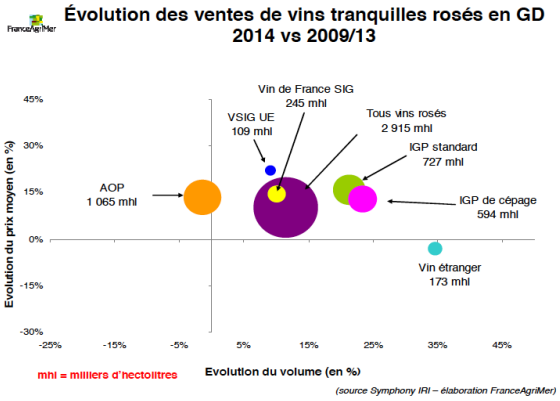
DOSSIER N°574

1. CONTEXTE

LA PLACE DU VIN ROSÉ DANS LE MARCHÉ DES VINS

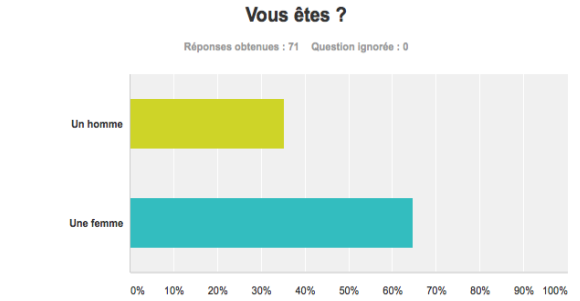
Dans la sphère de l'œnologie, il est bien connu que le vin rosé est considéré comme un vin de basse qualité, un vin tout juste bon à être bu à l'apéro, ou éventuellement avec des grillades, l'été au bord de la plage. Le rosé est très peu considéré comme un produit capable de qualité et appréciable comme un bon vin rouge ou un bon vin blanc.
Cependant, de récentes études de marché démontrent que le rosé commence à se faire une réelle place dans le marché des vins français. En effet, rien qu'entre 2013 et 2014, la vente de vins rosés en grande distribution a vécu une croissance de 11,5% en volume, et de 22,6% en valeur (source : France AgriMer).

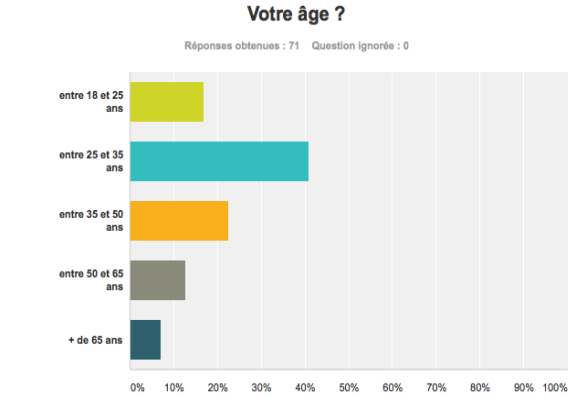


On constate donc que le vin rosé prend des parts de marché, notamment sur les vins rouges, qui perdent 2,1% en volume de vente entre 2013 et 2014.

Le vin rosé n'étant pas un vin à faire vieillir (on peut éventuellement le garder 2 à 3 ans en bouteille mais pas plus), c'est un vin qui pousse à la consommation directe : on achètera un rosé pour le boire le plus souvent dans l'immédiat, ou pour une occasion proche. C'est donc un vin que l'on achètera en moins grande quantité mais plus souvent, contrairement aux vins rouges et aux vins blancs que l'on pourra acheter par caisses, de manière à les entreposer en cave pour le faire vieillir.

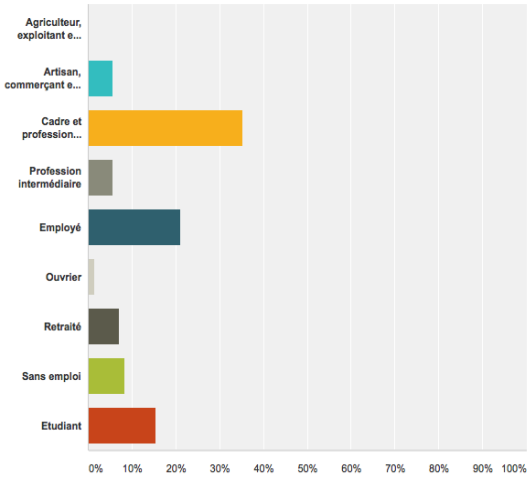
De manière à axer le projet sur une cible la plus juste possible, nous avons créé et mis en ligne un questionnaire via la plateforme de création de sondages «Survey Monkey», pour chercher à connaître les habitudes de consommation et les préférences du public par rapport au vin rosé, et travailler sur un concept en fonction des résultats observés.





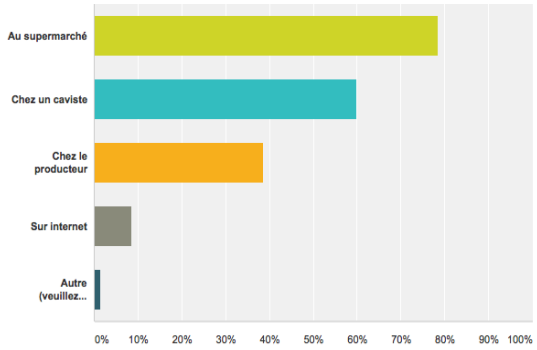
À quelle catégorie socio-professionnelle appartenez-vous ?

