

DOSSIER DE PRESSE

MERCREDI 6 NOVEMBRE 2024
CAMPUS DE LA CCI - AVIGNON

2^{èmes} **LES**
RENCONTRES



*Changement climatique et consommation :
de nouvelles solutions !*

ZOOM SUR L'UNIVERSITÉ DU VIN

UN OVNI INCLASSABLE ET UNIQUE PARMI LES STRUCTURES DE FORMATION

- Un statut associatif depuis 45 ans
- Une implantation au coeur du vignoble des Côtes du Rhône, à l'initiative des acteurs viticoles, universitaires et politiques régionaux
- Deux missions:
 - › **Développer les compétences professionnelles de la filière vin**
 - › **Être ambassadeur de la « culture vin » auprès du grand public**

“ Nous formons à L'Université du Vin tous types de publics à tous les métiers de la filière (du vigneron au sommelier) et nous sommes les seuls à le faire.

Notre vision « œcuménique » de la filière vitivinicole, ne défendant aucune chapelle, aucun dogme, permet une indépendance totale dans nos décisions et nos actions. ”

1 L'Université du Vin c'est quoi ?

Organisme de formation, **l'Université du Vin** développe, dans son programme annuel, une centaine de formations professionnelles de quelques heures à plusieurs mois, pour les métiers de la vigne et du vin, sur les sujets très diversifiés.

- › Dégustation ;
- › Production ;
- › Management ;
- › Commercialisation ;
- › Œnotourisme ;

Son diplôme iconique « Sommelier-Conseil, Caviste » a vu plus de 2000 élèves diplômés en plus de 40 ans.



Une spécificité pédagogique unique.

Sa particularité réside dans la pluridisciplinarité et l'expertise pointue de plus d'une centaine d'intervenants et formateurs spécialistes des questions vitivinicoles, au fait des tendances techniques, économiques et sociétales qui caractérisent le monde du vin en France et à l'étranger.

A l'Université du Vin, il y a toujours une personne pour répondre aux questions les plus EXPERTES !

La reprise en 2022 de l'activité d'analyses sensorielles du LACO permet à l'Université du Vin d'étoffer ses compétences et services dans l'évaluation de tous types de boissons alcoolisées.

Un équipement professionnel...

L'Université du Vin, est dotée de nombreux équipements : laboratoires d'analyse sensorielle, centre de documentation rassemblant plus de huit mille ouvrages et mémoires d'étudiants, œnothèque pédagogique comprenant des centaines de références de vins français et étrangers qui constituent un cadre unique et spécifique à la connaissance de la vigne, et du vin.

...pour une double cible

- › **Professionnelle** : salariés ou chefs d'entreprises en développement de compétences, public en reconversion ou étudiants.
- › **Grand public** : formations dédiées, pour quelques heures ou un week-end, tout au long de l'année.

...avec un quadrillage de l'hexagone.

Suze-la-Rousse, Lyon, Paris, Bordeaux, Aix-en-Provence, Chambéry ou Avignon : des implantations partout en France.

2 Chiffres-clés 2023/24

720 jours de dégustation cumulés

(soit 2 dégustations par jour, non-stop, tout au long de l'année)

6500 bouteilles dégustées

80 thèmes de formation professionnelle

20 thèmes de week-ends amateurs ou séminaires à Suze-la-Rousse et Lyon

17 salariés

70 formateurs

Sur l'ensemble de nos ressources humaines :
52% hommes / **48%** femmes

2000 stagiaires /an

Dont **5%** d'étrangers

Organisme de formation parmi les **1^{ers}** certifiés

Qualiopi en 2020

7 formations certifiantes (dont 2 en cours de renouvellement) = 85% de l'activité formation France

7 sites de formation (Suze, Lyon, Paris, Bordeaux, Avignon, Chambéry ou Aix-en-Provence)

Nos stagiaires:

- › **Professionnels : 63%**
dont environ la moitié, actifs au sein de la filière, l'autre moitié en reconversion pour intégrer la filière
- › **Etudiants : 3%**
- › **Amateurs : 34%**

Notre chiffre d'affaires :

- › **= 1,7M€ / +50% en 5 ans**

Cette hausse s'appuie sur trois piliers :

- › **l'adéquation** de notre offre de formations aux attentes de la filière
- › **la qualité** de nos prestations et de nos formateurs
- › **Notre volonté** de rendre nos formations accessibles à un plus grand nombre (implantation géographique, formats innovants en e-learning)

3 L'Université du Vin, organisme de formation

Les formations peuvent être prises en charge par le compte personnel de formation des salariés (CPF) ou les employeurs.

Suivant le statut et l'activité professionnelle du stagiaire, il est possible de relever d'un des financeurs suivants (liste non-exhaustive) :

- › **VIVEA** : chef d'exploitation.
- › **OCAPIAT** : salarié(e) d'une entreprise du secteur agricole ou agro-alimentaire.
- › **AKTO** : secteur de l'hôtellerie-restauration.
- › **AGEFICE** : chefs d'entreprise / professions indépendantes.
- › **France Travail** : demandeurs d'emploi.
- › **Transition Pro** : salariés en reconversion professionnelle.

L'Université du Vin conseille les candidats sur les démarches de demandes de prise en charge des frais de formation, en collaboration avec les OPCO et les entreprises.



4 Les partenaires de l'Université du Vin

1. Universités et écoles partenaires

- › IUT de Valence
- › ISARA
- › SYNTRA Midden-Vlaanderen, Belgique

2. Partenaires institutionnels

- › Conseil Régional Auvergne Rhône-Alpes
- › Conseil Régional Région Sud
Provence-Alpes-Côte d'Azur
- › Conseil Départemental de la Drôme
- › Les Châteaux de la Drôme

3. Partenaires Vitivinicoles

- › **Inter-Rhône :**
Interprofession regroupant les acteurs de la Viticulture et du Négoce des Vins d'A.O.C de la Vallée du Rhône.
- › **Syndicat général des vignerons des Côtes du Rhône**



5 Perspectives de l'Université

Face aux enjeux de la filière vitivinicole, se former ou former ses équipes est clé :

s'adapter au contexte climatique, environnemental, réglementaire de plus en plus exigeant et mouvant autour de la production d'un vin, mais aussi aux évolutions constantes et significatives des habitudes de consommation et d'achat des clients.

Nos 2 missions sont plus que jamais d'actualité

1. Développement des compétences professionnelles de la filière vin

Adapter en permanence nos programmes de formations aux enjeux de la filière

Renfort des thèmes suivants :

- › Adaptation au changement climatique
- › Enjeux marketing et communication
- › Développement commercial



Développer l'accessibilité de nos formations

- › Nouveau format en alternance
- › Formation SCC * maintenant disponible à Suze-la-Rousse et Avignon
- › Formation Sommelier International 100% en anglais à Lyon
- › Renfort de notre présence et de notre offre sur Paris

Accompagner différemment la filière

Inciter à la réflexion, la recherche et l'action :

- › Événements du type « Rencontres »
- › Projet de Think Tank

2. Diffusion de la « culture vin » auprès du grand public

Développer l'accueil de groupes français et étrangers

- › Nouveaux aménagements à Suze-la-Rousse
- › Modes de commercialisation adaptés (salons tourisme, eductour,...)

