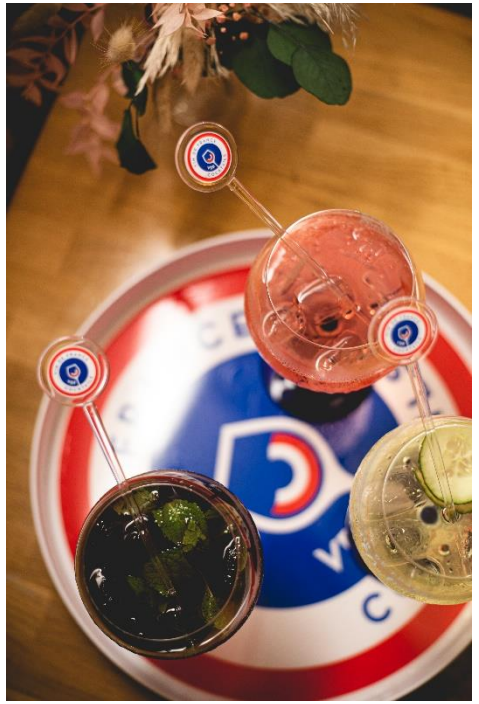
Moyens :

- Approche des grossistes français toute France
- Mise en place de tournées commerciales, d'animations terrasses, réunions commerciales...
- Mise en place de communication sur ses animations terrasses jeu concours
- Décoration des terrasses recrutées aux couleurs de Vin De France Cocktails





Distribution de PLV et animations des terrasses à Tours – Avril 2023

EXEMPLES ACTIONS TERRASSES VDF COCKTAILS

TERRASSES ANIMÉES SUR PARIS ET LES RÉGIONS DE FRANCE À TRAVERS LES GROSSISTES CHR EN 2021