

UNIVERSITÉ DU VIN

LES RENCONTRES

*Changement climatique  
et consommation :  
de nouvelles solutions*

LES RENCONTRES

2e édition - 6 novembre 2024

Campus CCI - Avignon

*Changement climatique et consommation : de nouvelles solutions*

# Etude visiteurs

Fréquentation :

106 inscrits jour J (15 annulations en amont)

81 bipés

Comptage réel : 110

Retour questionnaires de satisfaction : 20

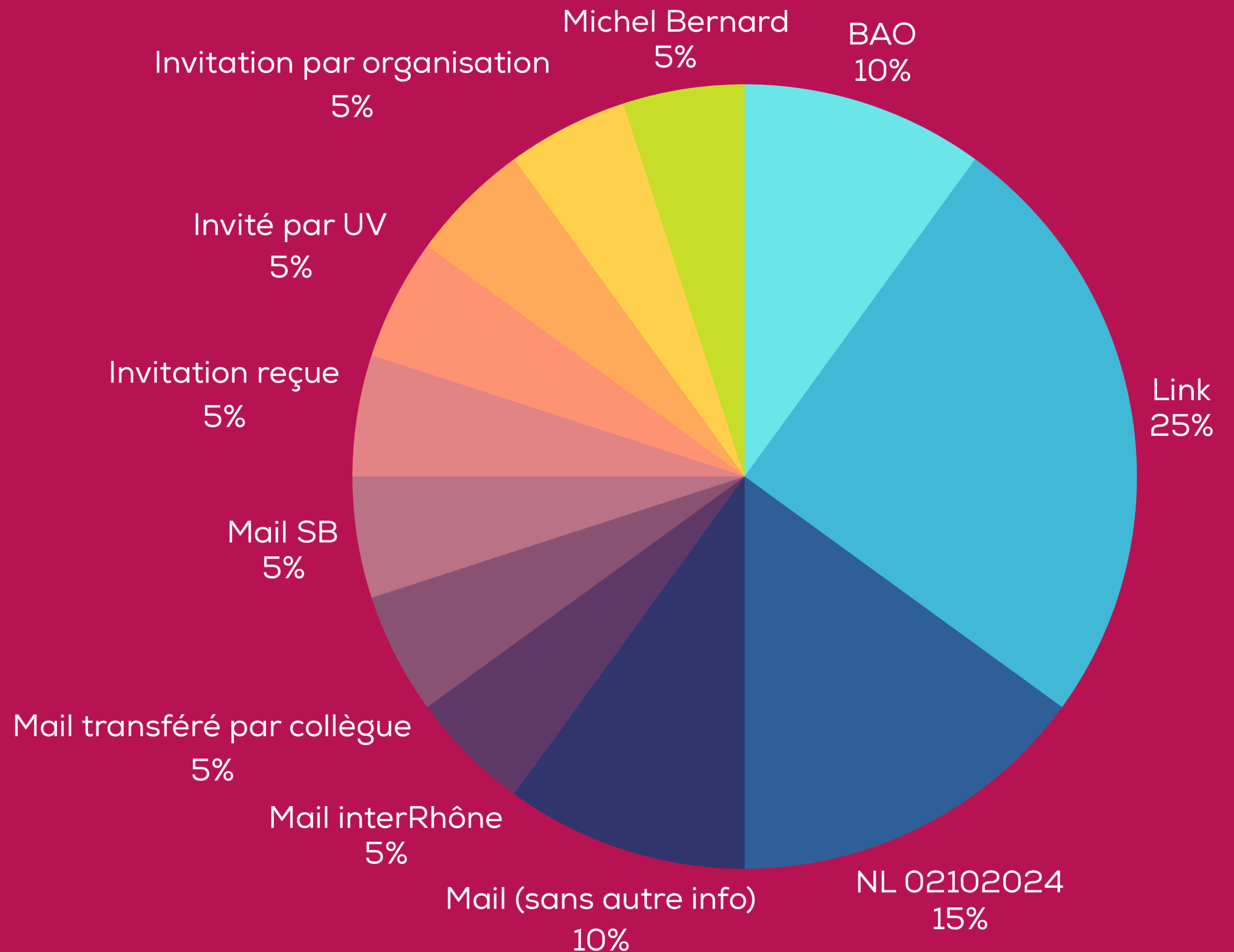
**LES RENCONTRES**

2e édition - 6 novembre 2024

Campus CCI - Avignon

# *Changement climatique et consommation : de nouvelles solutions*

Comment avez-vous pris connaissance de cet événement ?



