



CHATEAU BEAULIEU
Depuis 1576

Stratégies d'accès aux grands marchés internationaux du vin.

Inventivité dans la création de marques,
Son rôle dans l'ouverture des zones d'approvisionnement
et le développement des ventes.

Par James de Roany, PGA Domaines - Château Beaulieu - Provence

Conférence du 7 mars 2008

PGA Domaines

– Groupe PGA Holding

- Distribution automobile
- Travaux publics
- Hôtellerie
- Finance-Capital-investissement
- Immobilier
- Et vin...

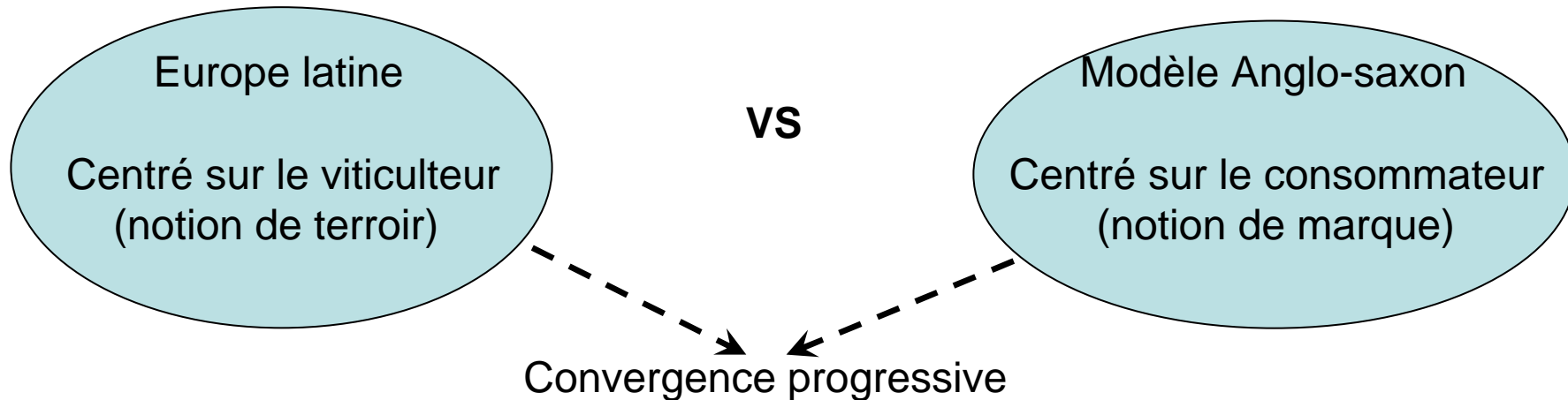
– PGA Domaines

- 4 Châteaux en Provence, 420 ha de vignes.
 - Château Beaulieu
 - Château des Gavelles
 - Clos des 3 sources
 - Domaine de Regusse
- 2 sociétés de négoce



Oser le marketing...

Constat de départ:



Émergence des notions
de marques et de cépage.

Prise en compte des territoires.

**Interaction entre l'origine et la marque.
Entre le terroir de production et le terroir de consommation.**

**Comment utiliser mon terroir de production pour valoriser mon
terroir de consommation?**

B/ Où en est la Provence viticole?

- ✓ 8 AOC, mais pas d'appellation régionale Provence.
- ✓ Perte de leadership.
- ✓ Renouvelle toujours la même chose et l'accentue même (campagne de publicité).
- ✓ Replis sur ses traditions (attitude de rente, tourisme).
- ✓ Jurassic Wine?

C/ Comment faire interagir le rosé et la Provence?

- ✓ Créer les tendances; donner le « la », écrire de nouvelles pages...
- ✓ Assurer le rôle de créateur de rosé...
- ✓ Comme dans la mode, on à tous les ans quelque chose de nouveau à dire.
Renouveler la collection... La gamme.
- ✓ Avoir un marketing d'audace, penser autrement (transversal/ latéral/ tout azimut).

C/ Comment faire interagir le rosé et la Provence?



Dans l'attente d'une AOC Provence... par la marque semi figurative « Rosé de Provence »!

Et cela intéresse qui ?



METRO



Capsule à vis



Et si on veut aller au bout du
« Fun »,
tout en sortant par le haut du cœur
de marché:

EROS

L'Élixir d'amour.



Le rosé le plus chaud
de l'été.

ET LA PHASE SUIVANTE DU BUSINESS MODEL-PGA DOMAINES?

Capitaliser sur l'interaction Marque « Beaulieu »/ terroir « Provence »/ Phénomène de consommation rosé

Constat:

- ❖ Une vraie marque mondiale: 1 million de caisses!
- ❖ L'outil végétatif et de vinification est atomisé.
- ❖ Possibilité de contractualiser les approvisionnements.
- ❖ Peu de savoir faire marketing et commercial.

Solutions:

Associer les 3 grandes familles (New Deal).

- ❖ La cave particulière.
- ❖ Le négoce.
- ❖ La coopération.

La marque
aux 2000
ans
d'histoire



La crédibilité
du château

L'ombrelle
Provence



CHATEAU BEAULIEU
Depuis 1576

Merci de votre attention

Contact: jderoany@pgadomaines.com

<http://www.pgadomaines.com>