Parler du vin en s'adaptant à de nouveaux usages pour tous les publics

- › Lancement fin 2024 d'une gamme de coffrets de dégustation en distanciel pour les amateurs
- › Proposition de prestations ludo-éducatives (jeux d'énigmes, ...)

* *Sommelier-conseil, caviste*

TÉMOIGNAGES

Formation remarquable et enrichissante sur le plan des connaissances et des compétences.

Léo G.
Juillet 2023

Intervenants de très grande qualité, une formation précise et rigoureuse mais qui a été rendue accessible et compréhensible. Je la recommande à 100%.

Jeanne B.
Juin 2023

Responsable d'une agence commerciale de distribution et commercialisation de vins : La certification apporte des compétences permettant d'être « plus à l'aise parce qu'on sait parler du vin, on n'a plus peur de dire ce que l'on ressent en goûtant un vin (vocabulaire adapté). On gagne aussi en crédibilité auprès des clients ».

Audrey F.
Mars 2024

Une formidable réussite conduite par des intervenants hors pair avec notamment une part importante autour de la pratique, et pas seulement théorique comme d'autres formations.

Christohe D.
Juin 2023





J'ai fait le choix de changer d'orientation en 2020 – pour faire ce dont je rêvais depuis longtemps : faire du vin, du « cep au verre ».

J'avais besoin :

- *d'une formation qualitative, théorique, pratique et transversale*
- *reconnue dans le milieu du vin, prérequis pour être crédible commercialement*
- *qui me permette de poursuivre mon activité professionnelle, avec aménagement du temps*
- *pas trop longue, donc pas scolaire, car il me reste peu d'année pour exercer...*

J'ai choisi l'Université du Vin exactement pour toutes ces raisons !

J'ai effectué les 3 certifications proposées en vue d'une installation/reprise de domaine viticole (viticulture, œnologie, management de domaine viticole)

Depuis septembre 2021, je suis vigneronne, à la tête d'un domaine - en cave particulière - de 12 ha de vigne dans le Languedoc...

Bien que 24h/jour soit insuffisant, je me sens suffisamment performante pour voir venir, le temps fera le reste...

Pour un nouveau domaine viticole qui arrive sur le marché, avoir été formé à l'Université du Vin est un véritable passeport de légitimité.

Judith M.

Parcours néo-vigneron 2020-21

(Certificat de viticulture, œnologie et management de domaines)

1 / 5

Intervenant

Michel Bernard

PRÉSIDENT DE L'UNIVERSITÉ DU VIN
DE SUZE-LA-ROUSSE

*" Changement climatique et consommation :
de nouvelles solutions "*



Michel Bernard

Canicule et sécheresse d'une part et baisse de la consommation d'autre part sont deux problèmes marquants de la viticulture aujourd'hui.

Leurs solutions peuvent être en partie liées si on prend la peine de repérer les meilleures.

Certaines réponses techniques face au changement climatique peuvent permettre de produire des vins plus proches des attentes des consommateurs (moins d'alcool, plus de fruité et de fraîcheur...).

Si leur efficacité reste mesurable, il est plus difficile d'apprécier l'intérêt des différentes orientations commerciales possibles.

Pouvons-nous être sûrs, et pour combien de temps encore de l'intérêt des vins sans alcool, des vins naturels, des « rouges légers », des vins en canette, des vins orange...

Toutes ces solutions peuvent-elles **s'appliquer aux vins de la Vallée du Rhône ?**

Pourtant, face aux difficultés, nous devons agir et toutes les initiatives doivent être envisagées. Gardons-nous seulement d'accorder trop de confiance à l'empirisme ou aux idées pseudo-novatrices.

Pour agir avec plus de certitude il faut **approfondir notre connaissance** des marchés et des **motivations des consommateurs** comme des non-consommateurs, du climat ou des **différentes émotions ressenties consciemment ou non** au cours de la dégustation.

L'Université du Vin reste attachée à sa mission fondamentale : **former et informer.**

Notre intention est de livrer aux acteurs de la filière viticole des informations qui pourront les aider à définir la meilleure stratégie pour leur entreprise.

2 / 5



Intervenant

Caroline Pozzo Di Borgo

INGÉNIEURE VIGNES ET VINS, FORMATRICE
À L'UNIVERSITÉ DU VIN DE SUZE-LA-ROUSSE

*" Le changement climatique :
nouvelles pratiques viticoles
et œnologiques "*

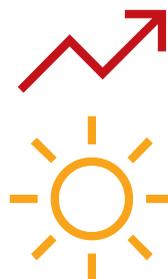
Caroline Pozzo Di Borgo

Changement climatique : État des lieux



+ 1,5°C depuis 1850
en France métropolitaine
(+1°C sur la planète)
mais accélération
depuis 1980

Source :
6^{ème} rapport du GIEC



Augmentation du nombre
de jours de grosses
chaleurs :
1,7 jour/an avant 1989
et **9,4 jours/an**
sur la dernière décennie

Source :
Météo France



Baisse des précipitations
et diminution de la
ressource en eau
renouvelable
(-14% depuis 1990)
et changement
du régime des pluies

Source :
Ministère de la transition écologique
et de la cohésion des territoires

Changement climatique : Effets induits



- Débourrement précoce
- Raccourcissement du cycle végétatif



- Plus d'alcool dans les vins



- Blocage de maturité
- Brûlures



- Moins d'acidité dans les vins
- Modification du potentiel aromatique



- Blocage de maturité
- Érosion massive

Caroline Pozzo Di Borgo

Adaptations au changement climatique : Au vignoble

1. **CONSERVATION
DES SOLS
VITICOLES**



2. **ADAPTATION
DU MATÉRIEL
VÉGÉTAL**



3. **GESTION
DE L'EAU**



4. **GESTION DE LA CANOPEE**



Changement climatique... effets induits

1. DIMINUTION DU TAUX D'ALCOOL

- Dé-sucrage des moûts
- Choix de levures à plus faible production d'alcool
- Évaporation sous vide partielle
- Techniques membranaires (osmose inverse)
- Distillation



2. AUGMENTATION DE L'ACIDITÉ

- Ajout d'acides organiques
- Bio-acidification
- Techniques membranaires

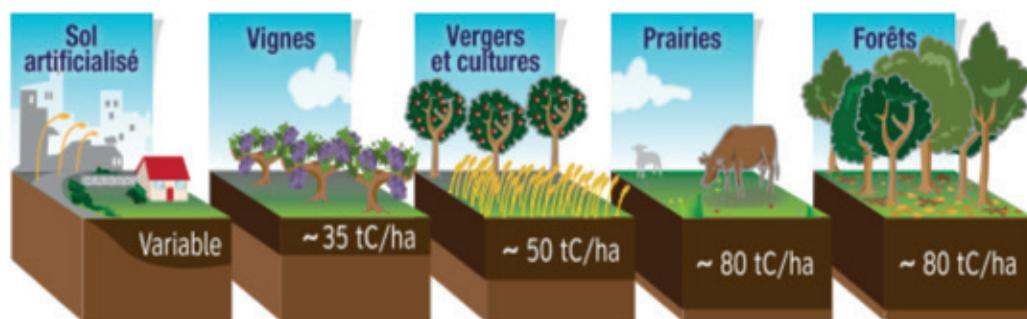


Caroline Pozzo Di Borgo

Atténuation du changement climatique : des pratiques novatrices de renouvellement du vignoble