Réponses obtenues : 71 Question ignorée : 0



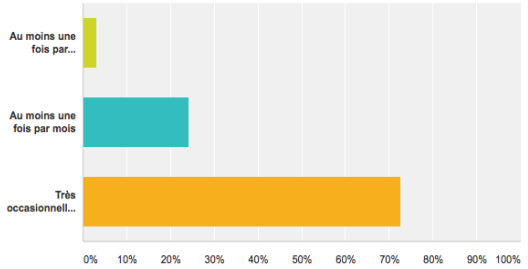
Où achetez-vous du vin (plusieurs réponses possibles) ?

Réponses obtenues : 70 Question ignorée : 1



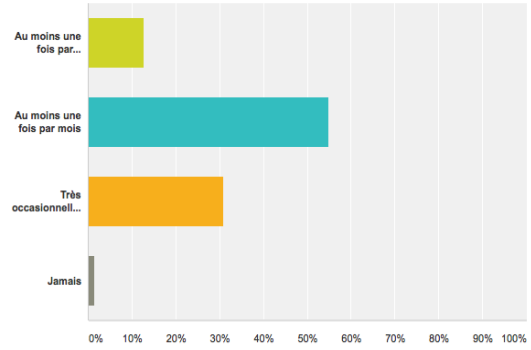
À quelle fréquence achetez-vous du vin rosé ?

Réponses obtenues : 66 Question ignorée : 5



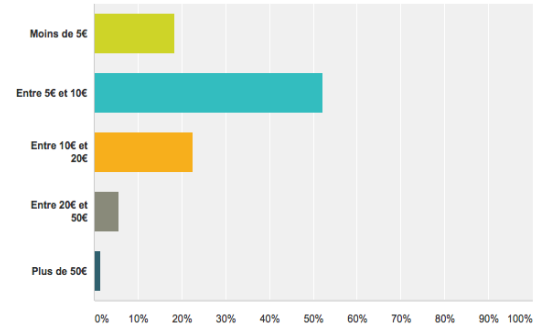
À quelle fréquence achetez-vous du vin ?

Réponses obtenues : 71 Question ignorée : 0



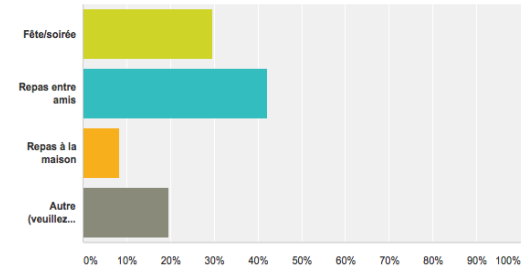
Combien dépensez-vous en moyenne pour une bouteille de vin ?

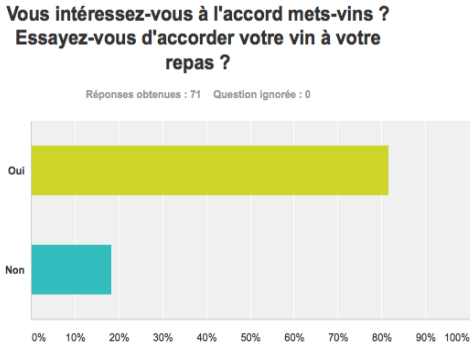
Réponses obtenues : 71 Question ignorée : 0

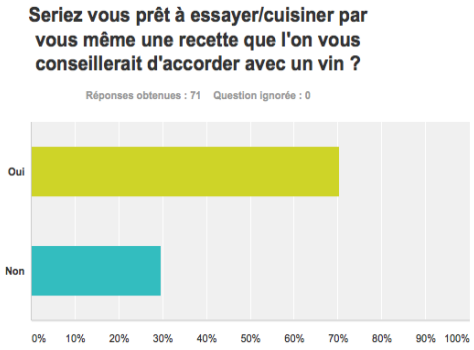


Dans quel contexte achetez-vous du rosé ?

Réponses obtenues : 71 Question ignorée : 0







À partir des réponses au questionnaire, nous avons choisi de développer un concept autour de l'accord mets-vin, d'habitude plutôt appliqué aux vins rouges et blancs.
En récoltant ces réponses, nous avons pu constater que les consommateurs de vin rosé sont en effet des consommateurs occasionnels : ils n'achètent pas du rosé pour le garder, mais potentiellement plus dans le cadre d'une fête, d'une soirée, ou d'un repas. Parmi ces consommateurs, une grande majorité s'intéresse à l'accord mets-vins, et serait prête à essayer une recette qu'on lui conseillerait avec un vin (sachant que dans cette dernière réponse, certaines personnes n'étant de base pas nécessairement intéressées par l'accord mets-vins se sont déclarées prêtes à essayer des recettes).

