



*Table ronde n°2 dimanche 09 novembre 15h30 - 17h*

## ***De la Vigne au Verre, les Interactions entre professionnels du Vin.***

Animation Nicolas Rivières - Sonorisation L'oreille en Bouche

1H de conf + 30min de questions / réponses

Conjoncture économique morose, diminution de la consommation, impacts des changements climatiques sur les productions, sur les degrés d'alcool ... les contraintes sont là pour tous et doivent être partagées pour avancer et [mieux] se comprendre.

Le verre à moitié plein ... c'est de revenir sur ces liens indissociables qui existent entre Vignerons, Vignerons, agents, cavistes, restaurateurs, sommeliers etc...

### ***Participants :***

- Marylène DARDE – « Tous les Cavistes »
- Gaetan CHAUVEY – Restaurant « Mordus » Toulouse
- Nathan MENOU – Chef Sommelier / Consultant en Vins / Négociant

### **Quelques pistes de réflexion (en vrac) pour préparer les échanges :**

- La question des prix, large sujet !!!  
(Les prix de revient sont-ils bien calés chez les Vignerons , chez les revendeurs ? quels sont les éléments qui font les prix ? les coefficients sont-ils toujours cohérents ? ➔ On va de x2.5 à x7 selon les établissements = tout le monde doit s'y retrouver)
- Notion d'attractivité dans les Restos, chez les cavistes, rôle des vigneron pour aider à cette attractivité
- Rôle des salons de dégustation dans la connaissance des vins **VS** visite et intérêt des professionnels dans les Domaines ou dégustations « en tournée » -
- Y a-t-il *Trop* de salons ? Depuis quelques temps, multiplication des salons selon des identités, des territoires = visibilité plus compliquée ?
- Le sujet de la formation hôtellerie / sommellerie – Lycées Agricoles ; Echanges avec les vigneron notamment sur les sujets sols / vinifications / goûts ...



### **Propositions de Marylène 5/6 idées principales :**

- Caves / cavistes, marché très hétérogène et très vaste, réfléchir à ses objectifs, sa cible (où / combien permet de définir le comment). Identifier les caves « Classiques » et celles « Natures/bio/biody »
- La place dispo en cave n'est pas extensible, remplacement des références, réflexion sur la saisonnalité des vins pour une meilleure mise en avant.
- Enjeux de la cave = se renouveler, jouer la découverte, et comment le vigneron s'insère dans cette dynamique ?
- Mise en avant en cave = être force de proposition /présence physique ; Envoi d'un échantillon systématique avec une commande et planification de dégustation, insérer de la nouveauté parfois avec peu de volumes.
- Base de données clients (importance de la qualification, adapter ses interactions au profil de la cave, sa disponibilité par rapport au potentiel du point de vente. Les multi-activités sont des profils intéressants : Bars à vins/cave – resto/cave – ateliers dégustations/cave
- 
- Rentabilités des caves : marge brute 33% à 40%