1. NOTION DE « PIÈGES À CARBONE »

■ Variation des stocks de carbone organique selon l'affectation des sols en France



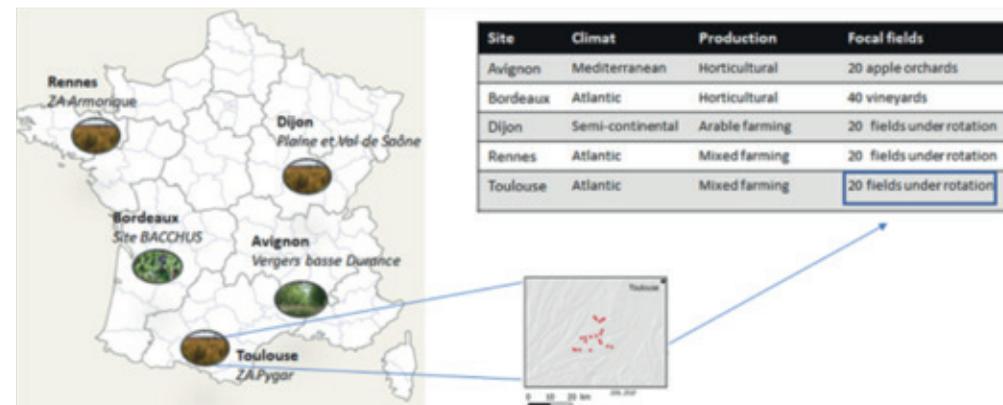
XX Estimation du stock de carbone dans les 30 premiers centimètres du sol

source GIS sol

Source :
ADEME carbone organique des sols

2. DESIGN LANDSCAPING

The French Landscape Monitoring Network



Source :
Agriculture Ecosystems and Environment nov 2022

Changement de paradigme : des changements de pratiques initiés par le consommateur

*Quels profils de vin
les consommateurs
demandent-ils ?*



*Quelle est
leur sensibilité
aux actions
environnementales ?*

Vers des pratiques viticoles meilleures gestionnaires des ressources naturelles ?

Vers des vins plus acides, plus frais ? De quelle couleur ?

Vers une viticulture plus intégrée dans son environnement ?

3 / 5

Entretiens croisés entre :

Intervenants

Animation
Guillaume
Mollaret
JOURNALISTE

Alejandro
Fuentes Espinoza, Ph.D.

CHEF DE L'UNITÉ ÉCONOMIE
ET DROIT À L'OIV

Jean-Philippe Perrouty

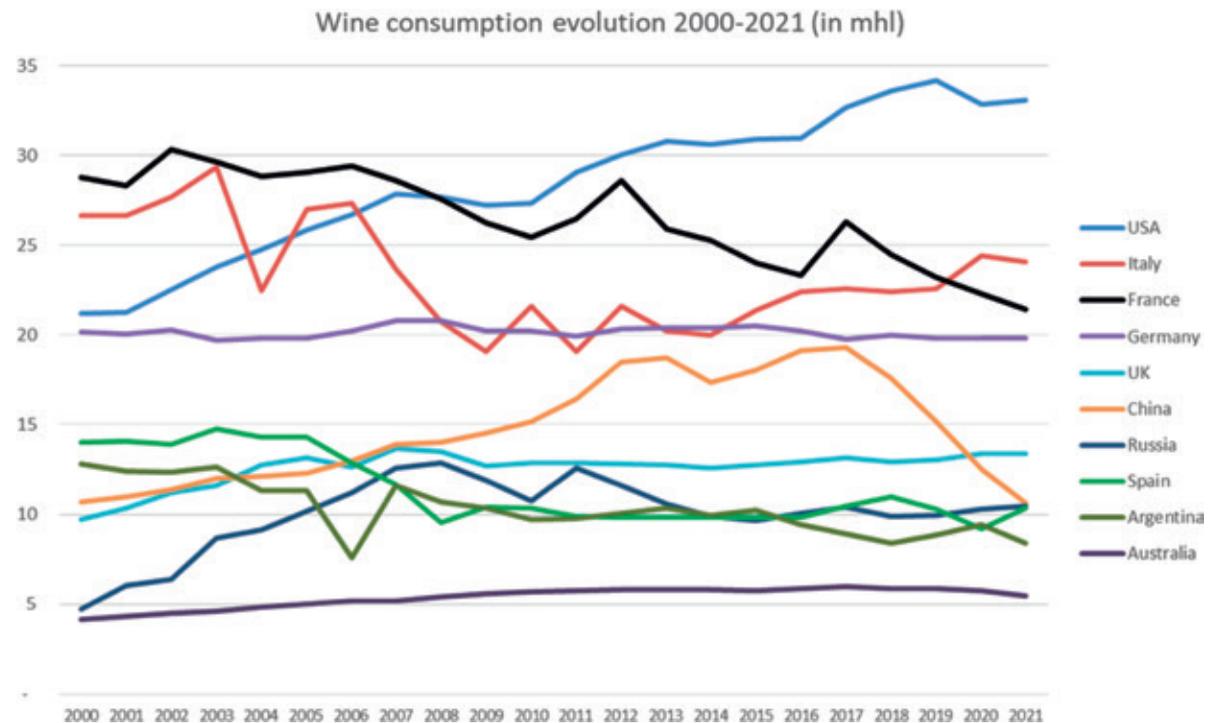
DIRECTEUR FRANCE IWSR

Alejandro Fuentes Espinoza, Ph.D.

