

SVF lance Grain d'Envie : le vin sans alcool, la tendance qui se confirme

SVF (Société des Vins de France), filiale de CASTEL, lance Grain d'Envie, une nouvelle gamme de vins de cépage sans alcool, en rouge et rosé.

En réponse aux nouvelles attentes de consommation, SVF, spécialiste des vins de cépage, innove et investit le segment du « sans alcool » après celui du « faiblement alcoolisé » avec iSK, également lancé par SVF en 2015.

SVF souhaite jouer le rôle de locomotive sur ce segment en pleine expansion, qui ne prive plus le consommateur du plaisir de savourer et partager du vin avec convivialité.

Grain d'Envie : le vin qui allie plaisir, goût et santé

Grain d'Envie rassemble tous les plaisirs du vin sans les inconvénients liés à l'alcool. Il est ainsi un produit de goût et de convivialité partagée qui continue à s'inscrire dans l'univers du vin.

Cette nouvelle marque est avant tout un vin avant d'être un « sans alcool ». C'est un vin rouge 100% Merlot et un rosé 100% Syrah : deux vins de cépage revendiqués aux saveurs typiques et reconnus du grand public.

Ce projet, initié depuis plus 3 ans, est l'expression du savoir-faire en matière d'œnologie et d'innovation de SVF et CASTEL. Grain d'Envie a bénéficié de toutes les étapes de vinification traditionnelles parfaitement respectées. La technique de l'osmose inverse a ici été maîtrisée de façon optimale pour désalcooliser les vins. Cette technique, déjà utilisée dans la filière, a l'avantage de préserver les arômes et les qualités organoleptiques des vins.

Grain d'Envie est ainsi une boisson sans alcool à base d'un vin de cépage, dans lequel le consommateur va retrouver les qualités gustatives et le plaisir du vin : texture, tanins, richesse aromatique... le tout avec 7 à 10 fois moins de calories que dans un vin classique, car sans alcool.

Grain d'Envie bénéficie aussi de tous les codes attractifs du vin : indication du cépage, typicité de dégustation « Frais & Fruité » pour le Syrah, « Rond & Intense » pour le Merlot, gravure d'un vignoble, médaille d'information...

Sans oublier un nom fortement évocateur de plaisir, qui donne « envie » d'essayer, avec une mention « sans alcool » visible et sans aucune ambiguïté.

La gamme Grain d'Envie sera commercialisée en GMS dès le mois de juin 2017 avec un PVC accessible de 3,20 € TTC pour toucher un public large.





Le vin sans alcool : une tendance à fort potentiel de développement

Les producteurs de vins effervescents et de bières l'ont bien compris, avec le « Sans alcool », le consommateur peut choisir sans frustration, ni culpabilisation sa boisson qu'il désire à tout instant.

Le vin se doit donc d'investir ce segment dont les cibles sont très hétérogènes. Ce que confirment les études menées par CASTEL depuis 2014*.

Les consommateurs du « sans alcool »

Consommateurs instantanés

- ✓ Boire ou conduire
- ✓ Prise de sang
- ✓ Interdit réglementaire
- ✓ Sportifs

Consommateurs transitoires

- ✓ Femmes enceintes ou allaitant
- ✓ Régime

Consommateurs structurels

- ✓ Raisons médicales
- ✓ Raisons confessionnelles

Consommateurs ponctuels et altruistes

- ✓ Ne pas boire d'alcool mais profiter d'un instant de convivialité avec des consommateurs de vin
- ✓ Acheter du vin sans alcool en pensant à ceux qui ne pourront pas en boire avec alcool

Le « sans alcool » en chiffres*

Bières sans alcool

- ✓ 19 millions de litres
soit 2% du marché de la bière
+ 7% en volume en 2016
+ 2,2 millions de foyers depuis 2014

Vins effervescents sans alcool

- ✓ 3 millions de litres
Soit 3,5% du marché
+ 7,3% en volume en 2016

Vins sans alcool

- ✓ 35% des consommateurs ne connaissent pas (contre 3% pour la bière)
- ✓ 44% des consommateurs de vins sont intéressés par le vin sans alcool
- ✓ 34% sont prêts à en acheter

* Sources IRI CAM P05-2015, Kantar CAM P08-2015, Etude Attitude Innovation 2014

Jusqu'alors, participer à un instant de consommation de vin sans pouvoir en boire, se résumait essentiellement à boire une autre catégorie de produit (soda, eau, jus de fruit, etc...).

Désormais, ne pas consommer d'alcool (de façon occasionnelle ou pérenne) ne prive plus le consommateur du plaisir de savourer ou de partager du vin, essence même de la convivialité.

Avec Grain d'Envie, le consommateur a plus facilement une alternative et peut profiter du plaisir unique qu'apporte la consommation de vin chaque fois qu'il en a envie, sans restriction.

Un lancement d'envergure et sans modération

Pour soutenir le lancement de Grain d'Envie et contribuer à développer le segment « vin sans alcool » dans la distribution française, SVF mise sur un lancement sans aucune modération et sur une campagne publicitaire au ton résolument impactant, interpellant et permissif.

Un plan de lancement complet et attractif est déjà annoncé par SVF à ses clients pour implanter et développer la catégorie du « sans alcool ».

La clé du succès sera de faire découvrir Grain d'Envie aux consommateurs, via :

- Des animations et dégustations qui seront organisées en magasin
- Un balisage en rayon (joutes de linéaire et réglettes) qui permettra d'expliquer le produit et de le faire émerger

Grain d'Envie sera aussi en offre exceptionnelle de lancement avec la promotion 100% remboursé par collerette sur le produit ; thématique qui a déjà fait ses preuves d'efficacité auprès des consommateurs.

Pour faire connaître le « sans alcool », Grain d'Envie va encore plus loin avec une campagne de communication qui viendra renforcer dès la rentrée de septembre ces actions de terrain. Cette communication se joue des codes du vin en mettant en scène des consommateurs dans un contexte de convivialité - partage, plaisir, goût - le tout avec le sourire et sans restriction sanitaire.

Autant de messages clairement impertinents et décomplexés puisque « sans alcool », donc sans aucune modération.

