

«Tendance 9»: Le vin qui se boit à la canette

Lancé sur le marché en mai 2006 en flacons de 75 cl, «Tendance 9» va désormais jusqu'au bout de son concept: l'assemblage trendy de la Cave de Jolimont (groupe Schenk) s'affiche en canettes de 25 cl.

Pour séduire les groupes de consommateurs qui boivent le moins de vin, à savoir les jeunes et les femmes, il faut à la fois adapter le produit et le mode de consommation. Ainsi est née, l'an dernier, une gamme de deux vins faiblement alcoolisés (9°, d'où leur nom), légers, pétillants et riches en sucre résiduel, conditionnés dans un élégant flacon de 75 cl.

Un an après, le bilan est positif: 50 000 bouteilles de 75 cl ont été vendues. En revanche, de l'aveu des responsables de la marque, la cible «jeunes» n'a été que partiellement atteinte. Schenk SA en tire la leçon, et propose désormais «Tendance 9» en packs de quatre canettes de 25 cl vendus au prix indi-



catif de 15 francs. Un recentrage sur la consommation individuelle qui devrait porter ses fruits.

Cave de Jolimont c/o Schenk SA, 1180 Rolle
www.tendance9.com