APPROCHE PAYS

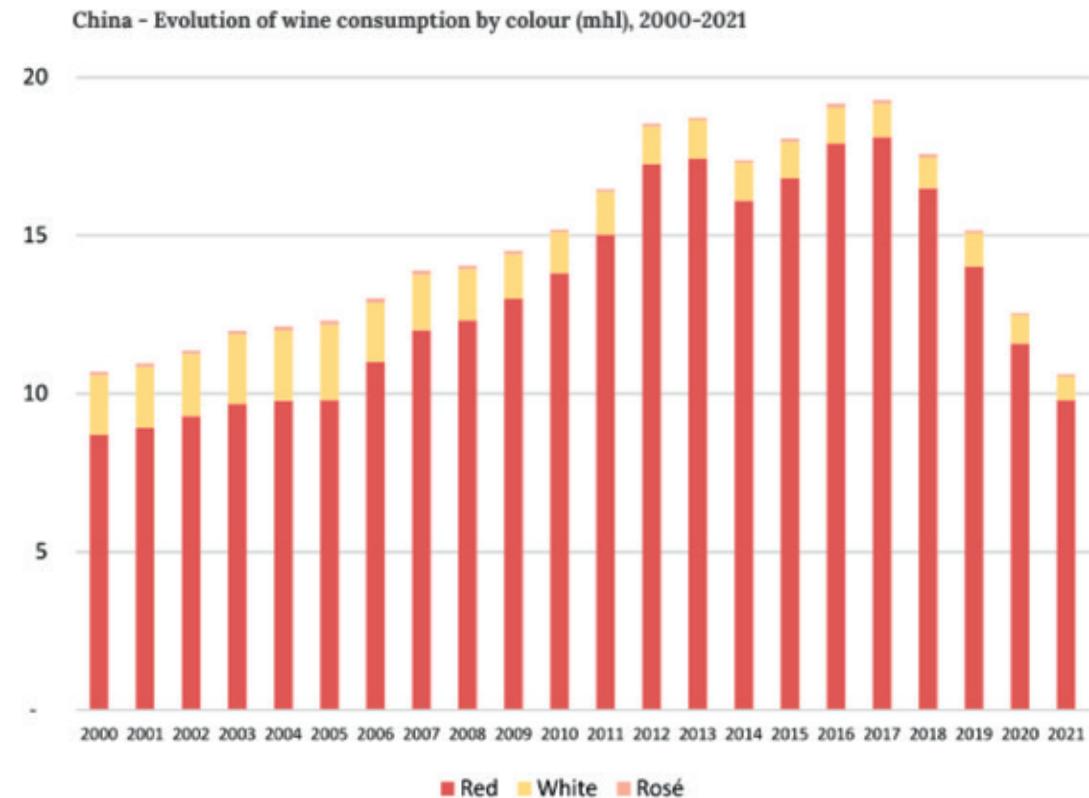
1- OÙ EN EST LA CONSOMMATION DE VIN DANS LE MONDE

Si la consommation globale baisse dans le monde, il faut avoir une approche par pays car les tendances de consommation peuvent être très différentes d'un pays à l'autre.



2- Y A-T-IL UN CHANGEMENT DANS LES PAYS RELAIS DE LA CROISSANCE MONDIALE DE CONSOMMATION ? QUELLES SERAIENT LES « POUCHES DE CONQUÊTE »

Les gros marchés traditionnels continuent à avoir des demandes de plus en plus spécifiques avec une consommation décroissante (cas de la Chine), quand d'autres pays, plus petits, voient leur propre vignoble et donc leur potentiel de consommation se développer avec une ouverture à l'international.



Source : evolution of world wine production and consumption by color (OIV 2023)

Alejandro Fuentes Espinoza, Ph.D.

APPROCHE PRODUIT

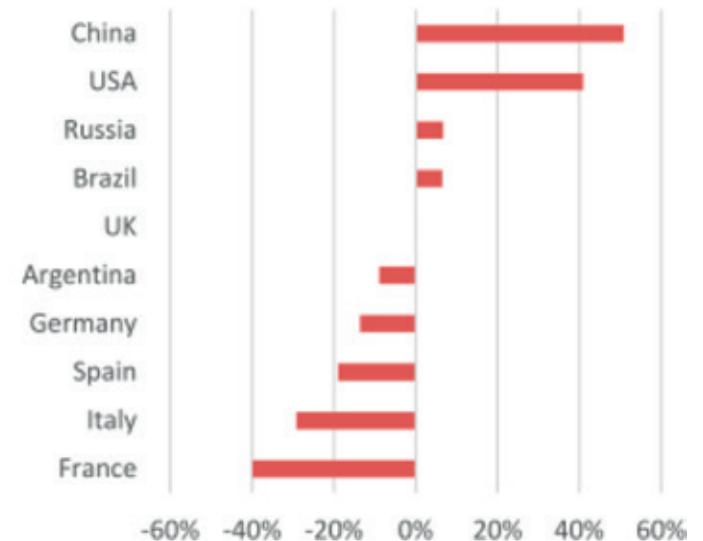
1- COMMENT SE TRADUIT LA BAISSSE DE CONSOMMATION PAR STYLE DE VIN ?

Nous constatons une nette baisse de consommation des vins rouges en Europe alors que la baisse, également constatée sur les blancs, est moindre.

Figure 37. Growth rate of white wine consumption (2000-2004 vs 2017-2021) in major wine-consuming countries



Figure 33. Growth rate of red wine consumption (2000-2004 vs 2017-2021) in major wine-consuming countries



Source : evolution of world wine production and consumption by color (OIV 2023)

2. QUELS PRODUITS PLAISENT AUX CONSOMMATEURS ?

Nous voyons se développer les vins désalcoolisés et partiellement désalcoolisés dont la consommation s'inscrit dans la durée.

Certains pays ont déjà établi des définitions concernant ces produits. L'OIV travaille actuellement au niveau international sur la définition de ces produits et des pratiques œnologiques qui vont accompagner ces produits.

Vins désalcoolisés, vins partiellement désalcoolisés sont 2 produits sur lequel l'OIV travaille afin de donner un cadre réglementaire harmonisé au secteur vitivinicole. D'autres travaux sont aussi en cours comme toute la catégorie des « boissons d'origine vitivinicole » qui sont sur le marché et qui commencent aussi à appliquer les techniques de désalcoolisation.

Alejandro Fuentes Espinoza, Ph.D.

APPROCHE SOCIOLOGIQUE

1. COMMENT LA TENDANCE À LA MODÉRATION SE MATÉRIALISE DANS LA SOCIÉTÉ ?

📍 FUENTES / 📍 PERROUTY

2. QUEL RÔLE DE LA PRISE EN COMPTE DE L'ENVIRONNEMENT DANS LA CONSOMMATION DU VIN ? QUELS PAYS Y SONT LE PLUS SENSIBLES ?

La segmentation du marché et des consommateurs est très présente et il existe des groupes de consommateurs qui ont des exigences de consommer des vins plus respectueux de l'environnement.

Les nouveaux défis du changement climatique, de l'environnement et des questions sociales doivent être perçus par le secteur comme une nouvelle source d'opportunités qui, si elles sont bien intégrées dans le modèle de production, deviennent des facteurs capables d'améliorer la rentabilité d'un acteur économique.

Les derniers 10-15 ans, nous avons observé une hausse de la consommation des vins biologiques, biodynamiques.

Historiquement, les pays développés sont ceux qui ont le plus tôt intégré les aspects environnementaux et durables dans leurs politiques et réglementations nationales. Cependant, les grands pays producteurs de l'hémisphère sud comme l'Argentine, le Chili, le Brésil, la Nouvelle-Zélande, l'Australie, l'Afrique du Sud, etc. ont aussi réalisé des progrès importants en la matière.

Les pays asiatiques intègrent également fortement ces aspects tout au long de la chaîne de valeur, car comme indiqué, il s'agit d'une tendance mondiale.

Un certain nombre d'initiatives nationales et internationales pour traduire les principes de la durabilité en une démarche concrète d'une entreprise existe déjà. La plus connue est certainement la norme ISO 26000 portant sur la responsabilité sociétale. Cette norme, élaborée par un comité de 450 experts de 99 pays et 42 organisations internationales et adoptée en 2010 par 96 pays, fournit des lignes directrices pour que les organisations agissent de manière éthique et transparente de façon à contribuer au développement durable, tout en prenant en compte les attentes des parties prenantes, les réglementations en vigueur, et les normes internationales de comportement.