BORDEAUX ROSÉ : POSITIONNEMENT

Bordeaux Rosé est une appellation d'origine contrôlée dépendant du syndicat viticole des Bordeaux et Bordeaux Supérieur. Dans le Bordelais, environ 40 millions de bouteilles de rosé sont produites par année, ce qui représente 6% de la production de vins de Bordeaux. Parmi elles, on compte trois appellations d'origine contrôlée : le Bordeaux Clairet, le Crémant Rosé, et le Bordeaux Rosé.
Le Bordeaux Rosé provient de plusieurs cépages : le Cabernet Sauvignon, le Cabernet Franc, et le Merlot.
Il se fabrique soit par pressurage direct (les grappes sont directement pressées et le jus mis à fermenter), soit par saignée (les grappes sont mises en cuve, comme un vin rouge, et après une courte macération de 6 à 12h, la quantité de jus désirée est extraite de la cuve).
Le Bordeaux Rosé est un vin clair, aux arômes frais et fruités (on y décèle notamment des notes de pamplemousse, de groseille et de fraise). C'est un vin qui peut se conserver environ une année en cave.

Ayant eu l'occasion de rencontrer un sommelier et restaurateur voironnais, Nicolas Santi, nous avons pu notamment retenir de cette entrevue que le Bordeaux Rosé est un vin au goût plus soutenu que par exemple un rosé de Provence, et qu'on pourra donc plus facilement en faire un vin de table, que l'on pourra notamment très bien accorder avec de la cuisine asiatique, des grillades, ou encore la cuisine sucrée-salée.

CONCURRENCE :

La France étant le premier producteur de vin rosé mondial, la concurrence sera principalement interne au pays. Dans la production de rosés, les régions se plaçant en tête sont Rhône et Provence (avec 35% de production), ainsi que la région Languedoc-Roussillon (34% de production). Nous devrons donc nous démarquer principalement face à ces deux régions.

Rosés de Provence

Les rosés de Provence créent leur image de marque autour du fait que la région possède un savoir-faire et un antériorité en terme de production de rosés qui la place en tête dans l'esprit du consommateur.

Rosés du Languedoc-Roussillon

Les rosés du Languedoc-Roussillon, quant à eux, mettent en avant l'association du vin rosé à l'esprit des vacances et de l'été.

Rosés arrangés

Par ailleurs, il existe dans les vins rosés un concurrent commun à toutes les régions productrices : les vins arrangés. Partageant un cible relativement commune (jeune, consommation immédiate), les rosés arrangés, fabriqués à base de vins de mauvaise qualité, souvent importés (notamment d'Espagne et d'Afrique du Sud), et aromatisés. Ce vins étant très abordables en terme de prix, ainsi qu'en terme de goût pour les néophytes, c'est souvent vers eux que le public se tourne, augmentant l'amalgame entre rosé et vin de mauvaise qualité, puisque les premiers de ces vins arrangés à être apparus furent les rosés pamplemousse. Il nous faudra donc mettre en avant le côté qualitatif du Bordeaux Rosé face à ces vins arrangés.

BORDEAUX ROSÉ : IMAGE DE MARQUE

Le Bordeaux Rosé est rattaché aux dénominations Bordeaux et Bordeaux supérieur dont le logo apparaît ci-dessous.

BORDEAUX
BORDEAUX SUPÉRIEUR
Planète Bordeaux

Ce logo est représentatif d'une marque dont les valeurs sont clairement l'élégance et la simplicité. Les vins de Bordeaux sont réputés pour leur qualité gustative, et l'appellation Bordeaux dans le cadre de l'œnologie est un grand classique.

Ce sont ces caractéristiques que ce logo met en avant, de par une utilisation simple et épurée d'éléments uniquement typographiques.

La communication autour du produit d'appellation «Bordeaux Rosé» est basée sur le fait que le produit est un vin aux arômes fruités et floraux, présentant beaucoup de légèreté et de fraîcheur en bouche.
Le Bordeaux Rosé se présente, contrairement à l'appellation générale «Bordeaux/Bordeaux Supérieur», comme le produit «festif et tendance par excellence». Cependant, le rosé étant considéré en général comme un vin «festif» en général, s'appuyer sur cet argument pour l'image de marque en réduit l'impact : un consommateur non averti ayant souvent du mal à choisir une bouteille de vin lorsqu'il n'est pas conseillé (et la majeure partie des ventes se faisant dans la grande distribution), et finissant souvent par choisir au hasard, l'argument de «boisson festive» risque de le perdre dans la masse de toutes les autres bouteilles de rosé présentant cet unique argument.

Il nous semble donc important, à travers le projet que nous proposons, de rapprocher le Bordeaux Rosé de la marque «Bordeaux/Bordeaux Supérieur», en lui apportant une dimension plus qualitative, tout en gardant ce côté plus festif que le rosé peut apporter.

ÉDITIONS PRÉCÉDENTES

2. PROJET

PROBLÉMATIQUE

Les objectifs de communication que nous souhaitons développer dans ce projet sont, de manière générale, de susciter l'intérêt et de provoquer l'achat du produit « Bordeaux Rosé ».
Plus précisément, nous souhaiterions revaloriser le rosé, et plus particulièrement le rosé classique, de manière à gagner parts de marché sur les rosés arrangés, qui font partie des principaux concurrents du vin rosé en général.
Par ailleurs, notre projet se basera sur la mise en avant du vin rosé en tant que bon vin, et non en tant que vin « d'apéro », ou « pour l'été », comme il est souvent considéré. De plus, le Bordeaux Rosé ayant un goût plus relevé que les rosés de Provence par exemple, nous souhaitons mettre en avant ses qualités gustatives, qui font de lui un rosé recherché, équilibré, et de qualité.