NB

Autres réponses proposées : 0  
(FB-Insta-Pressé)

*Changement climatique et consommation : de nouvelles solutions*

## Organisation (20 réponses)

Date et horaire : 100 % satisfaisant (voir autres propositions)

Modalités de réservation : 100 % satisfaisant

Accueil sur place et signalisation : 100 % satisfaisant  
(nb : vérifier libellé affiches en amont)

Contenu des débats et durée : 90% satisfaisants  
(5% non satisfaisant/ 5% satisfaisant et durée courte)

# *Changement climatique et consommation : de nouvelles solutions*

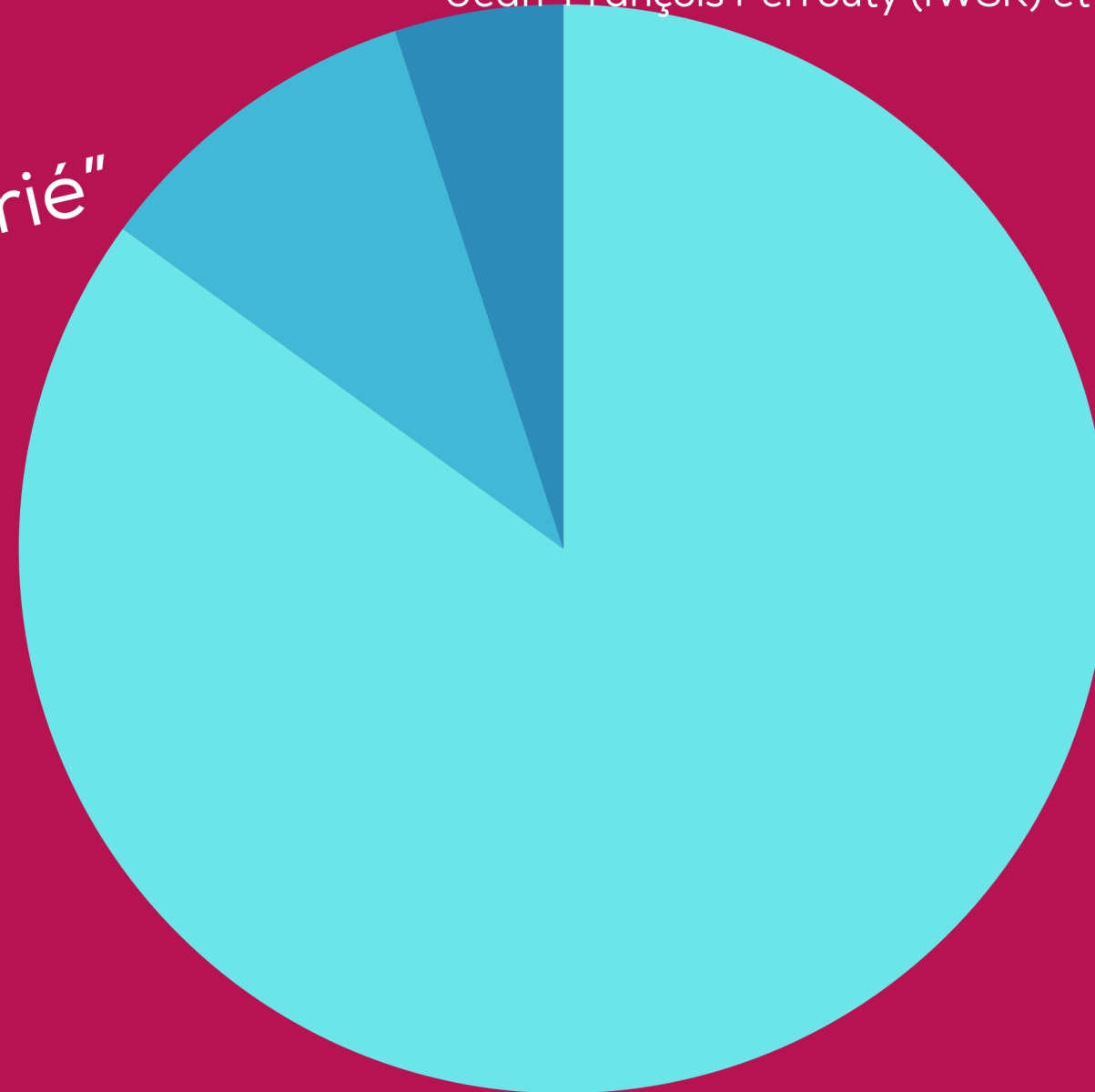
## L'intervention qui vous a le plus intéressé

Caroline Pozzo di Borgo, ingénieure agronome

10%

Jean-François Perrouty (IWSR) et Alejandro Fuentes Espinoza (OIV) 5%

"Très intéressant et varié"



