



THE INNOVATION
YOU NEED



LES BOISSONS ALCOOLISÉES EN QUÊTE DE NOUVEAUX REPÈRES ! CONSTATS ET TENDANCES AU NIVEAU INTERNATIONAL

04 mai 2022



Since 1922



THE INNOVATION
YOU NEED

LES NOUVELLES TENDANCES DU VIN DANS LE MONDE

L'évolution de la consommation et les nouvelles
attentes des consommateurs

Panke Emanuela

Présidente Iter Vitis Les Chemins de la Vigne en Europe

04 mai 2022



Since 1922

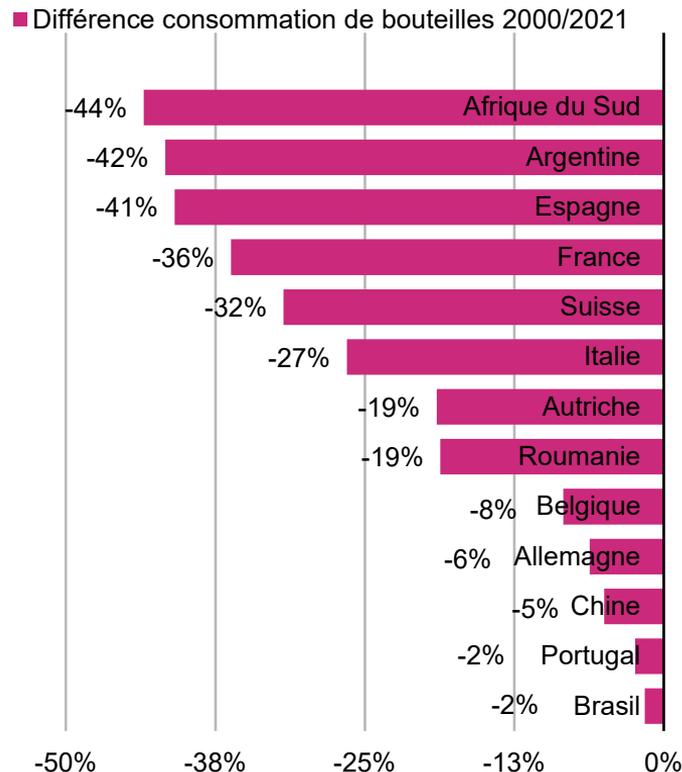
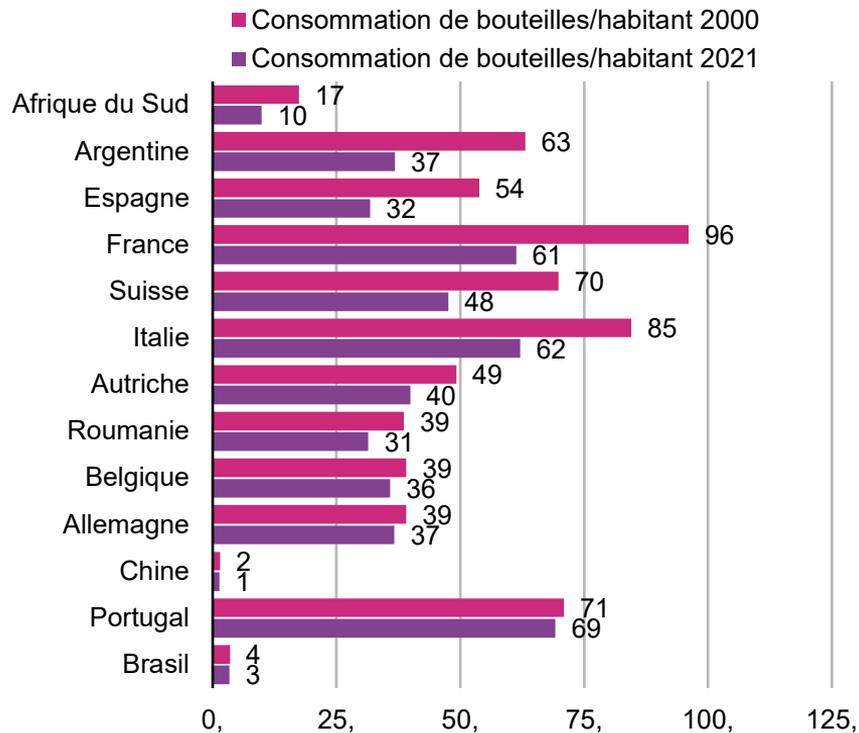


LA MIGRATION DE LA CONSOMMATION DE VIN SE POURSUIT...