Jean-Philippe Perrouty

LES NOUVELLES TENDANCES DE CONSOMMATION A TRAVERS LE MONDE

La consommation de vin baisse depuis de nombreuses années après un pic mondial de consommation atteint en 2017.

En France particulièrement, cette baisse est expliquée, entre autre, par des tendances allant vers la modération et la prise en compte de différentes facettes du bien-être. Les conditions économiques et géopolitiques de ces dernières années sont venues exacerber ces facteurs de diminution de la consommation.

La question se pose alors des marchés encore à conquérir. Même si, d'une façon générale, les poches de croissance sont plus diffuses qu'avant, elle existent (sur des types de vin et des circuits commerciaux spécifiques). Certaines zones du monde sont plus résilientes que d'autres voire même, pour certaines, prometteuses.

Pour conquérir ces marchés, cinq grandes tendances « macro » se dégagent et devraient être prises en compte :

- La premiumisation (mais qui semble s'essouffler) ;
- L'évolution des modes de vie (modération, façons de consommer, d'acheter) ;
- Évolution des modes de socialisation ;
- Digitalisation du marché (e-commerce, influenceurs,...) ;
- Prise en compte du développement durable et de l'éthique.

Ce dernier point nous intéresse dans ce contexte de changement climatique, car certains « jeunes » consommateurs et certains marchés y sont plus sensibles que d'autres.

4 / 5



Intervenant

Gabriel Lepousez

NEUROBIOLOGISTE,
SPÉCIALISTE DE LA PERCEPTION SENSORIELLE
ET DE LA PLASTICITÉ DU CERVEAU

Comprendre la notion
de "fraicheur" dans le vin
Une approche neuro-sensorielle

Gabriel Lepousez

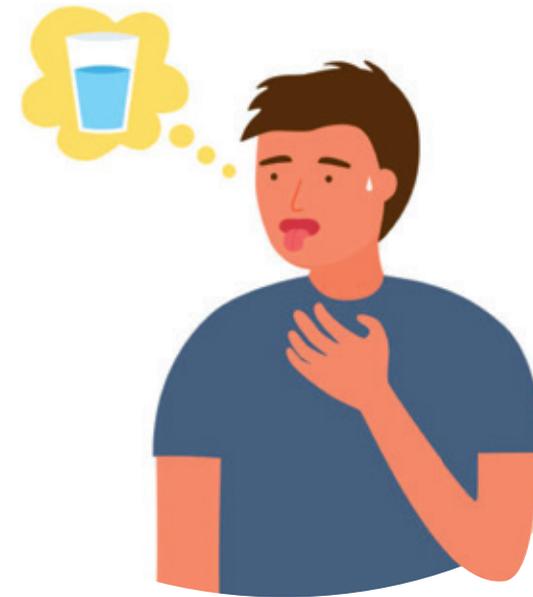


Les deux dimensions de la « fraîcheur »



1.

**SE RAFRAÎCHIR
FACE À LA CHALEUR**



2.

**SE DÉSALTÉRER
FACE À LA SOIF**

Gabriel Lepousez

Les deux dimensions de la « fraîcheur »

1.

FRAÎCHEUR " TONIQUE "

**Présence d'arômes
"mentholés / herbacés"**

Odeurs

+

Sensations trigéminales de "froid"

Amertume et piquant

Absence de sucre

Stimulante/vivifiante

2.

FRAÎCHEUR " DÉSALTÉRANTE "

Acidité & salivation

Absence d'astringence

Absence de sucre

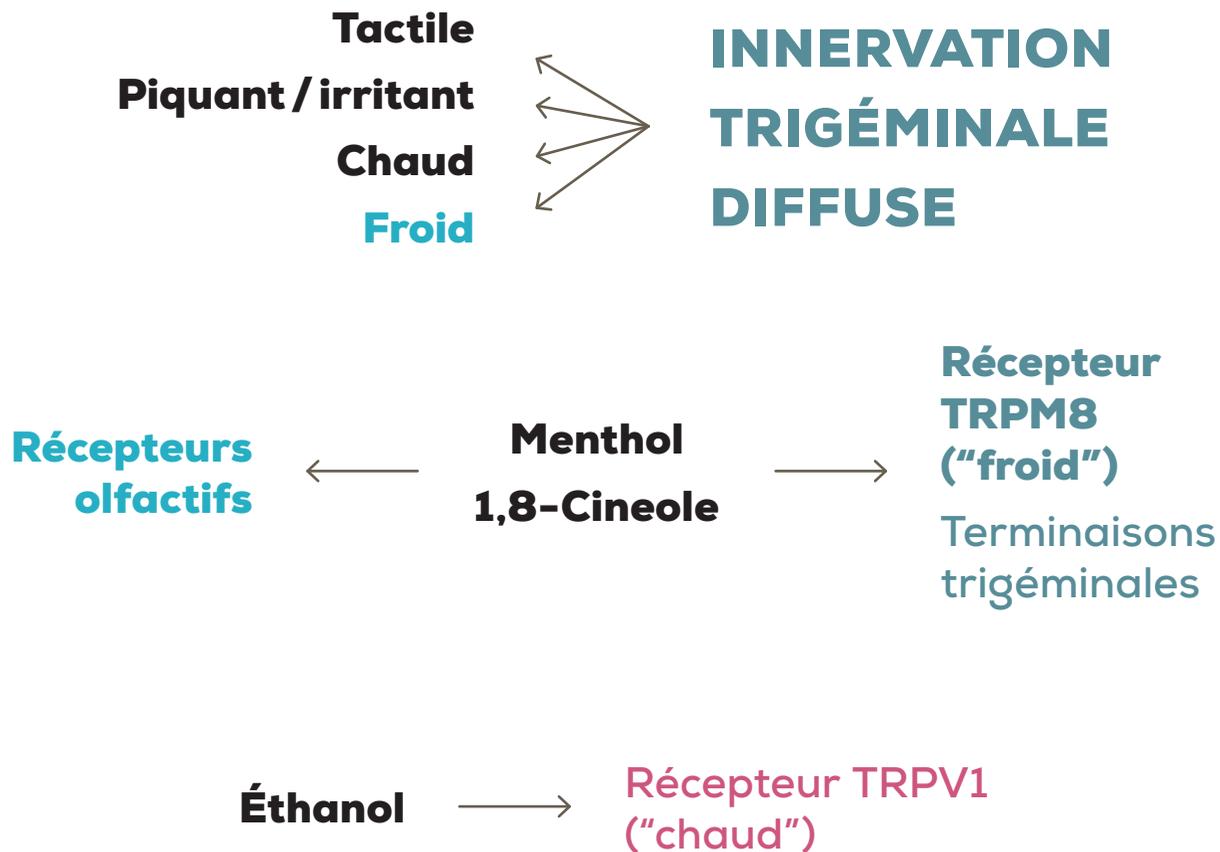
Fluidité / légèreté

Absence d'épaissur

Réhydratante/apaisante

EFFERVESCENCE

Fraîcheur "tonique"



