



MARKETING Spécial contenants alternatifs

Maison Le Star référence son vin en canette chez Carrefour

PACKAGING

Le négociant bordelais Maison Le Star lance Le Star, un vin conditionné en canette slim de 25 cl. Un conditionnement a priori taillé sur mesure pour l'exportation où il a obtenu des succès « significatifs » en Russie, aux Pays-Bas et en Finlande et engrangé de « belles touches » aux États-Unis et en Chine. Il a quoi qu'il en soit décroché un référencement chez Carrefour. Maison Le Star, qui avait vu le lancement de ce nouveau produit perturbé par la crise du coronavirus, entend désormais profiter de cette dernière pour promouvoir un packaging garantissant un contenu pur, parfaitement isolé de son environnement et adapté à une consommation individuelle, tout en mettant en avant ses qualités écologiques : légèreté pour un impact carbone

amoindri lors du transport et recyclabilité. Le Star se décline dans les trois couleurs et dans une version monocépage : merlot pour le rouge, grenache pour le rosé et colombar pour le blanc. Les deux premiers sont des IGP pays-d'oc, le troisième est une IGP côtes-de-gascogne. La canette est habillée d'un design « très fun », lookée à la française pour revendiquer l'origine des vins qu'elle contient. 300 000 canettes ont été produites à ce jour (PVC : entre 1,50 et 1,70 €). À noter que la société GRM, rachetée depuis par Maison Le Star, s'était déjà essayée au conditionnement en canette en 2014 avec un rosé pamplemousse baptisé Be Pink, puis un muscat effervescent en vin de France sous la marque Be Fizz. ■ **Claudine Galbrun**