



# Les Ateliers Economiques D'AGROVINA



**Forts du succès rencontré en 2012 par l'atelier-conférence « LE VIN ET LA GESTION DES MARQUES », les organisateurs d'AGROVINA ont souhaité pérenniser ce rendez-vous du vendredi. Ainsi, le programme officiel comprend désormais une quatrième matinée.**

## Objectif

Les Ateliers Economiques d'Agrovina ont pour objectif de répondre aux préoccupations des acteurs de la vitiviniculture/arboriculture sur des thèmes économiques, de marketing ou d'organisation.

## Intervenants

Les intervenants sont choisis parmi les meilleurs spécialistes du moment. Ils ont tous une charge d'enseignement à un niveau supérieur ou justifient de hautes compétences professionnelles dans les domaines traités.

## Forme

Cette matinée de type interactive doit favoriser les échanges entre intervenants et participants. Elle est organisée sous forme d'ateliers thématiques, occasion de réseautage.

Les participants viennent pour parfaire leurs connaissances, acquérir du savoir pratique directement utilisable et développer des contacts.

Ils sont organisés par l'Union Suisse des Oenologues, en collaboration avec Agrovina et différents partenaires.

## Atelier Economique 2014 : « e-business et e-communication : cultiver la cohérence » 27 JANVIER 2014, 8H15 -11H45

L'édition 2012 traitait des questions de gestion des marques dans le domaine du vin (voir Dossier n°78 et p. 32-33 du n°79). La communication, clé de voûte de la réputation d'une marque, doit être soignée en permanence. Aujourd'hui, elle est très largement conditionnée par les multiples possibilités du web : e-communication, m-communication, f-communication ... un nouvel univers à apprivoiser.

Dans le contexte économique auquel est confronté la vitiviniculture suisse, les entreprises recherchent des solutions commerciales innovantes pour favoriser la vente directe et augmenter leur notoriété. Les techniques digitales offrent ici de nombreuses solutions *a priori* très accessibles. Parallèlement, ces techniques modifient continuellement le comportement des consommateurs.

Elaborer une stratégie digitale efficace adaptée à son entreprise requiert des connaissances dans divers domaines. Du simple envoi de newsletter électronique à la création d'un site de vente, les défis sont de taille.

Venez découvrir comment le e-business peut devenir un véritable partenaire !

## Objectif de l'atelier

- Comprendre le paysage digital actuel
- Appréhender de nouveaux outils de communication et de commercialisation
- Sensibiliser les participants sur les impératifs des différents outils du web
- Favoriser la prise de décision pour les intégrer adéquatement dans une stratégie d'entreprise.



## Contenu

Une introduction générale présentera les fondamentaux d'une stratégie multicanal, puis trois thèmes seront approfondis sous forme d'ateliers. Une synthèse réunissant l'ensemble des participants sera effectuée par chaque intervenant. Une table ronde finalisera la matinée.

- Introduction : les fondamentaux d'une stratégie multicanal
- Atelier 1 : e-commerce
- Atelier 2 : e-communication
- Atelier 3 : la rédaction pour le web
- Synthèse : compte-rendu des ateliers et table ronde
- Réseautage et apéritif-dinatoire

## Support didactique

Avant : chaque participant reçoit une présentation des intervenants avec descriptif de chaque thème traité

Après : le compte rendu des travaux de la matinée et la présentation des orateurs sont transmis ultérieurement

## Public-cible

Tous les acteurs de la vitiviniculture/arboriculture actifs dans la mise en œuvre de stratégies commerciales et de communication : *Dirigeants, producteurs indépendants, cadres actifs dans le commerce, la promotion et la vente et toute personne intéressée par ces sujets.*

## NOMBRE DE PLACES LIMITÉ

Inscription obligatoire  
Information et inscription sur [www.oenologue.ch](http://www.oenologue.ch)  
et sur [www.agrovina.ch](http://www.agrovina.ch) dès octobre 2013.  
[info@usoe.ch](mailto:info@usoe.ch)

Rejoignez-nous sur 