

Conférence  
Technique  
ÉCONOMIE

*Diversification* des  
QUALITÉS et *segmentation*  
des VINS ROUGES LANGUEDOCIENS

24 JUIN  
2019  
8 H 30  
*Théâtre - Narbonne*

LABORATOIRES  
**Dubernet**  
œ n o l o g i e

  
PAYS D'OC  
Indication Géographique Protégée  
Vins de cépages

  
LES AOC DU LANGUEDOC & LES IGP SUD DE FRANCE  
CONSEIL INTERPROFESSIONNEL DES VINS AOC DU LANGUEDOC ET DES IGP SUD DE FRANCE  
\* Sud de France

GRUPE  
**ICV**  
L'art & l'expertise du vin

  
IFV  
INSTITUT FRANÇAIS  
DE LA VIGNE ET DU VIN

Conférence  
Technique  
ÉCONOMIE

Calmel & Joseph  
*Une segmentation réussie*

Intervenant  
Laurent  
CALMEL

## PRESENTATION DE LA REGION

---

*La région Languedoc Roussillon possède une mosaïque de terroirs et une grande variété de cépages, cela nous permet de proposer une large gamme de vin, avec une signature et un style commun.*

*La jeunesse de notre région en matière d'offre de vin en bouteille nous permet d'être innovants et dynamiques, à la différence de régions plus anciennes qui sont « enfermées » par une tradition et une histoire.*

*Exemple, en bourgogne ou en bordelais, les vigneronns sont cantonnés à une variété de cépages limitée et à un style de vin, jusqu'à un packaging et une communication très traditionnelle.*

## UNE SEGMENTATION D'OFFRE VARIEE

---

*Avant de réaliser une segmentation de l'offre, il faut déterminer un style ou un profil vin avec une personnalité marquée ( différenciation de ses concurrents nationaux et internationaux )*

- *Cohérence entre un style et un marché*
- *Cohérence entre un prix et un marché*
- *Eviter la standardisation des produits, surtout en rouge.*
  - *La qualité du vin doit rester le cœur de l'offre*
  - *L'offre doit être lisible*

Exemple de la gamme : **Calmel & Joseph**  
**UNE SEGMENTATION D'OFFRE VARIEE**

---



Les IGP - **VILLA BLANCHE** ( gamme de mono cépages )



## UNE SEGMENTATION D'OFFRE VARIEE

---

Exemple de la gamme : **Calmel & Joseph**



**AOP - Les Languedoc**

## UNE SEGMENTATION D'OFFRE VARIEE

Exemple de la gamme : **Calmel & Joseph**



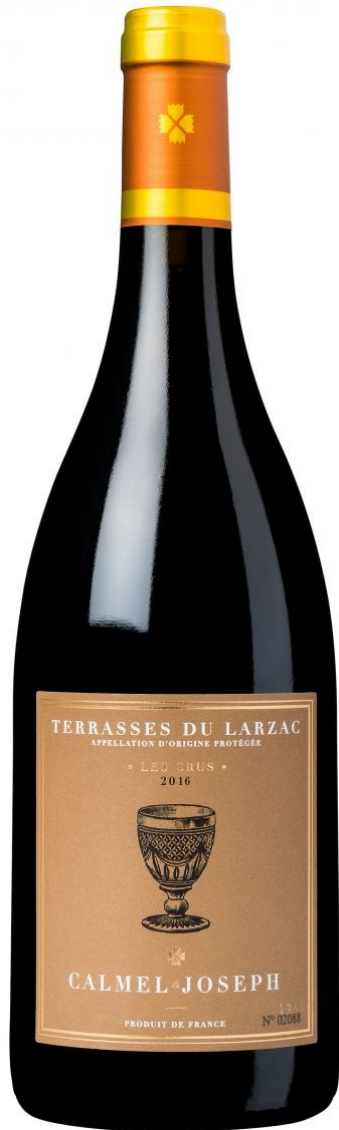
AOP - **Les terroirs**



## UNE SEGMENTATION D'OFFRE VARIEE

Exemple de la gamme : **Calmel & Joseph**

**AOP - Les crus**





## UNE SEGMENTATION D'OFFRE VARIEE

Exemple de la gamme : **Calmel & Joseph**

AOP - **Les cuvés rares**



## UNE SEGMENTATION D'OFFRE VARIEE

Exemple de la gamme : **Calmel & Joseph**

*ELECTRON LIBRE - **Ams tram gram** ( on rentre dans le vin par le nom d'u  
cuvée  
et un packaging fort . L'idée est de se laisser aller à la création de vins  
atypiques en marge  
du travail sur un cépage ou une appellation en particulier)*



## UNE SEGMENTATION D'OFFRE VARIEE

---

Exemple de la gamme : **Calmel & Joseph**

Les vins du domaine **Calmel & Joseph - Cuvée LA MADONE**



## UNE SEGMENTATION D'OFFRE VARIEE

---

*Exemple de la gamme : **Calmel & Joseph***

***Les effervescents***



## COMMENT PROCÉDONS NOUS ?

---

*Nous réalisons aujourd'hui plus de 35 vins. Il faut que chaque vin ait sa propre personnalité et réponde aux critères de son segment.*

*Il faut que chaque nouveau vin apporte de la complémentarité au segment auquel il est destiné. Pour cela notre méthode consiste à :*

- *Réaliser des sélection parcelles*
- *Réaliser des vinifications sur site*
  - *Réaliser des élevages sur site*
- *Déterminer avec précision nos assemblages*
- *Réaliser nos mises en bouteille afin d'avoir une maîtrise du détail de la vigne jusqu'à la bouteille.*

## COMMENT PROCÉDONS NOUS ?

---

**VILLA BLANCHE** : 4 à 5 styles de vin dans le même cépage, assemblés selon une recette qui nous est propre, ayant comme avantage :

- Un profil vin personnalisé
- Constance d'un profil au fil des tirages et des millésimes

**AOP** : Diversité de parcelles sélectionnées en fonction de leur zone de production et de leur niveau qualitatif permettant :

- De construire un vin signé « maison » avec une qualité constante

## LES PARTENARIATS

---

*Nous sommes à la recherche constante de nouveaux partenaires avec une forte sensibilité environnementale et notamment BIO.*

*Nous sommes fidèles avec nos partenaires d'aujourd'hui, afin d'assurer la régularité et le style « maison » auquel nos clients sont attachés.*

*Ces partenariats permettent de construire une relation gagnant - gagnant sur le long terme et participent ainsi à la segmentation de l'offre des vins du Languedoc Roussillon*

## CONCLUSION

En tant que négociant, c'est un plaisir de tous les jours de travailler dans cette région car elle laisse une liberté de création totale et une diversité dans les produits inégalée.

La reconnaissance des marchés et de nos pairs passera obligatoirement par une qualité irréprochable et constante.

La région Languedoc Roussillon se doit de proposer une segmentation de son offre qui soit claire et lisible pour le consommateur.

Elle doit convaincre très rapidement sa capacité à produire de très grands vins, à l'égal de ses régions voisines plus prestigieuses : c'est un enjeu économique majeur pour l'ensemble de la filière de production.