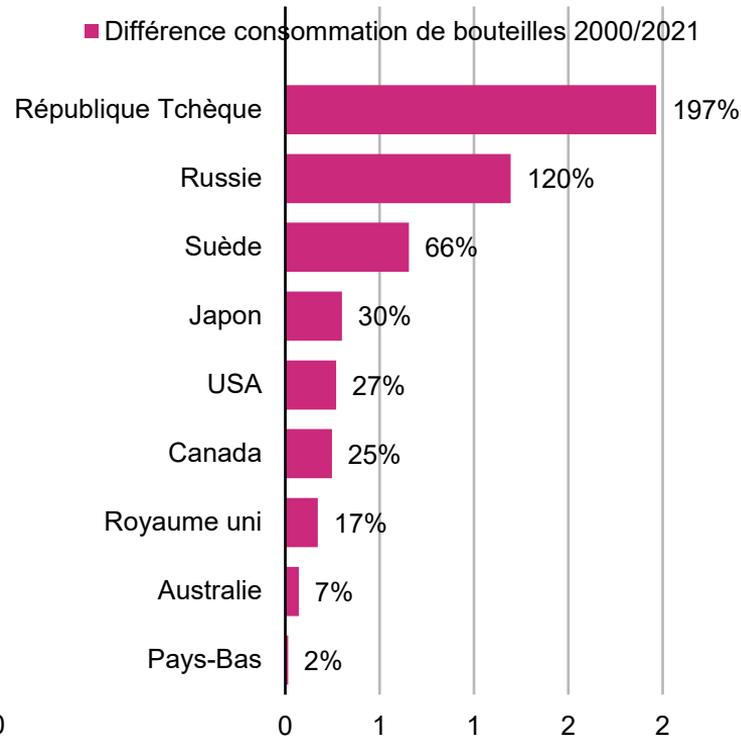
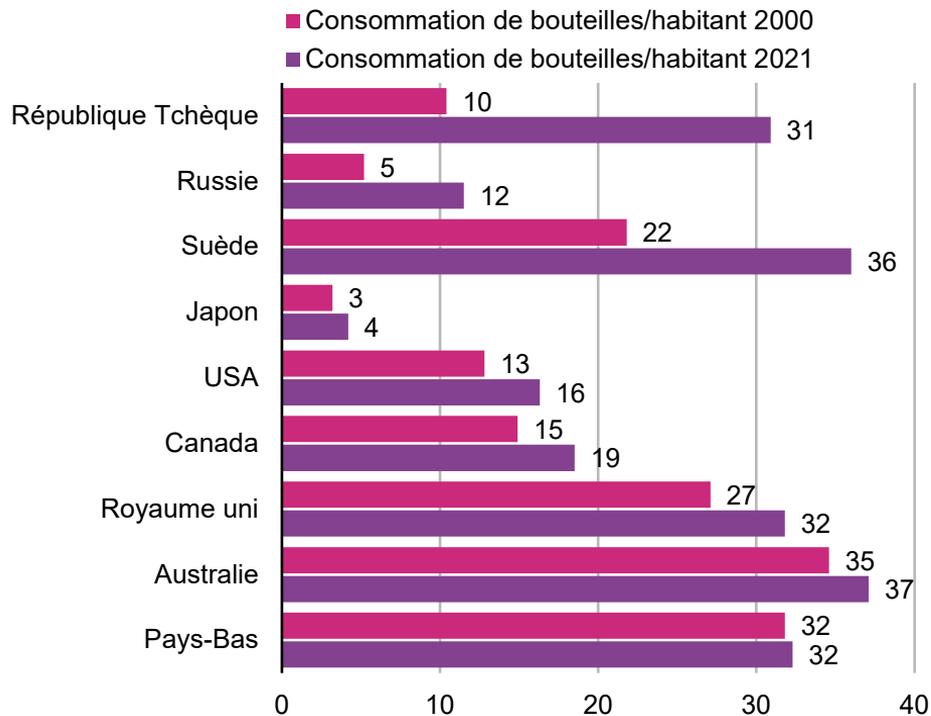
Since 1922

Les pays qui ont vu baisser leur consommation de vin...



Since 1922

Les pays qui ont vu augmenter leur consommation de vin...



3 Since 1922

LES CONSOMMATEURS VEULENT ÊTRE DE PLUS EN PLUS LIBRES



- ① Nous vivons une révolution dans le cadre des habitudes de consommation à travers le monde
- ② En canettes, en emballages plastiques (pet), peu ou pas alcoolisés, communiquer en réalité augmentée, le vin semble désormais avoir définitivement dépassé ses frontières les plus classiques et traditionnelles et cela apparaît comme une voie de non-retour



Since 1922



L'évolution de la consommation sur les principaux marchés mondiaux

Des États-Unis à la Russie



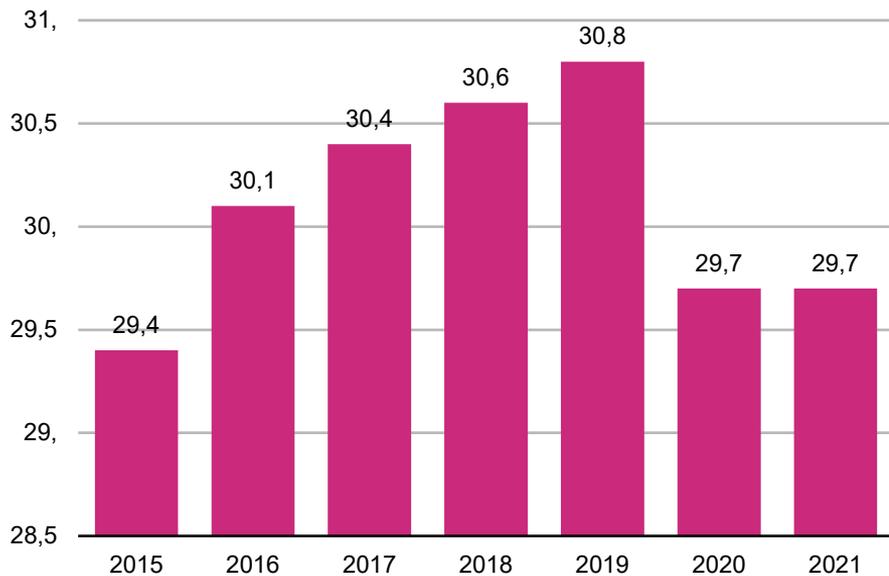
Since 1922

CONSOMMATION DE VIN AUX ÉTATS-UNIS

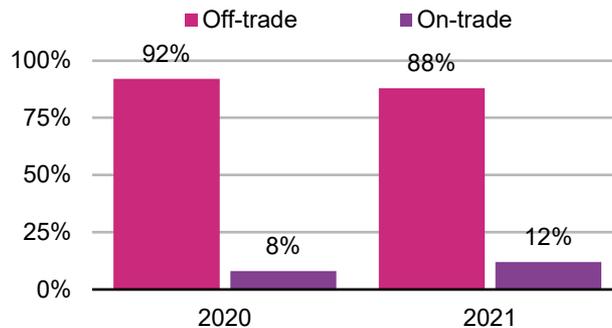
Le plus gros consommateur de vin au monde



