Les habits du vin

avant | après

made in mouse®

2021

Quelques habillages signés par l'agence made in mouse, entre 1992 et 2021

Pour la grande majorité des vignerons, créer ou changer une étiquette est un acte hautement symbolique, objet de toutes les attentions, un territoire de croyances, d'idées reçues, parfois synonyme de crispations. Nous en avons fait à l'agence, depuis 1992, une passion et une spécialité.

Dans les faits, nous avons surtout passé du temps à apprendre et à comprendre des codes, souvent ancestraux, construits avec des matériaux aussi différents que la géographie, l'histoire, la fantaisie, la typographie, la couleur, la forme... et nous avons compris à quel point la marge de manœuvre est étroite sur le plan créatif. Un fantastique exercice de construction, d'analyse, de recherche de différences pour aboutir à une forme "d'engagement original".

Le vin s'habille. Il se doit d'être habillé de façon "originale" pour prolonger l'esprit de ses créateurs. Férus d'images ou aveugles, les vignerons (seuls ou regroupés) vivent avec leurs bouteilles et entretiennent une relation affective avec leurs habillages. Quelle que soit la démarche de construction de "l'aspect" du vin (une rencontre avec un designer, une agence, une création personnelle, familiale, historique, un hasard, un sandwich créatif plus ou moins harmonieux), l'expérience nous prouve qu'il y a toujours une forme de connivence entre les vignerons et les habits de leurs vins.

Ils offrent aux regards des autres et particulièrement aux consommateurs une image qui peut être sophistiquée, simple, nature, classique, destroy, décalée, nostalgique, mode, désuète, froide, gourmande, vivante, joyeuse...

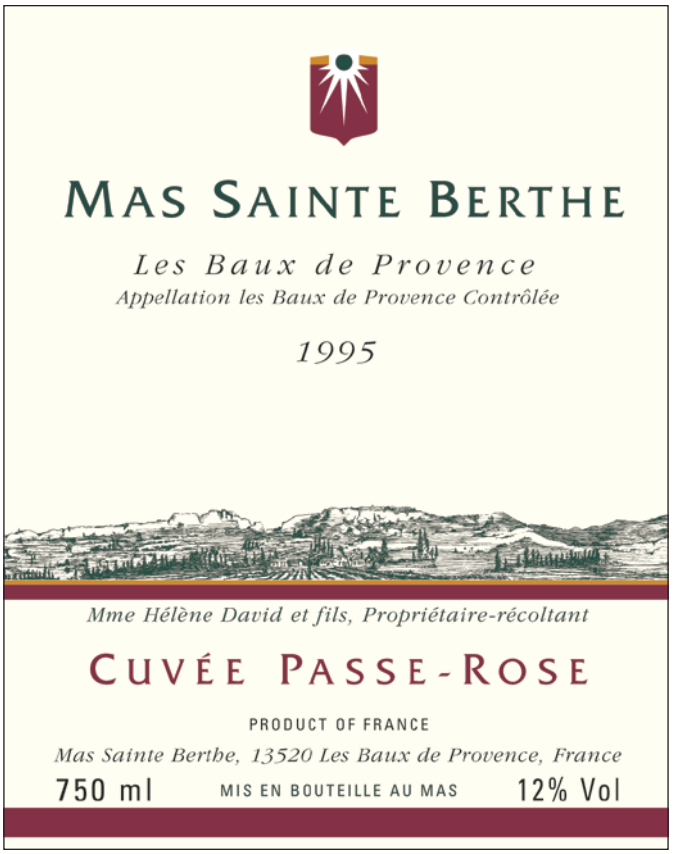
La forme de la bouteille, la couleur du verre, le bouchon à vis ou le bouchon en liège ou autre matériau, la capsule (qui offre des matières, des couleurs, des hauteurs différentes), l'étiquette (et éventuellement la collerette, avec un champ des possibles immense), la contre-étiquette à rallonge... tout ceci fait de chaque flacon un "être" unique.