CIBLE

Pour ce projet, notre cible principale sera les jeunes actifs, plutôt entre 20 et 35 ans, homme ou femme, et toutes CSP confondues. Nous nous adresserons à des personnes qui s'intéressent un minimum au vin et à son aspect gustatif (sans avoir besoin d'être un grand connaisseur ; il s'agit ici de guider le consommateur dans l'utilisation qu'il peut faire du Bordeaux Rosé, puisqu'il apparaît dans plusieurs études que les consommateurs non avertis ont souvent beaucoup de mal à choisir une bouteille et finissent par en prendre une au hasard).

MESSAGE

Un bon rosé peut tout autant se déguster qu'un bon rouge ou un bon blanc, mais il reste cependant accessible à tout le monde, ainsi que les recettes qui l'accompagnent, qui sont représentatives de la manière de consommer le rosé : avec simplicité, convivialité et dans l'immédiat.
Le rosé n'est pas uniquement un vin d'apéro, il a tout autant sa place à table et en accompagnement de repas que les vins rouges et blancs. Le rosé n'est pas un vin uniquement estival. Le Bordeaux Rosé et un vin goûtu, avec plus de caractère qu'un rosé classique, et de fait, il possède toutes les qualités d'un vin de table. Le moment de dégustation choisi serait donc plutôt lors de repas, ou d'apéritifs dînatoires.

«Le Bordeaux Rosé a toutes les qualité d'un vin de table et s'accorde très bien à vos repas.»

CONCEPT

Après avoir déterminé le fait d'utiliser l'argument culinaire comme axe de communication, nous avons choisi de développer ce concept autour de l'incitation à la cuisine et à la consommation judicieuse du Bordeaux Rosé.
L'idée est de proposer au consommateur des idées de plats avec lesquels il pourra boire du Bordeaux Rosé, et de lui en fournir la recette.
D'un point de vue graphique, nous avons pris le parti de nous orienter vers des visuels à connotation vintage, évoquant les menus écrits sur les tableaux ardoise dans les brasseries et les restaurants. Ainsi, nous souhaitons donner un esprit à la fois élaboré et convivial à l'identité visuelle du Bordeaux Rosé.

La particularité de ce projet est qu'il permet au consommateur de choisir sa manière de consommer le Bordeaux Rosé en fonction de différentes propositions. De plus, du fait de ces différentes propositions, nous ajoutons au projet une dimension de «collection», qui donne envie au consommateur de n'acheter non pas une fois mais plusieurs fois le produit.

LOGO

Le logo devant apparaître comme un médaillon sur le haut de l'étiquette, nous avons naturellement décidé de l'incruster dans une forme ronde.

Un dessin apparaissant sur l'avant de l'étiquette, le logo devait avoir assez de force visuelle pour ressortir malgré tout ; c'est pourquoi nous avons décidé d'utiliser des cernés très marqués sur le cercle extérieur ainsi que sur le «B». Cependant, ne voulant pas perdre le côté raffiné et qualitatif que nous souhaitons mettre en avant dans ce projet, nous avons utilisé une typographie plus fine pour le mot «rosé», pour créer un contraste visuel. Le «B» est alors retourné pour créer une ligne de force et une symétrie au centre du logo, qui permettent au mot «rosé» de ne pas flotter dans le vide.

Ce logo met en avant le côté à la fois goûtu et léger du Bordeaux Rosé.

ÉTIQUETTES

Pour l'étiquette, le principe serait de créer une étiquette qui fasse entièrement le tour de la bouteille, avec sur l'avant, le logo Bordeaux Rosé qui apparaît comme un médaillon en en-tête, et une illustration de plat (dont on proposerait plusieurs versions). Au dos de la bouteille, on retrouverait alors la recette de ce plat, et, de manière à ne pas boucher visuellement l'avant et le dos, les mentions légales seraient placées sur le côté.

L'idée pour les visuels est d'utiliser le principe de l'ardoise de restaurant, cette dernière évoquant un repas élaboré mais toutefois convivial.

Le fait de varier les différents types de plat laisserait la possibilité au consommateur de changer en fonction de l'occasion et du moment de consommation, et pourquoi pas de collectionner les bouteilles.

RAPPEL DE LA FORME DE L'ÉCREVISSE.
Repas raffiné.

Volum non pe solupti umendandus, omnihicit voluptat aut porerorum harit officatquata quam labo. Olorro et experum et int.lbus, consequi ipsaped et alia volut quam inute parupta

75 cl
XX% vol.

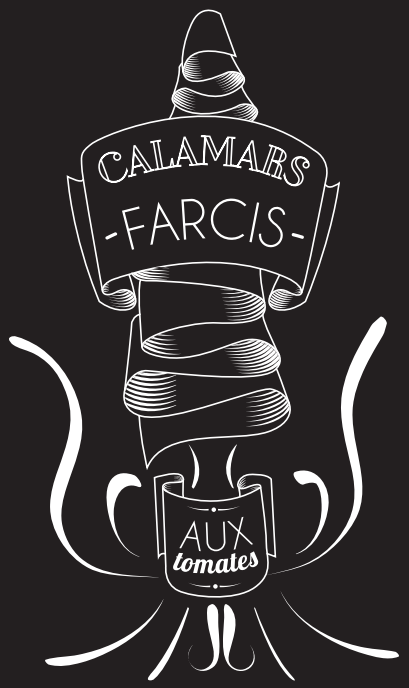
ÉCREVISSES
À LA BORDELAISE

– POUR 4 PERSONNES –

- 1kg d'écrevisses
- 2 oignons
- 2 échalotes
- 10 cl de vin blanc
- 100g de beurre
- 1 c.à.s. d'estragon haché
- 2 carottes
- 2 jaunes d'oeuf
- 1 gousse d'ail
- 1 bouquet garni
- cognac
- 1 c.à.s. de persil haché