Consommation en valeur absolue en millions d'hl



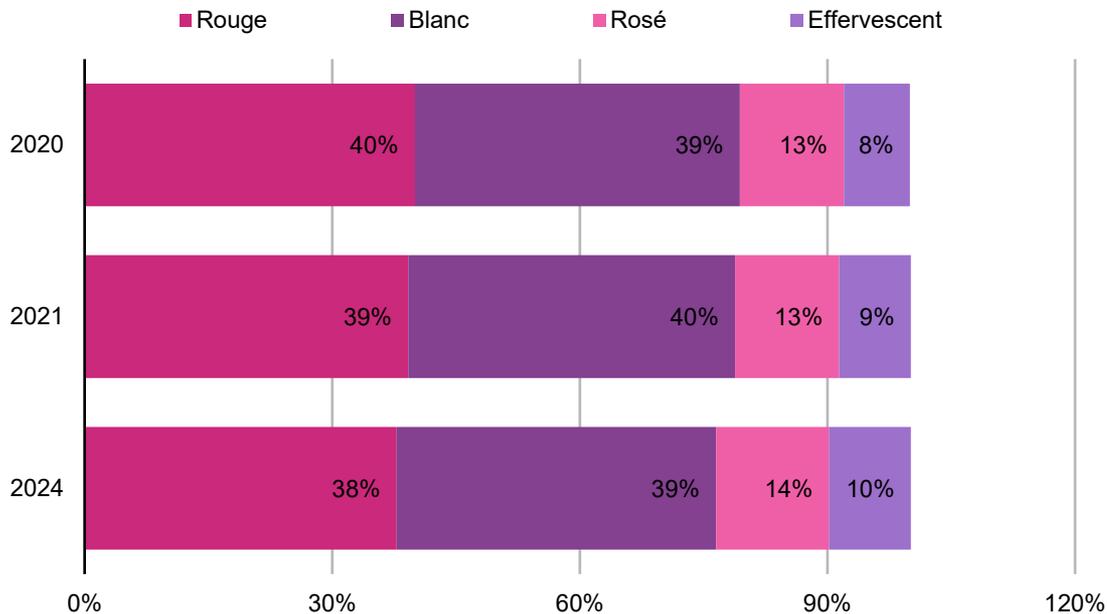
Consommation de vin par filière
(% calculé sur les volumes totaux)



Since 1922

CONSOMMATION PAR TYPE DE VIN AUX ETATS-UNIS

La croissance du rosé et des effervescents se poursuit



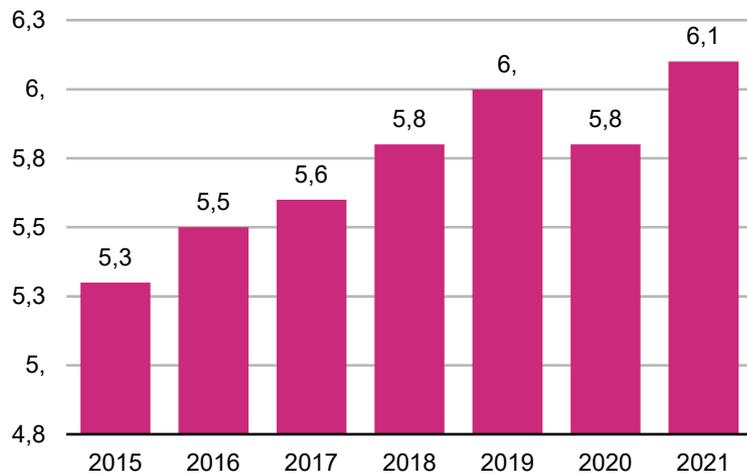
Since 1922

CONSOMMATION DE VIN AU CANADA

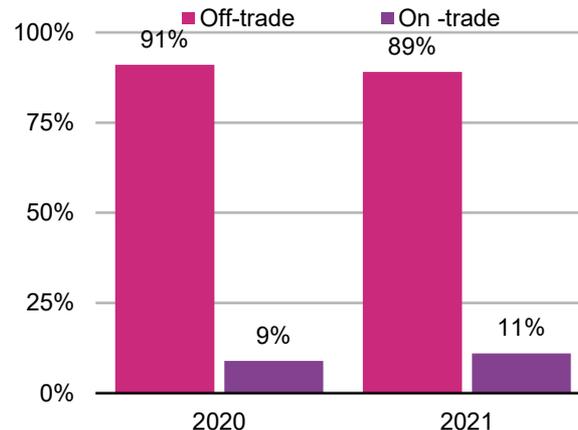
Les monopoles ralentissent-ils la croissance?