Se réfugiant souvent derrière l'argument de la pseudo-subjectivité de l'image ("Ah les goûts et les couleurs !"), contestant même l'existence de toute forme de technique, un grand nombre d'acteurs du monde du vin considèrent que l'habillage constitue une forme de futilité, une sorte d'obligation sans intérêt.

Haro sur les "buveurs d'étiquettes" et les gens de marketing qui privilégient la forme sur le fond, l'image sur le précieux liquide. Il y aurait pour certains deux camps : ceux qui aiment le vin et qui donc détestent l'idée qu'un habillage puisse revêtir une quelconque importance, et les autres...

Mais voilà, le raisonnement est trop simpliste. Entre les besoins d'un "bleu" qui avec énergie construit une image pour ses vins en rupture afin d'accélérer le développement de sa notoriété et un héritier qui n'ose pas toucher à l'étiquette désuète créée par le grand-père ou ses aînés et qui vend tous ses vins très chers, il y a un monde !

David Hairion
Président-fondateur



mas sainte berthe / 1992

Première approche de “l’imagerie” et des noms du vin, en 1992.

château romanin / 1992-2003

Une approche innovante du marketing du vin...

la vieille ferme / 2003

Lifting “engagé” : de la façade de la ferme aux animaux de la basse-cour...
La naissance du “chicken wine”.

oucitan / 2005

Une nouvelle marque pour “coiffer” les multiples AOC du Languedoc,
ou jouer avec la croix.

château beaulieu / 2002

Rachetée par PGA (Pierre Guénant Associés), cette exploitation viticole nous a confié sa stratégie d'image.

la chablisienne / 2007

Pas si petit, bien sûr ! Un joli nom pour accompagner une nouvelle identité de marque.

la chablisienne / 2007-2012

Plus de 45 produits, une segmentation complexe, un lifting radical.

avant | après

château grenouilles / 2007

Situé en plein cœur des grands crus, au pied du coteau de Grenouilles,
le domaine de Château Grenouilles est un ensemble exceptionnel et unique à Chablis.

avant | après

famille perrin / 2011

Nouvelle identité nominale, nouvelle identité visuelle (typographie et blason), nouvelle gamme (plus de 40 vins...).

avant | après

beaucastel / 2011

Ou comment lifter avec doigté un pack mythique !

avant | après

château la coste / 2014

Recherches autour de l'expression de l'excellence...

avant | après

mouthes le bihan / 2011

Un vin “de picole”, impactant chez les cavistes...

bailly lapierre / 2012

La Réserve brut, un crémant de Bourgogne qui offre un rapport qualité-prix éternellement exceptionnel, un repère.

bailly lapierre / 2010

Vive-la-joie, crémant de Bourgogne très haut de gamme, bulles exceptionnelles.

nuiton-beaunoy / 2011

Une nouvelle marque pour la “grande Bourgogne” (plus de 50 vins...).

château la coste / 2010

Un grand rosé de Provence.

château la coste / 2010

Un joli vin “nature”.

cosse-maisonneuve / 2010

Un poison pour les hygiénistes !

cosse-maisonneuve / 2010

Un hommage au cabernet franc !

piedlong / 2015

Un nouveau vin de la famille Brunier, issu des lieux-dits Piedlong et Pignan.

le pas de l’escalette / 2008

Subtilité et engagement.

avant | après

mouthes le bihan / 2011

Pérette et les noisetiers, le grand sémillon sur un terroir de silex...

sant armettu / 2008

la Corse, Propriano, le maquis, Myrtus...

domaine henri pellé / 2008

Une nouvelle identité pour ce beau terroir du Berry.

cosse et maisonneuve / 2012

Un malbec culte, douceur promise, rigueur et profondeur, tendresse contenue...

vignobles marie maria / 2015

Une nouvelle marque pour Madiran, terroir à la réputation antique, pour Crouzeilles et Plaimont...

château carpe diem / 2014

Castille, un joli rosé de Cotignac, en Provence

château la roque / 2016

La Cupa, fleuron du domaine historique du Pic Saint-Loup...

massaya / 2013

Au Liban, près du temple de Bacchus...

avant | après

vieux télégraphe / 2015

Un nom magique, un retour aux sources.

