



Assemblée Générale 2010 *2010 General Assembly*

8H30 Accueil des participants et collation / *Registration-coffee*

9H00 Assemblée Générale 2010 / *2010 General Assembly*

9H30 Conférence / *Conference*

L'AVENIR DE LA FILIÈRE VIN

Stratégies d'adaptation à la nouvelle donne mondiale

THE FUTURE OF THE WINE BUSINESS

Strategies of adaptation to the new era of the world

1^{ère} PARTIE : Principaux paramètres d'évolution du métier au cours des prochaines décennies

1st PART: Major parameters of wine business evolution during the next decades

9H30 PRODUCTION : Évolution prévisible des productions viticoles en fonction du changement climatique régional, variétés (plasticité des cépages 'internationaux', évolution de l'encépagement), systèmes de culture, écologie, options œnologiques .

PRODUCTION: foreseeable evolution of grapevine productions according to regional climatic change, varieties (scion cultivar evolution, plasticity of 'international' varieties), cultivation systems, ecology, winemaking options

Alain Carbonneau (Supagro Montpellier, INRA Pech Rouge)

10H MARCHÉS : Évolution de la consommation, de la distribution, de la concurrence, (surproduction, durabilité, augmentation des gammes de produits-vins, ventes par internet, concurrence boissons existantes ...)

MARKETS: evolution of populations, consumption, distribution, competition (oversupply, sustainability of the chain supply, widened range of products, mass distribution and internet, competition of existing and new beverage)

Damien Wilson, École de Commerce de Dijon

10H30 VIN et INTERNET : la révolution du marketing et de la communication
Wine and the Web : the revolution of wine marketing and communication

Michel Rémondat ,Vitisphère

2^{ème} PARTIE : Exemples de stratégies potentielles d'adaptation (régions ou marques)
2nd PART: Examples of potential strategies of adaptation (regional, brands...)

10H50 Réponses technologiques à ces évolutions
Technological adaptative responses

Jean-Louis Escudier, INRA Pech Rouge

11H10 Pause

Réponses potentielles stratégiques des régions et marques
Potential strategic responses by regions (or brands)

11H 25 Mesures d'adaptations potentielles en Champagne (*Dominique Moncomble, Epernay*)

11H 40 Adaptations potentielles en Australie (*Peter Hayes et Tony Battaglène*)

11H 55 Adaptations potentielles en Afrique du Sud (*Jan H. Booysen, Winetech*)

12H 10 Adaptions potentielles aux U S A (*Pascal Durand , Agrosup Dijon*)

12H 25 Synthèse internationale (*Yves Bénard, OIV*)

12H 45 DISCUSSION-CONCLUSION

13H 00 DÉJEUNER-LUNCH