Consommation absolue en millions d'hl

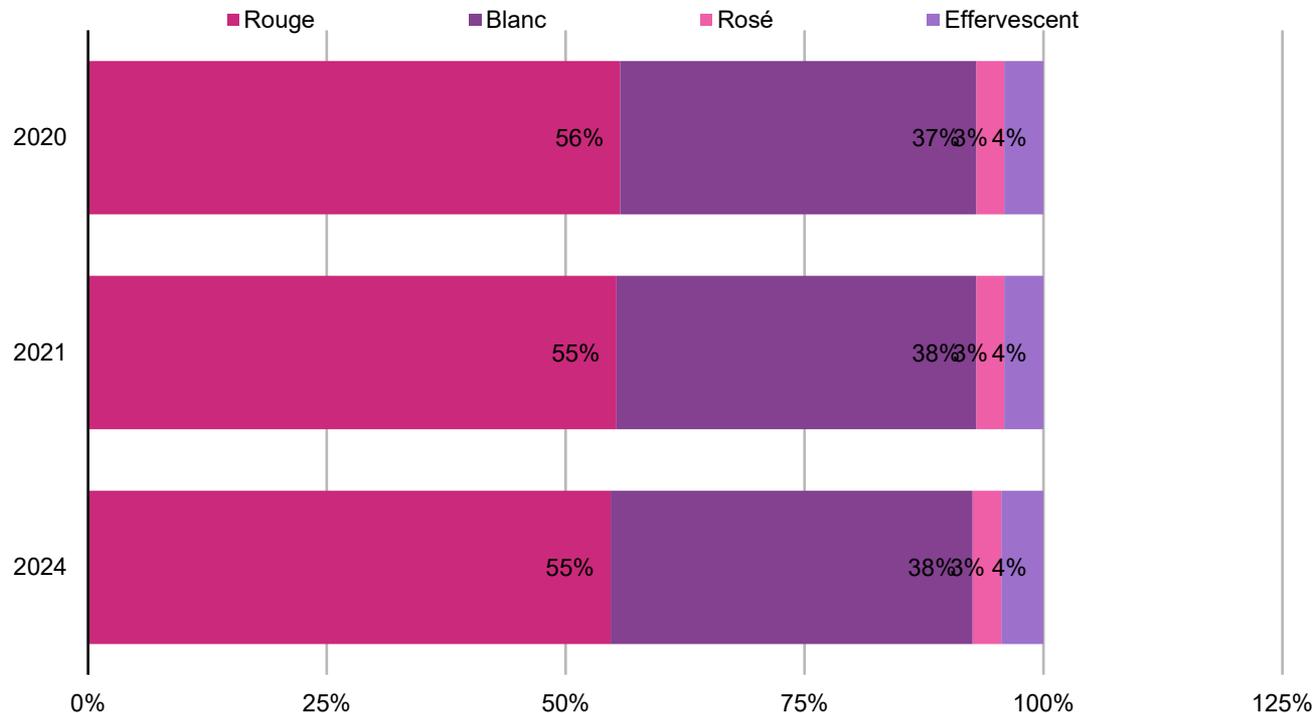


Consommation de vin par filière
(% calculé sur les volumes totaux)



CONSOMMATION PAR TYPE DE VIN AU CANADA

Les rouges toujours leaders



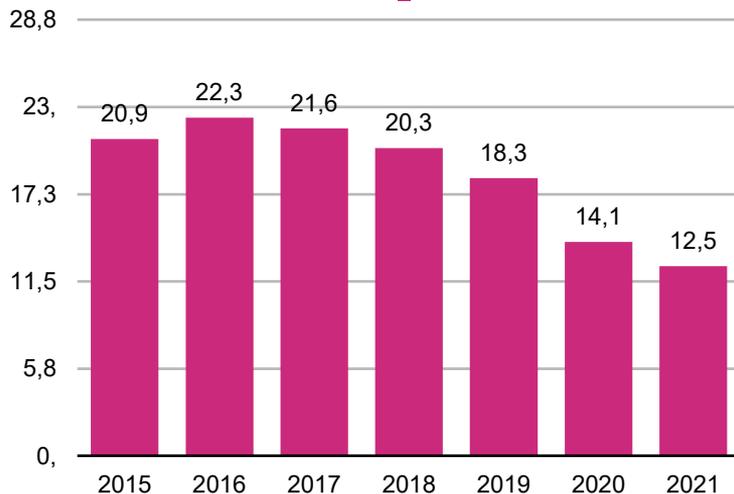
Since 1922

CONSOMMATION DE VIN EN CHINE

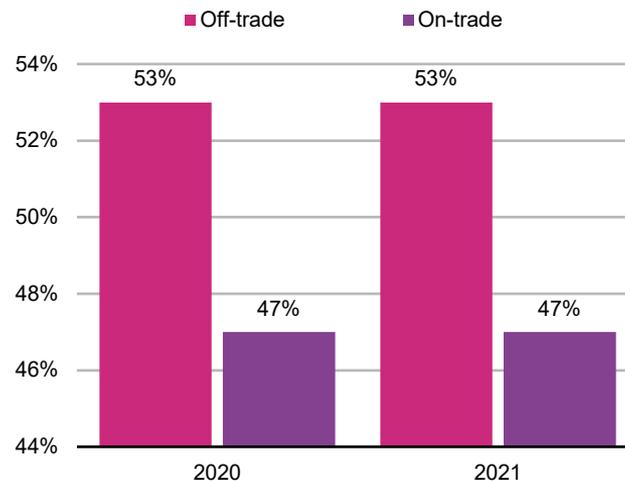
Une consommation qui hésite à décoller définitivement