Couper les légumes en brunoise, puis les faire suer avec 30g de beurre et le bouquet garni.
Assaisoner et réserver.
Rincer et châtrer les écrevisses. Les faire revenir dans la moitié du beurre, puis les flamber au cognac, et mouiller au vin blanc.
Ajouter les légumes, couvrir et laisser cuire pendant 10mn à feu doux.
Retirer les écrevisses et les tenir au chaud dans un plat creux.
Mettre les jaunes d'oeuf dans le jus de cuisson, puis, hors du feu, ajouter le reste du beurre en fouettant. Napper la sauce sur les écrevisses, et parsemer de persil et d'estragon.

RAPPEL DE LA FORME DU CALAMAR.
Apéritif dînatoire.



Volum non pe solupti umendandus, omnihicit voluptat aut porerorum harit officatquata quam labo. Olorro et experum et int.lbus, consequi ipsaped et alia volut quam inute parupta

75 cl
XX% vol.

CALAMARS
FARCIS
AUX TOMATES

— POUR 6 PERSONNES —

- 6 calamars
- 2 oignons
- 1/2 verre de riz
- 1 bouquet de persil
- 2 feuilles de laurier
- 3 tomates
- 2 jaunes d'oeuf
- 1 verre d'huile d'olive
- 1 noix de beurre

Détacher la tête des calamars, retirer la cartilage et ôter la poche à encre. Séparer la calotte des tentacules. Faire cuire le riz à feu moyen pendant 10mn, l'égoutter et le réserver.
Couper les tentacules en petits morceaux et les faire revenir dans 1/2 verre d'huile d'olive, avec l'oignon finement haché et la pulpe d'une tomate coupée en petits morceaux.
Assaisonner et ajouter le riz, ainsi que le persil finement haché. Mouiller avec 2 cl d'eau et laisser cuire à feu moyen pendant 15 minutes, puis, lier avec deux jaunes d'œufs et retirer du feu. Remplir les calottes aux 3/4 avec cette farce et les recoudre avec un fil solide. Faire revenir les calamars farcis à feu doux dans le 1/2 verre d'huile d'olive restant. Ajouter le sel, le poivre, le laurier, l'oignon restant râpé, ainsi que les 2 tomates restantes épluchées, épépinées et coupées en morceaux, et laisser cuire à feu doux pendant 15 minutes.

RAPPEL DE LA FORME DU LAPIN.
Repas estival.

Volum non pe solupti umendandus, omnihicit voluptat aut porororum hant officaiquata quam labo. Olorro et experum et intibus, consequi ipsaped et alia volut quam inute porupta

75 cl
XX% vol.

SAUTÉ DE LAPIN AUX LÉGUMES DU SOLEIL

– POUR 4 PERSONNES –

- 1 lapin en morceaux
- 1 aubergine
- 2 poivrons
- 5 cl d'Armagnac
- thym
- 3 courgettes
- 2 oignons
- 20cl de vin blanc
- 120g d'olives noires
- romarin

Faire rissoler le lapin dans une cocotte et assaisonner. Mouiller d'Armagnac, faire flamber et verser le vin blanc.
Faire revenir les oignons émincés dans une poêle pendant 15 minutes puis ajouter les légumes émincés et assaisonner. Laisser mijoter 15 minutes puis ajouter le romarin et le thym.
Verser le tout sur le lapin et faire cuire pendant 25 minutes. Ajouter les olives en fin de cuisson.

RAPPEL DE LA FORME DU CRABE.
Cuisine du monde.

Volum non pe solupti umendandus, omnihicit voluptat aut pererorum harit officatquata quam labo. Olorro et experum et initbus, consequi ipsaped et alia volut quam inute parupta

75 cl
XX% vol.

CRABE FARCI

— POUR 4 PERSONNES —

- 100g de chair de crabe
- 100g de porc haché
- 4 jaunes d'œufs salés
- 4 branches de coriandre
- 4 piments rouges émincés
- 8 carapaces de crabe
- 6 œufs
- 4 c.à.s. de sauce soja
- 2 c.à.c. de poivre
- 1 c.à.c. de sucre
- sauce tomate

Mélanger la chair de crabe et le porc haché avec un oeuf, la sauce soja, le poivre et le sucre.
Farcir les carapaces et en badigeonner la surface avec les jaunes d'œufs salés.
Décorer de feuilles de coriandre et de fines lamelles de piments. Disposer les carapaces dans une marmite à vapeur et laisser cuire 30 minutes, puis laisser refroidir.
Battre les 2 œufs qui restent et tremper les crabes farcis dans ce mélange. Faire chauffer l'huile à feu moyen et y plonger les carapaces jusqu'à ce qu'elles soient bien dorées, puis, agrémenter la chair de crabe d'un peu de sauce tomate.

