



Nouvelle identité pour CAVE DE LA CÔTE

La coopérative, au plus proche de ses vigneronns, mise sur l'innovation

CAVE DE LA CÔTE vit une étape importante de son histoire et sa nouvelle identité visuelle prouve ce virage vers la modernité. Tournée vers l'avenir, cette nouvelle apparence accompagne sa forte volonté de développer des produits toujours plus innovants, avec qualité et valeurs, sur un marché aux tendances volatiles. CAVE DE LA CÔTE est aujourd'hui fière d'appartenir à l'ensemble de ses vigneronns, artisans et créateurs, pour qui le vin est une passion. Elle souhaite démontrer qu'une coopérative, modèle souvent stigmatisé dans le passé, est capable de produire et de mettre sur le marché des vins de qualité en grande mais aussi en petite quantité, loin de l'image et du fonctionnement d'une grande maison industrielle.

Une nouvelle identité pour clarifier et transmettre un message fort

Une analyse de marché a démontré à la direction de CAVE DE LA CÔTE qu'une confusion se ressentait auprès de ses publics, au sujet de l'activité de l'entreprise. Loin d'être une machine purement industrielle, CAVE DE LA CÔTE a tenu à clarifier ses activités et ses valeurs au travers d'une identité plus contemporaine et un slogan explicite « L'Art et la Passion du Vin ». Un message fort qui reflète parfaitement l'esprit de la collectivité, où de petits et plus grands vigneronns confient à l'organisation de la coopérative la responsabilité de vinifier et de commercialiser leur production. CAVE DE LA CÔTE produit en effet plus de 200 crus et bientôt 35 cépages.

« Nous sommes un ensemble de 350 vigneronns artisans et créateurs. Nous élaborons des vins avec passion pour les goûts de nos différents groupes de consommateurs, ce qui nous permet de pérenniser les métiers de la vigne et du vin sur La Côte. Si nous allons bien, le vignoble va bien », explique Julien Hoefliger, CEO de CAVE DE LA CÔTE.

Pour son nouveau logo, l'entreprise a choisi de casser les codes en optant pour le cadre d'un tableau peint par un artiste, reflétant ainsi l'activité créative - presque artistique - dans l'élaboration des vins et la production du raisin. CAVE DE LA CÔTE, placé au centre du logo avec une typographie sobre et contemporaine, rappelle ses origines, son ancrage régional et son héritage. Si la couleur rouge exprime le vin, la passion et l'amour, ce nouveau logo a été réfléchi pour permettre à CAVE DE LA CÔTE de se développer en Suisse alémanique entre autres, un marché qu'il faut savoir surprendre dans le domaine du vin et séduire les nouvelles générations.



Les ambitions de CAVE DE LA CÔTE

Si CAVE DE LA CÔTE a, par le passé, traversé des années difficiles, la coopérative se porte mieux depuis deux ans. Elle a retrouvé les chiffres noirs, notamment grâce à une suppression de produits non rentables, des améliorations de processus et une revalorisation du portefeuille de produits.

« Aujourd'hui, mon objectif est de permettre à CAVE DE LA CÔTE de devenir une coopérative qui met en avant ses engagements responsables et de réactiver sa capacité d'innover que l'on retrouve dans le vignoble de La Côte qui, à mon avis, est aujourd'hui le plus dynamique dans le canton de Vaud. Cette « nouvelle viticulture » est basée sur toute une série de nouveaux vins et cépages développés par Changins depuis vingt ans, en particulier dans les rouges tels que le Gamaret, Garanoir, Divico ou encore le Gallota pour n'en citer que quelques uns. Des cépages qui, pour la plupart des gens, sont aujourd'hui encore inconnus », explique Julien Hoefliger.

La transition vécue en ce moment par CAVE DE LA CÔTE s'appuie sur sa faculté d'innover et de suivre le marché et ses tendances, sur des segments de produits où on ne l'attendait pas forcément, comme le bio et le vin « vivant » par exemple. L'entreprise souhaite faire redécouvrir les vins suisses et vaudois aux prochaines générations et ainsi les convaincre de les consommer. « Le dynamisme et l'innovation de La Côte sont encore trop peu connus, en particulier sur les vins rouges », précise Julien Hoefliger. Signe encourageant d'un avenir clément, CAVE DE LA CÔTE s'est distinguée, ces cinq dernières années, par de nombreuses récompenses et médailles en Suisse et à l'étranger.

Une coopérative proche de ses vignerons

CAVE DE LA CÔTE tient à démontrer que le modèle de coopérative a de l'avenir. Par son intermédiaire, elle met le producteur en contact avec le consommateur. De plus, elle lui assure également une mise en avant et lui garantit un revenu équitable. Même s'il est difficile de toujours assurer l'authenticité du terroir et de la tradition alors que les tendances sont extrêmement changeantes sur le marché du vin, CAVE DE LA CÔTE peut compter sur son outil de production flexible et sur son savoir-faire qui lui permettent de produire des vins de terroir dans la tradition vaudoise, tout comme des vins de marque avec de nouveaux cépages ou des cépages internationaux.

CAVE DE LA CÔTE en bref

80

collaborateurs

350

vignerons sociétaires
qui livrent leurs
productions

30

cépages

50

fournisseurs historiques -
hors sociétaires - qui
fournissent des raisins
depuis plusieurs années

Vos contacts

Elitia Communication
Méline Neuhaus
Directrice de Communication & RP
Business Center A-One, A5
1180 Rolle
m.neuhaus@elitia.ch
079 249 20 31

CAVE DE LA CÔTE
Julien Hoefliger
CEO
Chemin du Saux 5
1131 Tolochenaz
julien.hoefliger@uvavins.ch
079 797 60 11