Consommation absolue en millions d'hl



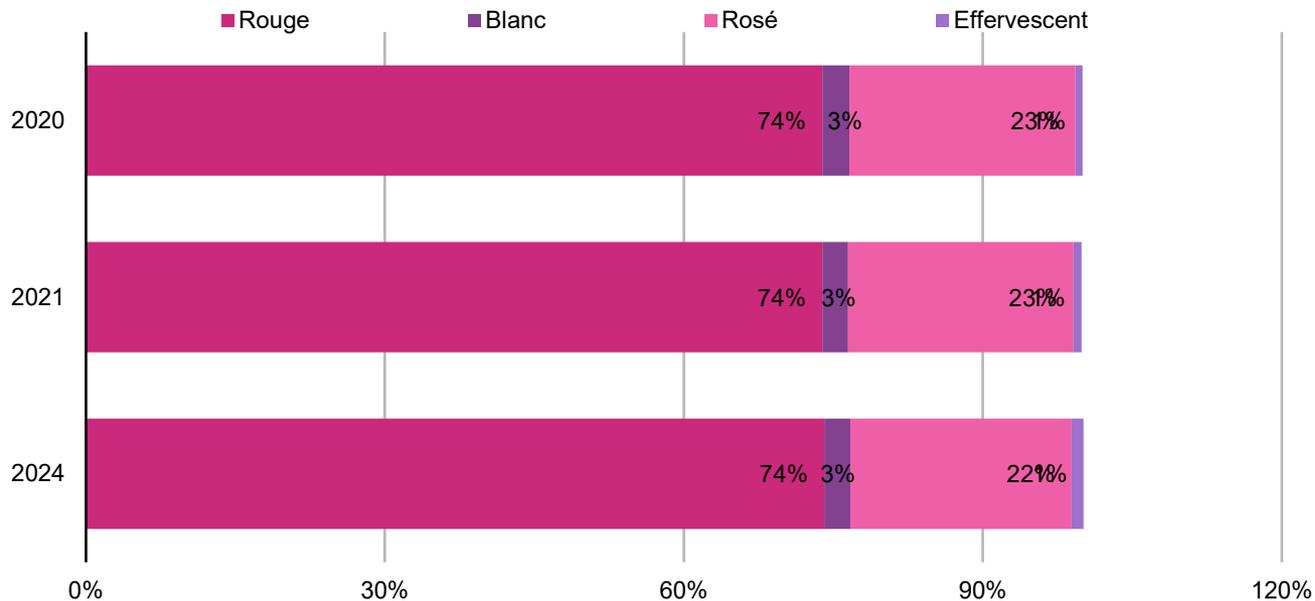
Consommation de vin par filière
(% calculé sur les volumes totaux)