Gabriel Lepousez

Fraîcheur “désaltérante” et salivation

COMPOSITION DE LA SALIVE

- Eau (99%)**
- + **Ions**
(calcium, phosphate, potassium)
- + **Protéines (~3400)**

DIFFÉRENTS TYPES DE SALIVE

1. Salive séreuse, liquide (riche en eau)
glande parotide (“sur les côtés”)
=> stimulation majeure par l’acide
2. Salive muqueuse, épaisse (riche en protéines) : glandes sublinguales et labiales (“devant”)
=> stimulation majeure par l’umami

LES SAVEURS SALIVANTES

Acide (x10)

Umami (x4)

Salé (x2)

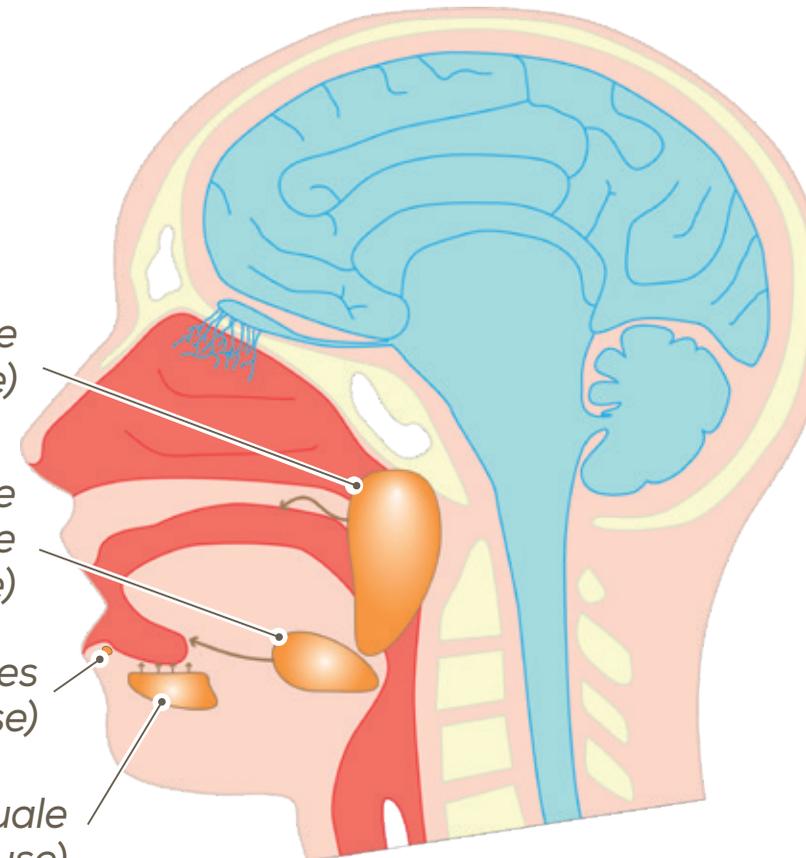
Sucrè-amer

*Glande Parotide
(salive séreuse)*

*Glande
Submandibulaire
(salive séreuse)*

*Glandes Labiales
(salive muqueuse)*

*Glande Sublinguale
(salive muqueuse)*



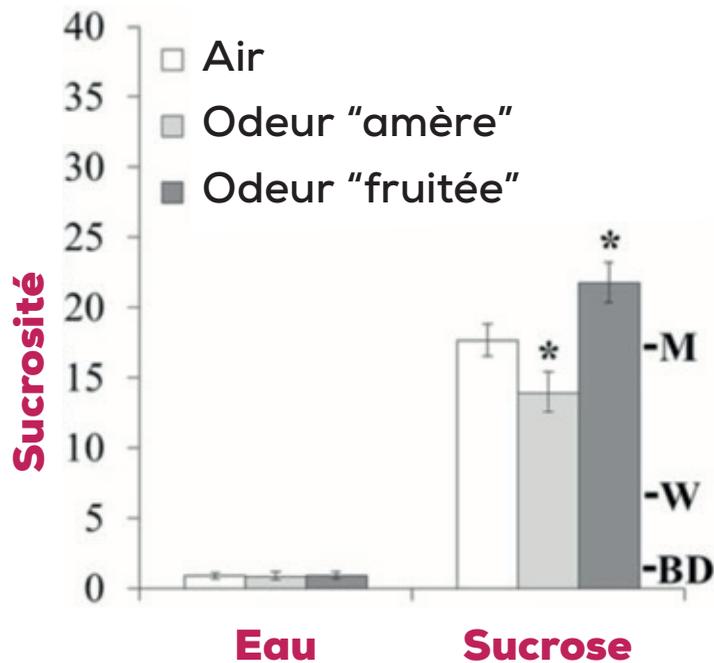
Hodson et Linden; Physiology & Behavior 2006
Feron, J Texture Stud. 2019
Carpenter, 2013 Ann Rev Food
Canon et al., 2018 J. Agric. Food Chem.



SYNERGIE MULTI-SENSORIELLE

[sucrose + Arôme "Vanille"] > [sucrose]

[Arôme "amer" + sucrose] < [sucrose]



Isoguai & Wise, 2016 Chem Senses



PARFUMERIE

Odeurs "rafraîchissantes" mentholées

Odeurs proches de la matière originelle, sans transformation/dégradation par le temps

Notes de tête

Très volatiles, à évaporation rapide

Agrumes

Notes végétales/herbacées

Notes fruitées-aquatiques (melon d'eau, concombre)