RAPPEL DE LA FORME DU POULET.
Repas familial.

Volum non pe solupti umendandus, omnihicit voluptat aut pererorum harit officatquata quam labo. Olorro et experum et initbus, consequi ipsaped et alia volut quam inute parupta

75 cl
XX% vol.

POULET AU CITRON
ET TOMATES SÉCHÉES

– POUR 4 PERSONNES –

- 1 poulet en morceaux
- 1 cube de bouillon de volaille
- 1/2 bouquet de persil plat
- 200g de tomates séchées à l'huile
- 50g d'olives noires dénoyautées
- 1 c.à.s. d'huile d'olive
- 1 oignon
- 1 citron
- farine

Émincer l'oignon, et le faire suer dans une cocotte avec l'huile pendant 5mn. Ajouter les morceaux de poulet et les faire colorer. Saupoudrer de farine et mélanger.
Verser de l'esu à hauteur et ajouter le cube de bouillon, le citron coupé en fines tranches, les tomates, les olives et le persil. Couvrir et laisser cuire 45mn.

RAPPEL DE LA FORME DU CHAMPIGNON.
Repas d'hiver.

Volum non pe solupti umendandus, omnihicit voluptat aut pererorum harit officatquata quam labo. Olorro et experum et intibus, consequi ipsaped et alia volut quam inute parupta

75 cl
XX% vol.

RISOTTO AUX CÈPES & MASCARPONE

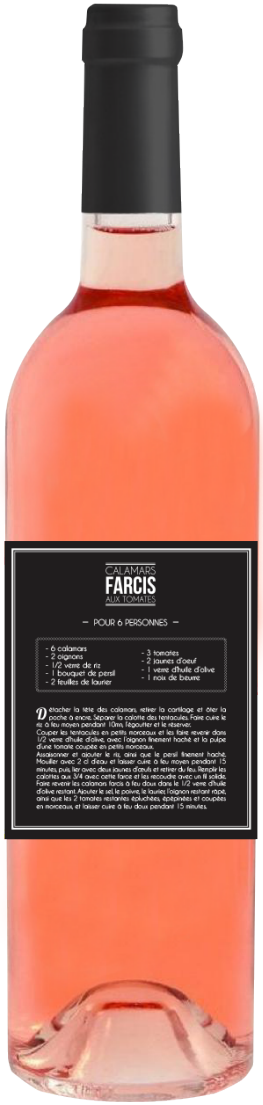
– POUR 4 PERSONNES –

- 350g de riz
- 50g de parmesan rapé
- 2 échalotes
- 13cl de vin blanc
- 2l de bouillon de viande ou légumes
- 200g de cèpes frais
- 40g de beurre
- 2 gousses d'ail
- 4 c.à.s. de mascarpone
- 1 c.à.s. d'huile d'olive

Faire revenir les cèpes coupées en rondelles, ainsi que l'ail et les échalotes finement hachés.
Ajouter le riz et mélanger pendant 2 minutes, puis ajouter le vin blanc et faire cuire à feu moyen en mélangeant pendant 1 minute. Ajouter 5 louches de bouillon sans arrêter de mélanger pendant la cuisson. Diminuer le feu sur un feu doux. Mélanger à nouveau et ajouter du bouillon dès que le riz a tout absorbé.
Répéter l'opération jusqu'à ce que le riz soit cuit. Puis, ajouter le beurre, le mascarpone et la moitié du parmesan. Poivrer et saler à votre convenance. Ajouter une dernière louche de bouillon et mélanger. Couvrir et laisser cuire encore 4 minutes sur un feu très doux.Servir en saupoudrant chaque assiette avec le reste du parmesan.

ROSÉ
CALAMARS
-FARCIS-
AUX
tomates

75 cl
XX% vol.