Since 1922

CONSOMMATION PAR TYPE DE VIN EN CHINE

La primauté des vins rouges se renforce



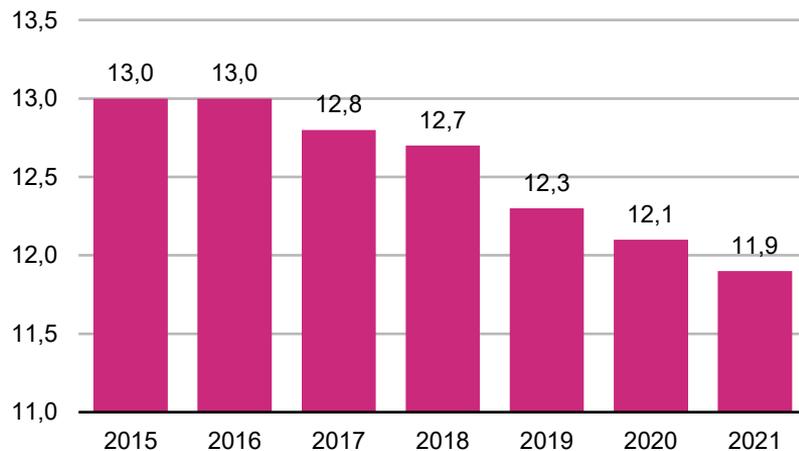
Since 1922

CONSOMMATION DE VIN AU ROYAUME-UNI

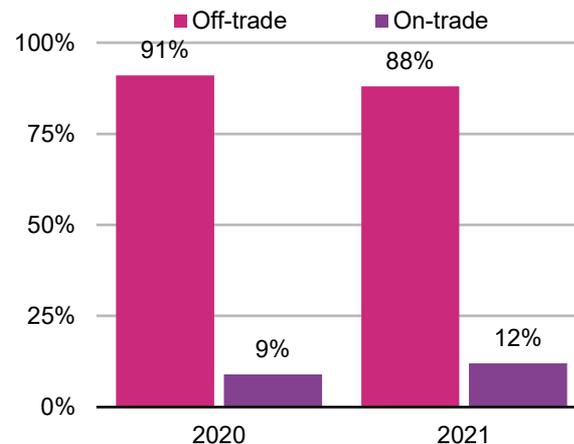
Un déclin à ne pas négliger



Consommation absolue en millions d'hl



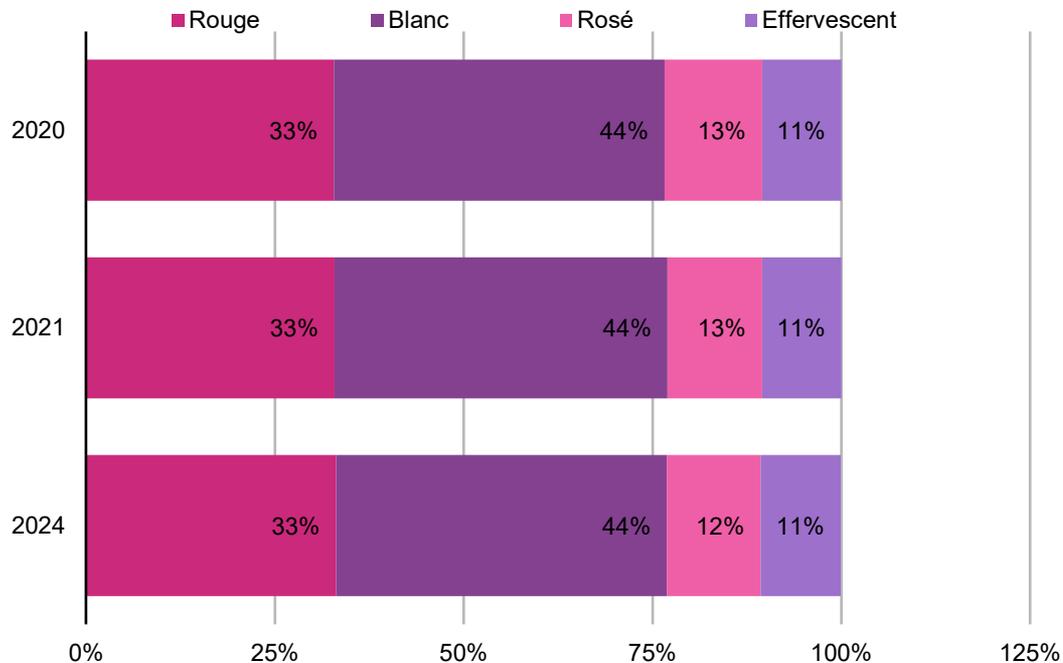
Consommation de vin par filière (% calculé sur les volumes totaux)



Since 1922

CONSOMMATION PAR TYPE DE VIN AU ROYAUME-UNI

Le leadership des blancs, le rôle clé des vins effervescents



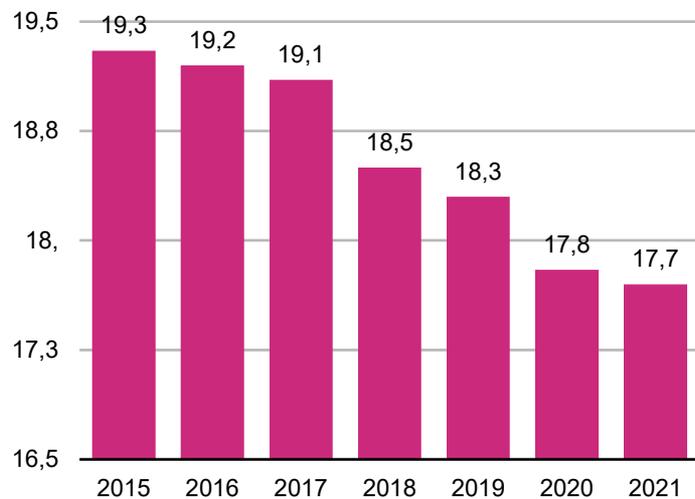
Since 1922

CONSOMMATION DE VIN EN ALLEMAGNE

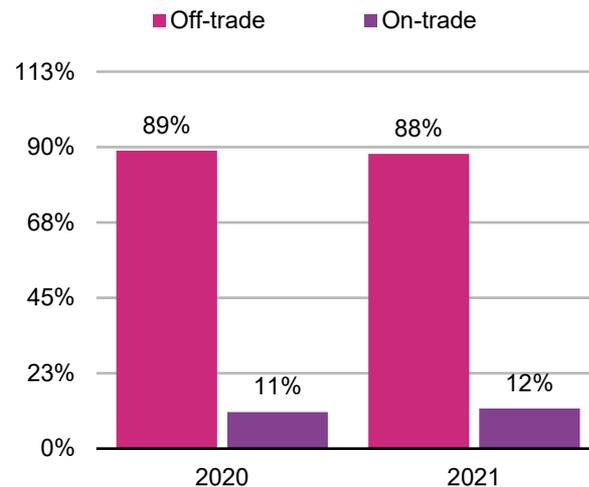
Un déclin causé par la crise ?



Consommation absolue en millions d'hl



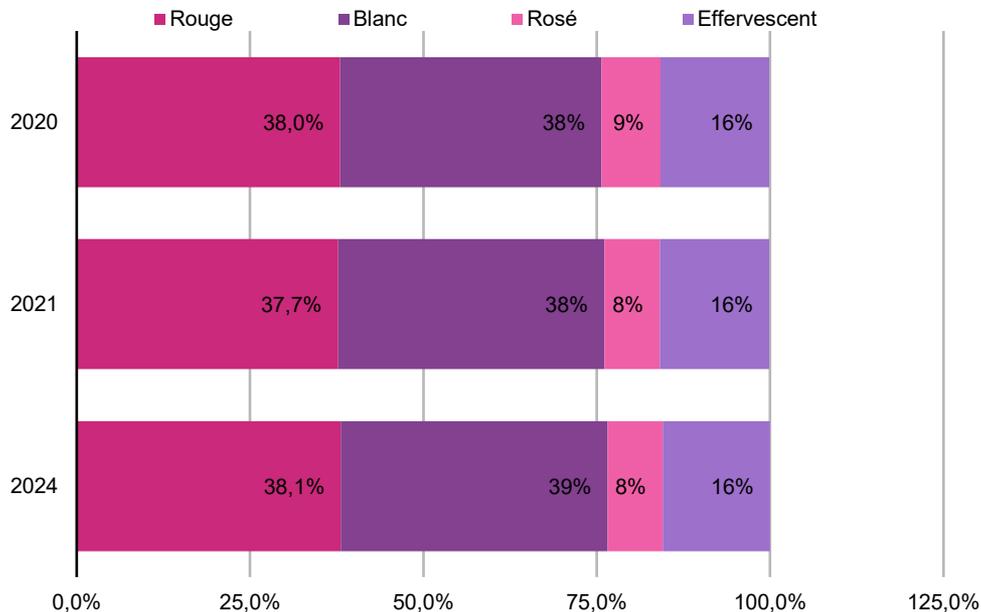
Consommation de vin par filière (% calculé sur les volumes totaux)



