

# Mettre en valeur votre vin : le packaging

## OBJECTIF DE LA FICHE :

**Se poser les bonnes questions afin de créer une étiquette en cohérence avec votre vin**

## A SAVOIR AVANT TOUTES CHOSES :

*Il n'y a pas de recette miracle en la matière (sinon toutes les étiquettes se ressembleraient) :*

- Elle doit raconter tout en restant sobre
- Trop d'informations tue l'information
- Elle doit rassurer le consommateur et en même temps se démarquer en créant un impact visuel dans le linéaire
- Elle doit représenter la tradition du vin tout en exprimant une certaine modernité

## VOUS POUVEZ JOUER SUR :

- La taille de l'étiquette
- La qualité du papier et de l'impression
- La typographie

## A RETENIR :

- Donner envie d'acheter votre vin
- Mon vin pour quel type de consommation ?



*Outre la bouteille et la capsule, c'est l'étiquette qui donne aux consommateurs l'idée de la qualité de votre vin et l'envie d'acheter.*

## L'étiquette doit :

- "Raconter votre vin", c'est-à-dire être en cohérence avec votre vin
- "Être efficace", c'est-à-dire donner au consommateur l'envie d'acheter votre vin

Voici une série de questions que vous devez vous poser lorsque vous voulez évaluer ou élaborer une étiquette afin de détecter les incohérences éventuelles et de les rectifier.

## A quel type de consommation voulez-vous appartenir ?

- Vin courant
- Vin destiné à une occasion particulière (barbecue, apéritif, etc.)
- Vin exceptionnel consommé dans les grandes occasions

**LES CODES DE LA QUALITÉ**

- Blason (appartenance et légitimité)
- Couleurs profondes (sincérité, authenticité)
- Or ou argent (richesse)
- Détournement (produit fini et prêt)
- Certaines typographies

**LA TYPOGRAPHIE DE VOTRE ÉTIQUETTE DOIT REFLÉTER VOTRE VIN.**

**IL EXISTE DES TYPOGRAPHIES :**

- Sérieuses ou ludiques
- Traditionnelles ou contemporaines
- Légères ou lourdes
- Masculines ou féminines
- Vives ou établies

**CONTRE ÉTIQUETTE OU PAS ?**

*Si vous voulez épurer votre étiquette de face, reportez toutes les mentions légales sur la contre étiquette. Vous pouvez aussi y ajouter des conseils de dégustation*

**LES ERREURS À NE PAS COMMETTRE :**

- Une étiquette "haut de gamme" et un faible prix
- Plus de 3 typographies différentes sur la même étiquette
- Une étiquette lourde pour un vin léger
- Une étiquette trop originale
- Des fautes de goût
- Trop d'informations, pas plus de 2 points de lectures
- Des codes couleurs incohérents

*Plus la gamme est haute, plus l'étiquette doit être belle.*

*Plus un vin est cher, plus il doit respecter certains codes.*

*Plus on monte en gamme, plus l'étiquette est sobre.*

*L'étiquette doit refléter la famille de vin à laquelle vous appartenez.*

**Dans quelle gamme votre vin est-il positionné ?**

Plus vous montez en gamme, plus l'étiquette doit être esthétiquement belle ; le consommateur doit être fier de la poser sur une table.

Plus un vin est cher, plus l'étiquette doit être traditionnelle.

Vous pouvez **réinterpréter** les codes classiques en introduisant une certaine modernité :

- Les images stylisées correspondent à une clientèle haut de gamme.
- Un design épuré signifie un vin sincère, de qualité, sophistiqué et donc cher : peu de codes, mais très travaillés.
- Si vous vendez un vin destiné aux week-ends ou aux barbecues, vous pouvez utiliser des codes plus enjoués, plus colorés, moins traditionnels.
- Si vous voulez faire "terroir" et authentique, vous pouvez même utiliser du papier recyclé.

**A quelle famille de vin appartenez-vous ?**

- Le bordeaux présente une propriété sur fond noir avec dorures.
- Le bourgogne a des couleurs sépia / beige.

**Quel est le caractère de votre vin ?**

Si votre vin est rond et léger, donnez la priorité aux codes dits féminins :

- Une forme d'étiquette avec des rondeurs
- Une écriture douce
- Des couleurs féminines (rose, bleu ciel...)