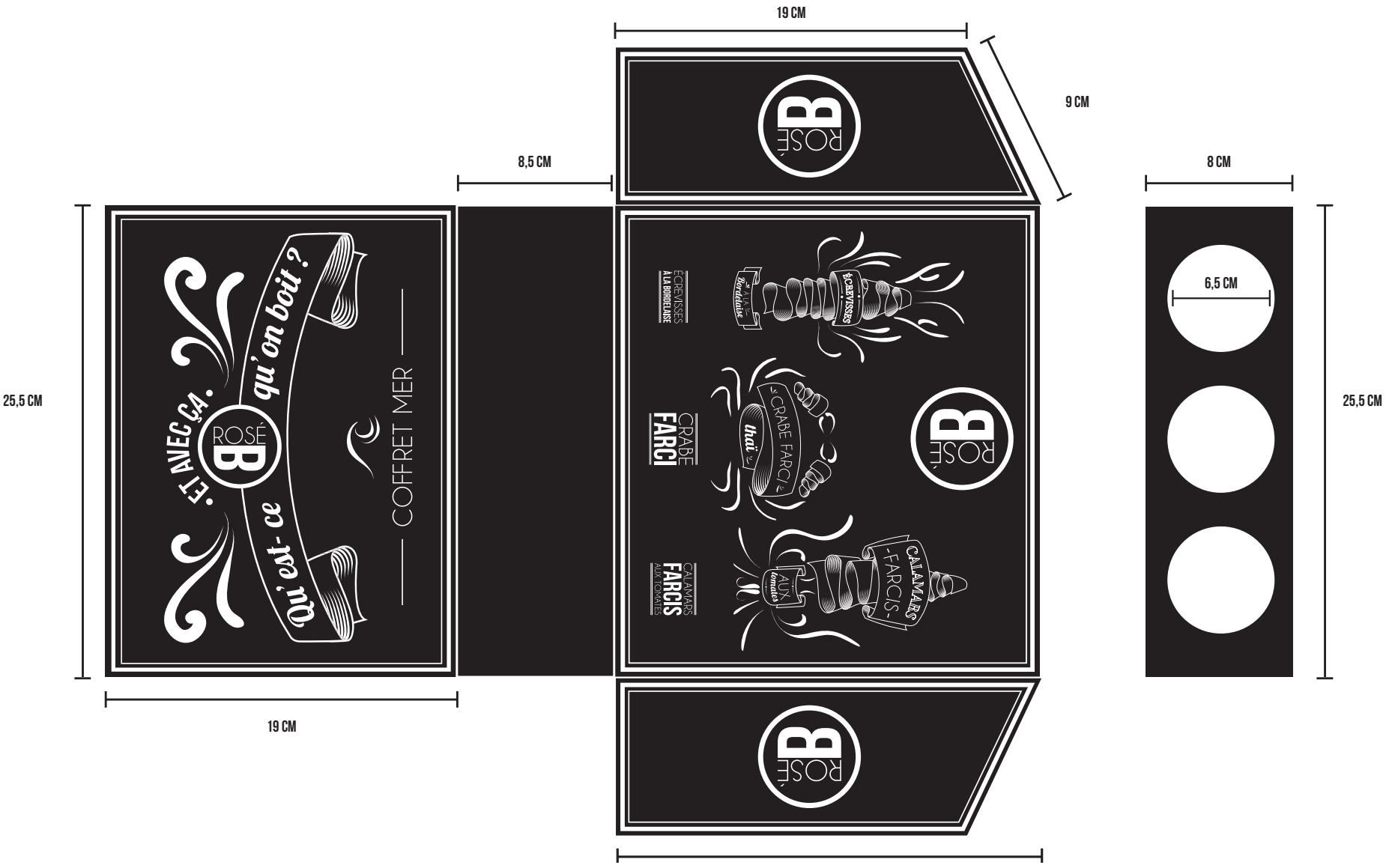

CALAMARS
FARCIS
AUX TOMATES
– POUR 6 PERSONNES –
- 6 calamars
- 2 oignons
- 1/2 verre de riz
- 1 bouquet de persil
- 2 feuilles de laurier
- 3 tomates
- 2 jaunes d'oeuf
- 1 verre d'huile d'olive
- 1 noix de beurre

PACK

FACE

DOS

CÔTÉ


19 CM
9 CM
8,5 CM
8 CM
6,5 CM
25,5 CM
25,5 CM
19 CM
ROSÉ B
Qu'est-ce qu'on boit ?
ET AVEC ÇA.
COFFRET MER
ÉCREVISSES À LA BORDELAISE
CRABE FARCI
CALAMARS FARCIS AUX TOMATES
CRABE FARCI
CALAMARS -FARCIS-

En plus de la bouteille vendue à l'unité, nous souhaitons proposer, en un nombre d'exemplaires plus limités, un concept de coffrets, qui peuvent servir autant de coffrets cadeau que de coffrets de collection.

Le principe de ces coffrets serait de regrouper les recettes par thèmes (mer, viandes, tapas, cuisine asiatique...) que le consommateur pourra choisir selon ses préférences culinaires.

À l'intérieur d'un coffret, on trouvera 3 bouteilles de Bordeaux Rosé, accompagnées de 3 «cartes recettes» collectionnables.

ÉCREVISSES
À LA BORDELAISE

— POUR 4 PERSONNES —

- 1kg d'écrevisses
- 2 oignons
- 2 échalotes
- 10 cl de vin blanc
- 100g de beurre
- 1 c.à.s. d'estragon haché
- 2 carottes
- 2 jaunes d'œufs
- 1 gousse d'ail
- 1 bouquet garni
- cognac
- 1 c.à.s. de persil haché

Couper les légumes en brunoise, puis les faire suer avec 30g de beurre et le bouquet garni.
Assaisonner et réserver.
Rincer et châtrer les écrevisses. Les faire revenir dans la moitié du beurre, puis les flamber au cognac, et mouiller au vin blanc.
Ajouter les légumes, couvrir et laisser cuire pendant 10mn à feu doux. Retirer les écrevisses et les tenir au chaud dans un plat creux.
Mettre les jaunes d'œufs dans le jus de cuisson, puis, hors du feu, ajouter le reste du beurre en fouettant. Napper la sauce sur les écrevisses, et parsemer de persil et d'estragon.