mino / 2013

Un petit vin de l'île de beauté.

millebuis / 2015

Vins fins de la Côte Chalonnaise, pépites des vignerons de Buxy.

château grand boise / 2007-2011

Le ravi, si tendre et si juste, face à la célèbre Sainte-Victoire.

avant
–
après

nicolas feuillatte / 2015

Lifting de l'identité visuelle pour gagner en lisibilité, en impact et en élégance.

verget / 2016

Exercice d'élégance pour la signature Verget.

la burgondie / 2016

Une nouvelle marque pour la Grande Bourgogne,
à l'assaut du monde.

les pallières / 2016

Que d'histoire à Gigondas !

avant | après

les pallières / 2016

Retour aux racines de cette propriété légendaire.

sainte nine / 2014

Un rosé pour Paris.

clos des fées / 2016

Les premiers pas d'un pinot noir qui sort de sa zone de confort.

château grand boise / 2017

Un nom “osé” pour traduire un engagement original !

maison richard / 2017

Deux marques “connexes” pour le CHR et les circuits bio. Un concept engagé : bouteilles consignées, vins bio, collection de terroirs, packs éco-responsable...

du kif / 2019

Un sacré nom ! KIF [kif] n. m. – 1853 : État de béatitude, de bonheur parfait. Le rosé bonheur !

cave de crouseilles / 2018

Pour la Cave de Crouseilles (Groupe Plaimont), un pack pour impacter en linéaire et défendre les jolis blancs du terroir de Madiran

avant | après

la ferme saint-roux / 2018

Nouvelle identité, nouveaux packs pour ce domaine originel qui pratique une agriculture bio

château des bertrands / 2018

Une nouvelle vie pour ce fleuron historique des Côtes de Provence !

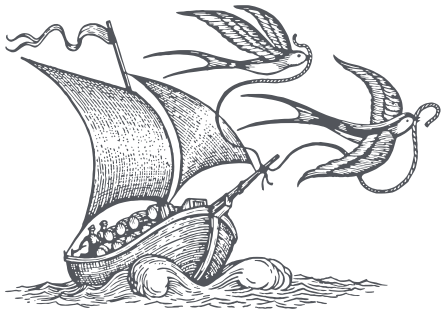
avant | après

pétale de rose / 2018

Lift “millimétré” pour cette cuvée icônique. Le premier rosé pâle provençal imaginé par Régine Sumeire il y a plus de 30 ans...

avant
–
après

LES VIGNERONS DE
TUTIAC
BORDEAUX



TUTIAC
TOUT BORDEAUX !

tutiac / 2019

Création d'une véritable identité de marque ou comment revenir aux sources de l'histoire et de la géographie...

avant | après

tutiac / 2019

Changement radical pour la gamme GD, ou comment une marque peut exister dans le rayon

avant
–
après

BARRIQUES D'OR

Les Pacherenc d'Or

les pacherenc d'or / 2019

Les Barriques d'Or deviennent les Pacherenc d'Or... Une évidence !

les pacherenc d'or / 2019

Comment le pack peut anoblir des vins rares, délicieux... qui ont tout pour séduire !

foo d'azille / 2019

Un nom osé et un pack élégant et minimaliste pour Didier Lacroix et ses associés, vignerons à Azille, dans le Minervois

avant | après

domaine dureil-janthial / 2020

Lifting, afin de mieux exprimer l'excellence !

camin larredya / 2020

Révéler une histoire, un engagement, une profondeur !

tout / 2020

Une collection imaginée pour Tutiac à destination du marché “trad”,
qui illustre toute la richesse des vins de Bordeaux

château de crouseilles / 2021

Une nouvelle vie pour la marque Crouseilles, emblématique de Madiran. Une nouvelle identité visuelle, fondée sur le chrisme qui apparaît dans toutes les églises romanes du pays du Vic-Bilh...

Vin, Gastronomie et Art de vivre

made in mouse®

11 rue des pommiers · bp 32 · 13520 maussane-les-alpilles · pays d'arles, france
tél. +33 (0)4 90 54 49 49 · www.madeinmouse.com