Since 1922

CONSOMMATION PAR TYPE DE VIN EN ALLEMAGNE

Consommation toujours équilibrée



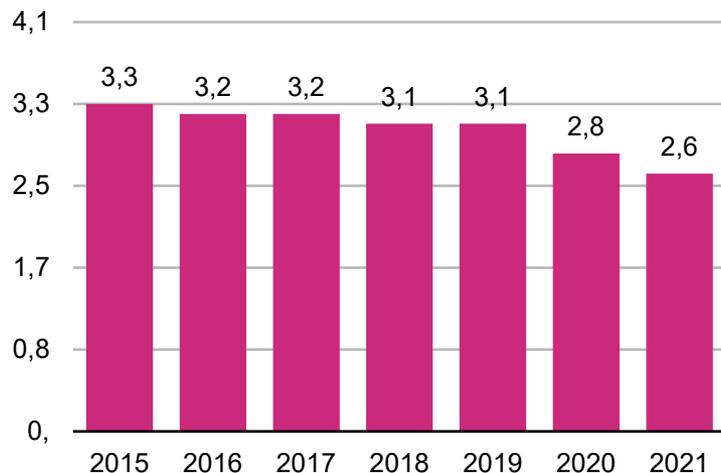
Since 1922

CONSOMMATION DE VIN AU JAPON

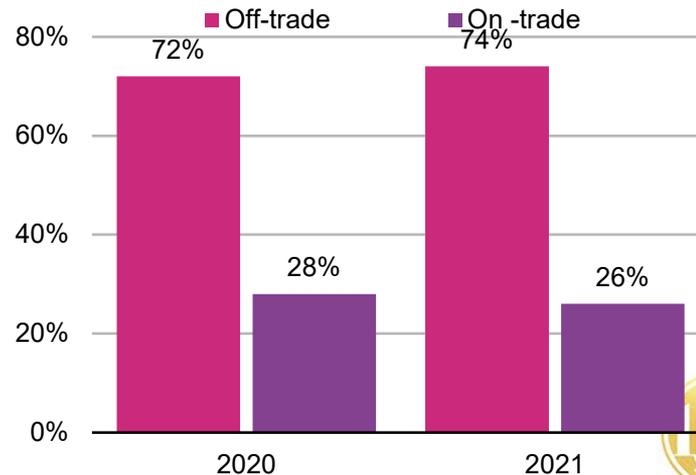
Le marché historique du vin en Asie



Consommation absolue en millions d'hl



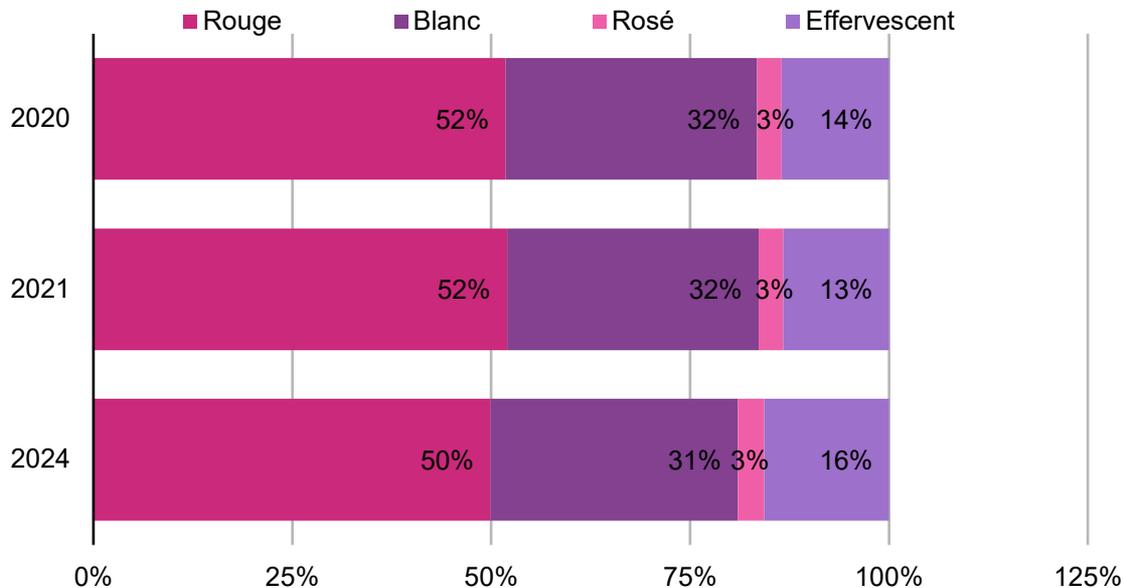
Consommation de vin par filière (% calculé sur les volumes totaux)