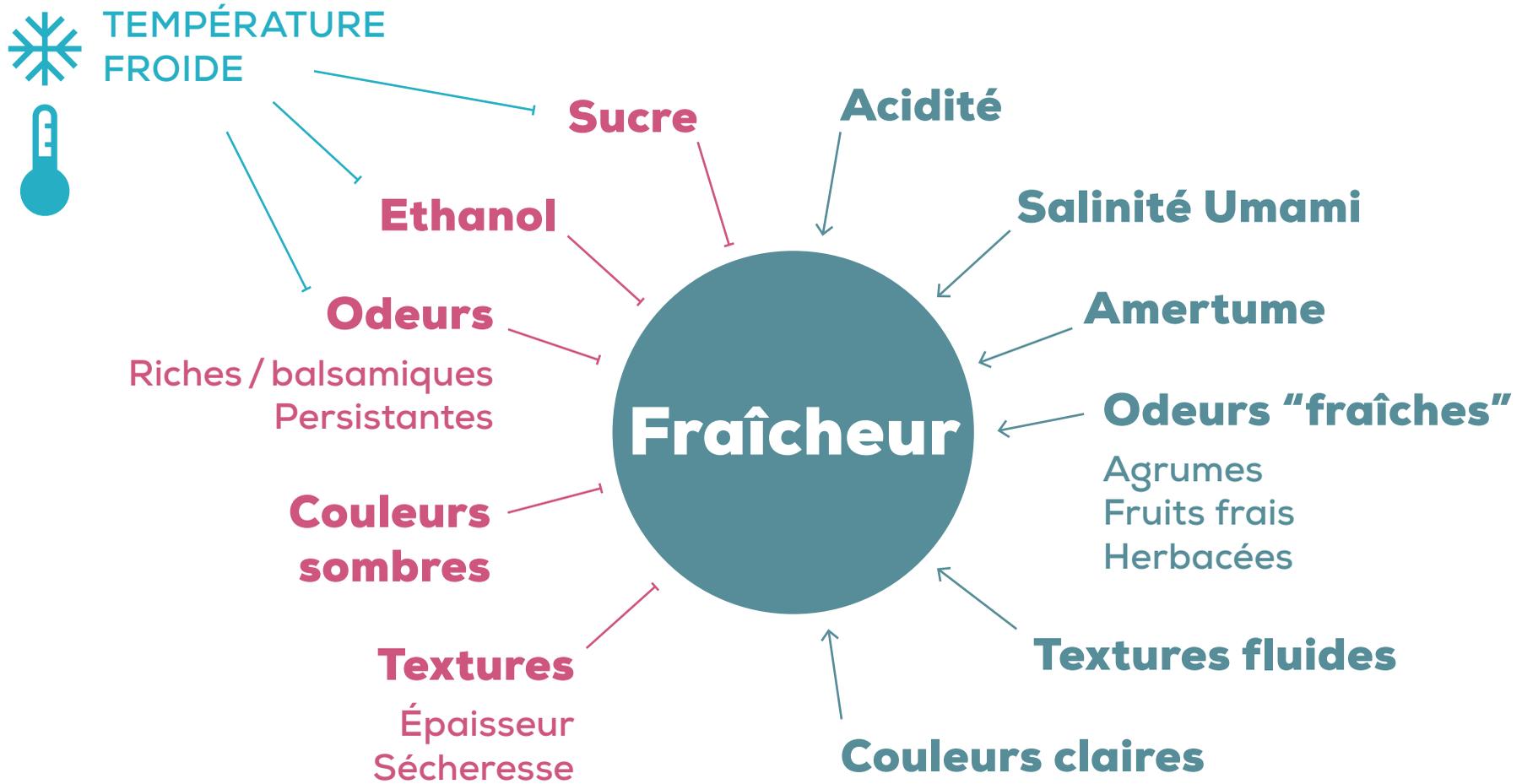
~~Notes de fond (persistantes) sucrées / balsamiques, riches, boisées, animales, oxydatives~~

Zarzo, 2013 Senses

Intervenant

Gabriel Lepousez



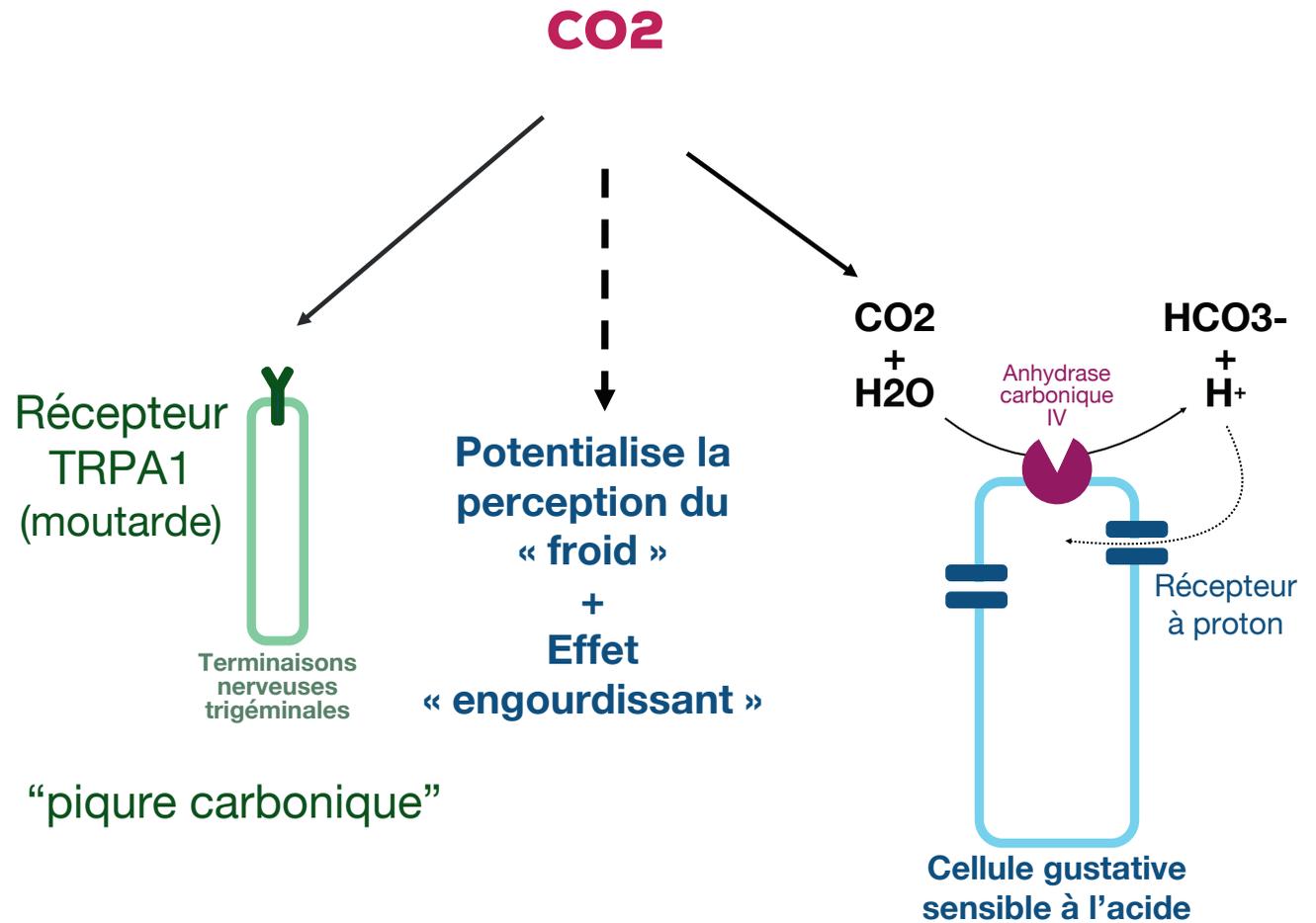
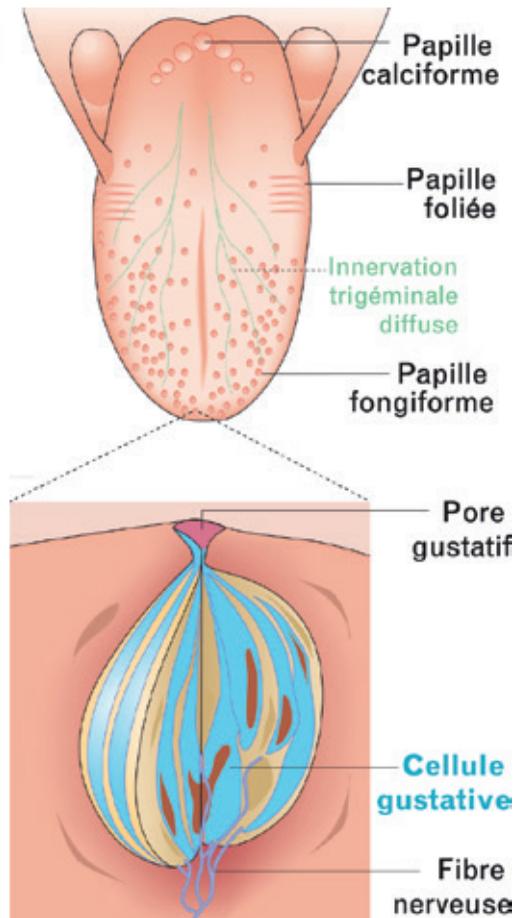


