

07-
COMMUNICATION
COMMUNICATION

DOCUMENT

07-
COMMUNICATION
MÉDIA
INFORMER

01-TEMPS
MANGER
BOIRE
ALCOOL
VIN



07-
COMMUNICATION
COMMUNICATION

DOCUMENT

07-
COMMUNICATION
MÉDIA
INFORMER

01-TEMPS
MANGER
BOIRE
ALCOOL
VIN



07-
COMMUNICATION
COMMUNICATION

DOCUMENT

07-
COMMUNICATION
MÉDIA
INFORMER

01-TEMPS
MANGER
BOIRE
ALCOOL
VIN



07-
COMMUNICATION
COMMUNICATION

DOCUMENT

07-
COMMUNICATION
MÉDIA
INFORMER

01-TEMPS
MANGER
BOIRE
ALCOOL
VIN

étiquette de vin

L’étiquette de vin est un élément essentiel apposé sur la bouteille, à la fois support d’information, outil réglementaire et vecteur de communication. Elle permet d’identifier clairement le vin en mentionnant des données obligatoires telles que l’appellation d’origine ou l’indication géographique, le nom du producteur ou du négociant, le volume, le titre alcoométrique et l’origine du produit. À ces mentions légales peuvent s’ajouter des informations facultatives comme le millésime, les cépages, des conseils de dégustation ou des accords mets et vins. L’étiquette joue également un rôle déterminant dans l’acte d’achat, car son graphisme, sa typographie et son style contribuent à l’image de marque du vin. Elle peut raconter l’histoire d’un domaine, mettre en valeur un terroir ou affirmer un positionnement haut de gamme ou plus accessible. L’étiquette arrière, souvent plus pédagogique, complète l’étiquette principale en guidant le consommateur. Aujourd’hui, certaines étiquettes intègrent des éléments numériques comme des QR codes, renforçant le lien entre le producteur et l’acheteur.

étiquette de vin

L’étiquette de vin est un élément essentiel apposé sur la bouteille, à la fois support d’information, outil réglementaire et vecteur de communication. Elle permet d’identifier clairement le vin en mentionnant des données obligatoires telles que l’appellation d’origine ou l’indication géographique, le nom du producteur ou du négociant, le volume, le titre alcoométrique et l’origine du produit. À ces mentions légales peuvent s’ajouter des informations facultatives comme le millésime, les cépages, des conseils de dégustation ou des accords mets et vins. L’étiquette joue également un rôle déterminant dans l’acte d’achat, car son graphisme, sa typographie et son style contribuent à l’image de marque du vin. Elle peut raconter l’histoire d’un domaine, mettre en valeur un terroir ou affirmer un positionnement haut de gamme ou plus accessible. L’étiquette arrière, souvent plus pédagogique, complète l’étiquette principale en guidant le consommateur. Aujourd’hui, certaines étiquettes intègrent des éléments numériques comme des QR codes, renforçant le lien entre le producteur et l’acheteur.

étiquette de vin

L’étiquette de vin est un élément essentiel apposé sur la bouteille, à la fois support d’information, outil réglementaire et vecteur de communication. Elle permet d’identifier clairement le vin en mentionnant des données obligatoires telles que l’appellation d’origine ou l’indication géographique, le nom du producteur ou du négociant, le volume, le titre alcoométrique et l’origine du produit. À ces mentions légales peuvent s’ajouter des informations facultatives comme le millésime, les cépages, des conseils de dégustation ou des accords mets et vins. L’étiquette joue également un rôle déterminant dans l’acte d’achat, car son graphisme, sa typographie et son style contribuent à l’image de marque du vin. Elle peut raconter l’histoire d’un domaine, mettre en valeur un terroir ou affirmer un positionnement haut de gamme ou plus accessible. L’étiquette arrière, souvent plus pédagogique, complète l’étiquette principale en guidant le consommateur. Aujourd’hui, certaines étiquettes intègrent des éléments numériques comme des QR codes, renforçant le lien entre le producteur et l’acheteur.

étiquette de vin

L’étiquette de vin est un élément essentiel apposé sur la bouteille, à la fois support d’information, outil réglementaire et vecteur de communication. Elle permet d’identifier clairement le vin en mentionnant des données obligatoires telles que l’appellation d’origine ou l’indication géographique, le nom du producteur ou du négociant, le volume, le titre alcoométrique et l’origine du produit. À ces mentions légales peuvent s’ajouter des informations facultatives comme le millésime, les cépages, des conseils de dégustation ou des accords mets et vins. L’étiquette joue également un rôle déterminant dans l’acte d’achat, car son graphisme, sa typographie et son style contribuent à l’image de marque du vin. Elle peut raconter l’histoire d’un domaine, mettre en valeur un terroir ou affirmer un positionnement haut de gamme ou plus accessible. L’étiquette arrière, souvent plus pédagogique, complète l’étiquette principale en guidant le consommateur. Aujourd’hui, certaines étiquettes intègrent des éléments numériques comme des QR codes, renforçant le lien entre le producteur et l’acheteur.