Gabriel Lepousez, chercheur en neurosciences

85%

A nuancer au regard des commentaires (page suivante)

Autres réponses proposées :

Michel Bernard

Géraldine Gossot

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

# Quelle thématique pour l'an prochain?

(Réponses libres des participants)

### Climat et environnement :

- Oenotourisme et protection de l'environnement
- Acceptation sociétale des méthodes de production conventionnelles
- Approfondir les impacts réels du réchauffement climatique et surtout développer les adaptations culturelles sur du court terme qu'on pourra envisager de mettre en place sur nos exploitations
- Les défis de la RSE

### Tech et Vins :

- Les nouveaux outils et nouveaux médias (IA, QR code, réseaux sociaux, nouveaux contenants etc, ), surproduction ? etc
- Tech et digital : nouvelles startups, nouveaux modèles économiques...
- Innovation produit

### Consommation et commerce

- Du marketing de l'offre (AOC) au marketing de la demande (marques)
- Le vin et les femmes - intérêts, progression numéraire et palais différents ?
- Le vin et les jeunes
- Valorisation, dans le domaine vitivinicole, des terroirs et des savoir-faire français au sein d'une économie mondialisée
- Les tendances de la consommation internationale (par CSP, par pays...) / Les nouveaux "produits" (noLOW)

### Autres :

- Musique, vigne et vin
- Les vins blancs de la Vallée du Rhône

# Changement climatique et consommation : de nouvelles solutions

## La parole au public



### “Bravo à toutes et tous”

L'intervention de Gabriel Lepousez était particulièrement intéressante car elle nous aidait à faire un pas de côté dans un univers moins habituel mais globalement toutes les interventions se sont bien agglomérées. **Caroline Pozzo** a parfaitement bien posé le cadre en un temps record et **Géraldine Gossot** a bien conclu en faisant un parallèle audacieux et intéressant avec la FFT. Il manquait, difficile sur un tel format, des exemples de réussite - ou d'échec - ayant tenté de mêler ces différentes pistes. Bravo enfin au président **Bernard** d'avoir rappelé lors de son intervention à la fin, la piste du projet **Renoux** qui aurait permis à nos AOC de ne pas souffrir de cette terrible inertie et de se voir griller la priorité par des VSIG ou des marques bien plus agiles en cette période compliquée.



### “Plus de temps pour Madame Pozzo”

Très intéressant dans l'ensemble. Un petit bémol pour l'intervention de Madame Pozzo. Elle aurait peut être eu besoin de plus de temps pour pouvoir mieux développer son sujet. Superbe intervention de Madame Gossot, la comparaison avec le marché du tennis est très juste. Les neurosciences et le vin c'est passionnant. IWSR/OIV , les stats sont non négligeable.



### “Du concret”

Partie technique vraiment trop peu présente VS le reste. La partie sur l'analyse sensorielle par les fonctionnements du cerveau m'a semblée banale et très peu utile sur du concret.



# Changement climatique et consommation : de nouvelles solutions



## Fidèle

C est ma deuxième participation aux rencontres. Cela me passionne et je m enrichis à chaque fois d informations que je n hésite pas à partager avec mon entourage .



## Bravo

"Une phrase ou deux, non un seul mot "Bravo" !"

"Continuez avec des sujets qui "bousculent" les traditions. Bravo pour ces Rencontres. Merci pour cette belle organisation et la qualité des interventions"

"Rendez-vous très intéressant"

"Des échanges riches entre des professionnels d'horizons multiples et variés"

"C'était très intéressant. Très bon accueil et de plus le cocktail était une bonne idée pour finir sur un moment de convivialité. Merci !"



## Un autre regard





"Vraiment merci pour ces Rencontres : l'occasion de faire un pas de côté pour sortir de son quotidien et poser un autre regard, d'autres points de vue sur notre filière"

"Prendre de la hauteur et avoir un nouveau regard du métier et des perspectives d'évolution"

"l'intervention d'un chercheur est un plus indéniable et permet de s'ouvrir sur des sujets peu traités ; à renouveler !"

# *Changement climatique et consommation : de nouvelles solutions*

## A retenir

-  Date et horaire : 100 % satisfaisant  
Si autre période : de préférence hiver (10p), automne (7p), printemps (3p)
-  La *qualité des débats*, confirmée par le souhait de recevoir un compte-rendu par la majorité des participants (85/15)
-  *Un public qui s'implique* et force de proposition (voir les suggestions de thématique à aborder) : possibilité d'un développement de la communication en amont pour plus d'adhésion et de visibilité
-  Une communication à prioriser sur LinkedIn pour l'annonce, mais néanmoins efficace en notoriété a posteriori sur Insta