BUVABILITÉ

"Quantité que j'estime pouvoir boire"

Gabriel Lepousez

La fraîcheur de l'effervescence





5 / 5

Intervenant

Géraldine Gossot

DIRECTRICE
DE L'UNIVERSITÉ DU VIN

*" Synthèse et conclusions
des 2^{èmes} Rencontres
de l'Université du Vin "*

Géraldine Gossot

Un constat :

La filière vin, un système en quête d'un nouveau souffle

*Un parallèle décalé,
mais inspirant et source d'espoir...*

...ou l'histoire de la Fédération Française de Tennis



Entre 1991 et 2021

Passage de 1 300 000 à 950 000 licenciés

- 27 % en 30 ans

Constats :

Vieillessement des licenciés

Moindre attractivité auprès de 15-30 ans

Géraldine Gossot

Développement de nouveaux usages, plus accessibles, intégrés à la FFT



Padel, beach tennis, pickleball

Résultats 2024

1115 000 licenciés, soit **+17% en 3 ans**

90% de licenciés multiraquettes

10% de licenciés nouveaux sports

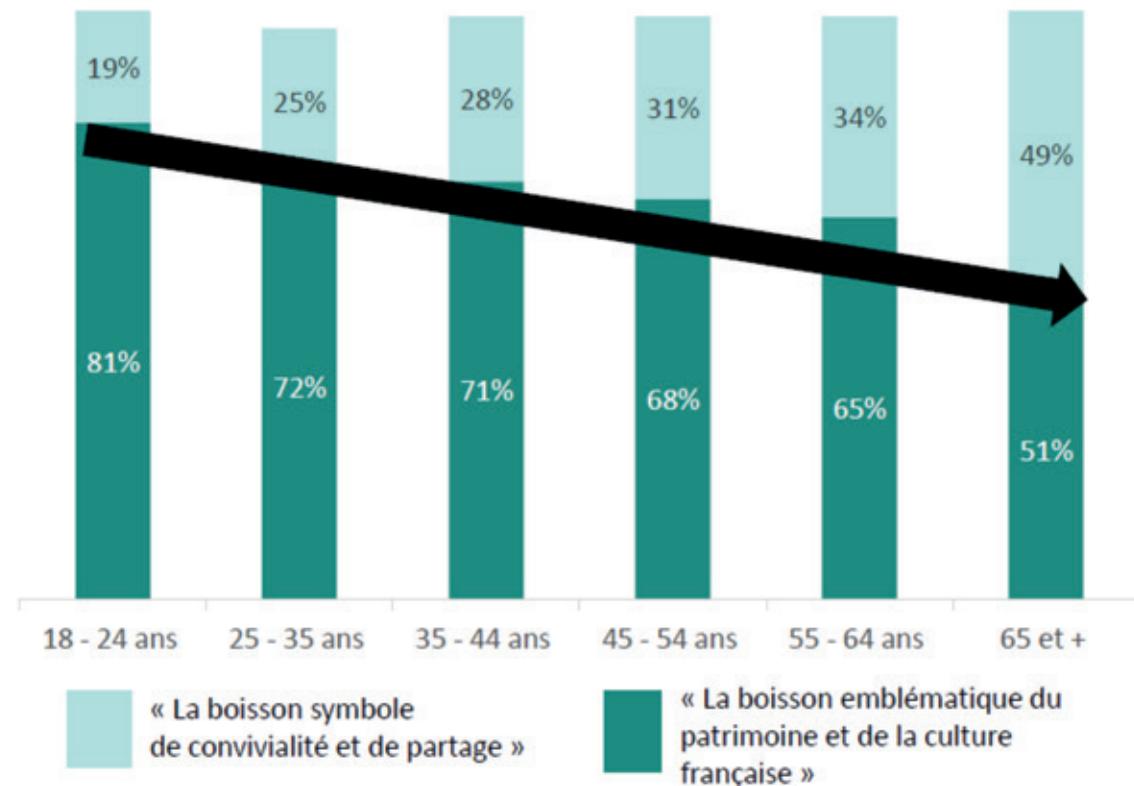


Un constat La filière vin, un système en quête d'un nouveau souffle

- Attente de singularité et de désirabilité vs besoin de réassurance, de codes
- Vins « culture » et Vins « boissons » peuvent / doivent coexister

QUELS LEVIERS ACTIONNER ?

EVOLUTION DE LA PERCEPTION DU VIN SELON L'ÂGE DES CONSOMMATEURS



Selon votre perception du vin, quels termes qualifient le mieux la place du vin en France aujourd'hui ?

Géraldine Gossot

Un constat La filière vin, un système en quête d'un nouveau souffle



**L'EXEMPLE DU MARCHÉ
DE LA BIÈRE**

*La Bière dans les années
80/90's*

La Bière aujourd'hui

=

Au cœur des tendances

- diversification produit
- Innovation packaging
- registres de communication "créatifs"
- Nouveaux usages/lieux de consommation



Géraldine Gossot

**Une exigence pour prendre
les bonnes décisions :
mettre LE / LES consommateurs
au cœur des réflexions et des actions**

**MARKETING... DE LA DEMANDE VS MARKETING DE L'OFFRE,
APPLICABLE AU QUOTIDIEN**

**ALLER PLUS LOIN DANS LA COMPRÉHENSION DES FREINS
ET MOTIVATIONS DES CONSOMMATEURS**

Une nécessité : une approche transversale, non partisane et fédératrice



**POUR MUTUALISER
LES RESSOURCES**

**POUR ÉVITER
LA TENTATION
DE CLOCHEMERLE**

Géraldine Gossot

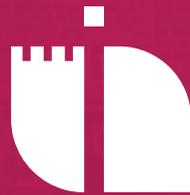
La contribution de l'Université du Vin



**INTÉGRER CES
NOUVEAUX ENJEUX
DANS NOS PROGRAMMES
DE FORMATIONS**

**... ET DANS NOTRE RÔLE
D'AMBASSADEUR AUPRÈS
DU GRAND PUBLIC**

**ALLER PLUS LOIN : FÉDÉRER DES RESSOURCES
EN MODE « THINK TANK » POUR CONTRIBUER
À FAIRE AVANCER LES RÉFLEXIONS DE LA FILIÈRE**



UNIVERSITÉ DU VIN

LE CHÂTEAU

26790 SUZE-LA-ROUSSE

TEL. +33 (0)4 75 97 21 30

CONTACT@UNIVERSITE-DU-VIN.COM

WWW.UNIVERSITE-DU-VIN.COM

Conception resonance-communication.fr
(Les Intuitives + Studio B)

Photo Lionel Moulet + Centre du Rosé + Adobe stock