SOUS-VERRES

RECTO

VERSO

RECTO

SAUTÉ
DE LAPIN
AUX
légumes
du soleil

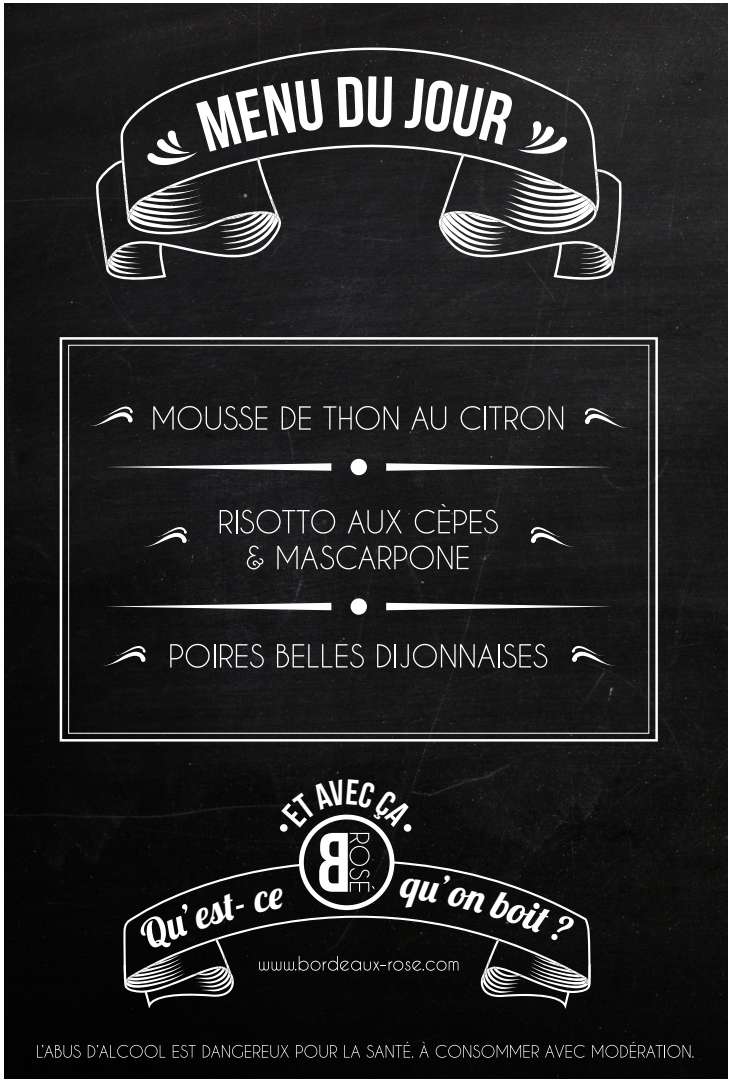
RISOTTO
AUX
Cèpes
& MASCARPONE

POULET AU CITRON
THYM
& tomates
séchées

VERSO

AFFICHES

ET AVEC ÇA
Qu'est- ce qu'on boit ?
SAUTÉ DE LAPIN
AUX LÉGUMES
DU SOLEIL
POULET
AU CITRON
ET TOMATES SÉCHÉES
MILLE FEUILLES
D'AUBERGINES
AU POULET
MINIS POIVRONS
FARCIS
À LA HONGROISE
CALAMARS
FARCIS
AUX TOMATES
RISOTTO
AUX CÈPES
& MASCARPONE
CREVETTES
SAUCE AIGRE DOUCE
CRABE
FARCI
ROULEAUX DE PRINTEMPS
AVOCAT
& CREVETTES
ÉCREVISSES
À LA BORDELAISE
BORDEAUX
rosé
L'AUTRE
ROSÉ
L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.


MENU DU JOUR
MOUSSE DE THON AU CITRON
RISOTTO AUX CÈPES
& MASCARPONE
POIRES BELLES DIJONNAISES
ET AVEC ÇA
Qu'est- ce qu'on boit ?
www.bordeaux-rose.com
L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

MENU DU JOUR
CALAMARS FARCIS
AUX TOMATES
SAUTÉ DE LAPIN
AUX LÉGUMES DU SOLEIL
RIZ À L'IMPÉRATRICE
ET AVEC ÇA
Qu'est- ce qu'on boit ?
Toutes les recettes sur :
www.bordeaux-rose.com
L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

MENU DU JOUR
ROULEAUX DE PRINTEMPS
À L'AVOCAT & AUX CREVETTES
ÉCREVISSES
À LA BORDELAISE
TIRAMISU AUX FRAMBOISES
ET AVEC ÇA
Qu'est- ce qu'on boit ?
Toutes les recettes sur :
www.bordeaux-rose.com
L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

BUDGET

Pour la réalisation de ce projet, en partant du principe que sur les 40 000 bouteilles de rosé produites dans le bordelais, un peu plus d'un tiers (soit environ 15 000) seraient du Bordeaux Rosé, nous devrions imprimer 15 000 étiquettes. Si on compte que le tiers de ces 15 000 bouteilles seront vendues en coffret, cela revient à 5001 bouteilles (donc le même nombre de cartes de recettes et de sous-verres), pour 1667 coffrets. Par ailleurs, il faudra compter aussi l'impression des affiches, que nous estimons ici au nombre de 5000. Ci-après l'évaluation des coûts de production de ce projet.

PRODUIT	FOURNISSEUR	PRIX UNITAIRE	NOMBRE	PRIX TOTAL
Étiquettes	Pixart Printing	0,55€	15 000	8 304€
Cartes recettes	Pixart Printing	0,03€	5 000	134.93€
Sous-verres	Onlin Printers	0,07€	5 000	334.57€
Packs	Pixart Printing	1.43€	5 000	2279,91€
Affiches	Pixart Printing	0,17€	1 600	864,67€