

“Communication & Marketing”

Colloque organisé dans le cadre de Millésimages,
4^{ème} Festival International du Film sur La Vigne et les Spiritueux

Le 30 novembre 2004
Palais des Congrès de Bordeaux

La communication et le marketing sont devenus, en quelques années, des problématiques centrales de la filière vitivinicole. Au moment où le marché des vins est en pleine mutation et où la filière connaît des turbulences structurelles et conjoncturelles dans un contexte législatif mouvementé, le colloque sera l'occasion d'échanger et de réfléchir ensemble sur les stratégies et les politiques de communication et de marketing des entreprises de la filière vin et spiritueux, le but étant de comprendre et d'analyser la situation pour mieux cerner les enjeux

■ 14h00/14h30 : Accueil

■ 14h30/15h15 - Le monde vitivinicole est-il bien informé ?

Dans une filière constituée essentiellement de P.M.E. atomisées sur de grands territoires géographiques, l'information, qu'elle provienne de l'extérieur ou de l'intérieur de la filière, qu'elle soit technique, économique, politique ou touristique circule souvent mal, voire pas du tout. Quelle vision ont les viticulteurs Français de leurs homologues Australiens ou Chiliens? La circulation de l'information participe-t-elle de l'amélioration de la qualité du vin ?

Modérateur :

Jean-Michel Peyronnet (rédacteur en chef de la RVI)

Avec :

- Michel PONS, Directeur de la Communication ONIVINS
- René RENO, Président de l'INAO
- Jérôme BAUDOUIN, DU. VINICOM, RVF
- Gérard CESAR, sénateur de la Gironde
- Pierre TAIX, viticulteur et économiste

■ 15h15/16h00 - Le marketing est-t-il une réponse à tout ?

Face à une communication institutionnelle, souvent bridée, on oppose le marketing, plus agressif et plus ciblé. Mais le vin est-il un produit qui peut être «marketé» comme tous les autres produits? Tous les vins peuvent-ils être l'objet du marketing?

Modérateur :

Jean-Michel Peyronnet (rédacteur en chef de la RVI)

Avec :

- Federico CASTELLUCCI, Directeur Général de l'OIV
- Claude Fischler, directeur de recherche au CNRS
- Virginie de MARLES, Castel Frères, chef de groupe marketing international
- François FOUQUES-DUPARC, agence Blazon Design

■ 16h00/16h30 - Pause

■ 16h30/18h00 - Peut-on communiquer autrement ?

Face aux mutations des relations culturelles entre le vin et les consommateurs et face aux nouvelles contraintes économiques et sociologiques au niveau mondial, la filière vitivinicole doit trouver de nouvelles manières de communiquer sur le vin grâce, notamment, à des techniques alternatives, comme le tourisme, la valorisation du patrimoine ou en aidant à la formation des consommateurs

Modérateur :

Jean-Michel Peyronnet (rédacteur en chef de la RVI)

Avec :

- Federico CASTELLUCCI, Directeur Général de l'OIV
- Michel PONS, Directeur de la Communication de l'ONIVINS
- René RENO, Président de l'INAO
- Gérard CESAR, sénateur de la Gironde
- François FOUQUES-DUPARC, agence Blazon Design
- Nuno ALMEIDA Secrétaire Général de l'AREV

■ 18h00/18h15 - Conclusion

■ 18h15 : Cocktail offert par l'Office du Tourisme de Bordeaux

En partenariat avec :