Since 1922

CONSOMMATION PAR TYPE DE VIN AU JAPON

Consommation toujours en équilibre



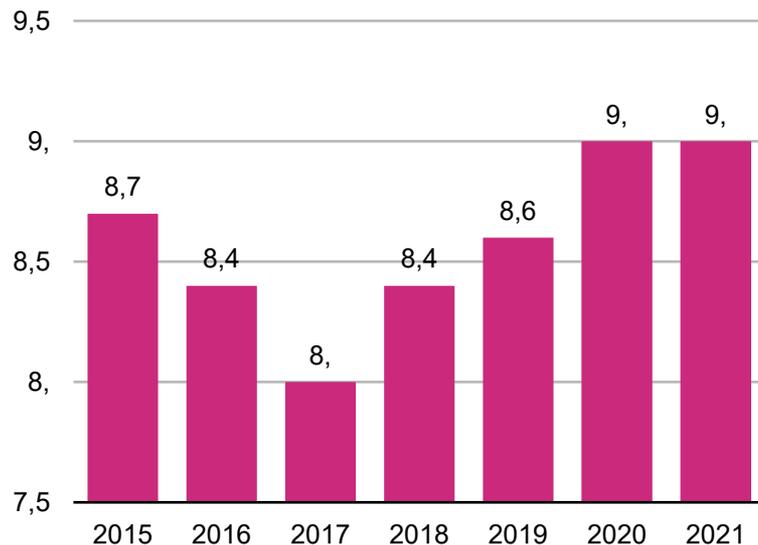
Since 1922

CONSOMMATION DE VIN EN RUSSIE

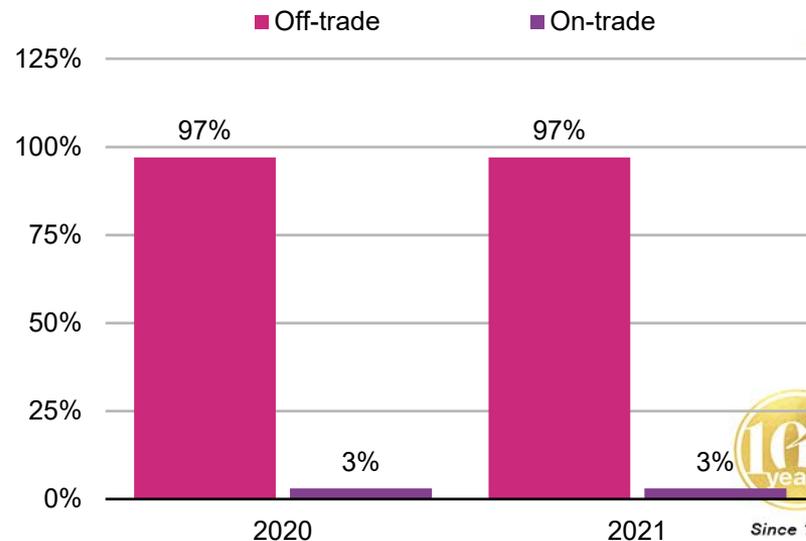
Les risques d'une perte majeure



Consommation absolue en millions d'hl

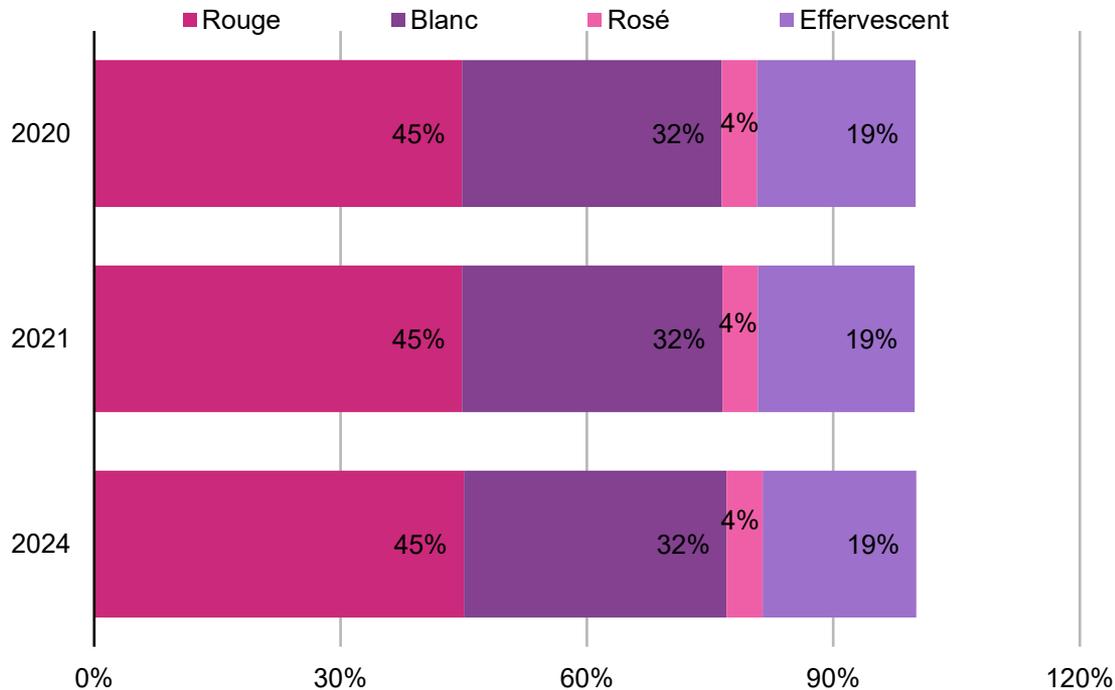


Consumi di vino per canale
% calcolata su volumi totali



CONSOMMATION PAR TYPE DE VIN EN RUSSIE

Une consommation très pétillante



Since 1922

AUJOURD'HUI, IL N'Y A PLUS DE TENDANCES DOMINANTES



Il y a plusieurs tendances qui co-existent

- 🕒 Aujourd'hui la tendance historique alliant tradition et vin est révolue !
- 🕒 Nous sommes entrés dans une phase où les tendances se mélangent sans cesse, où il n'y a plus rien de dominant, où la majorité des consommateurs veulent librement changer d'avis.

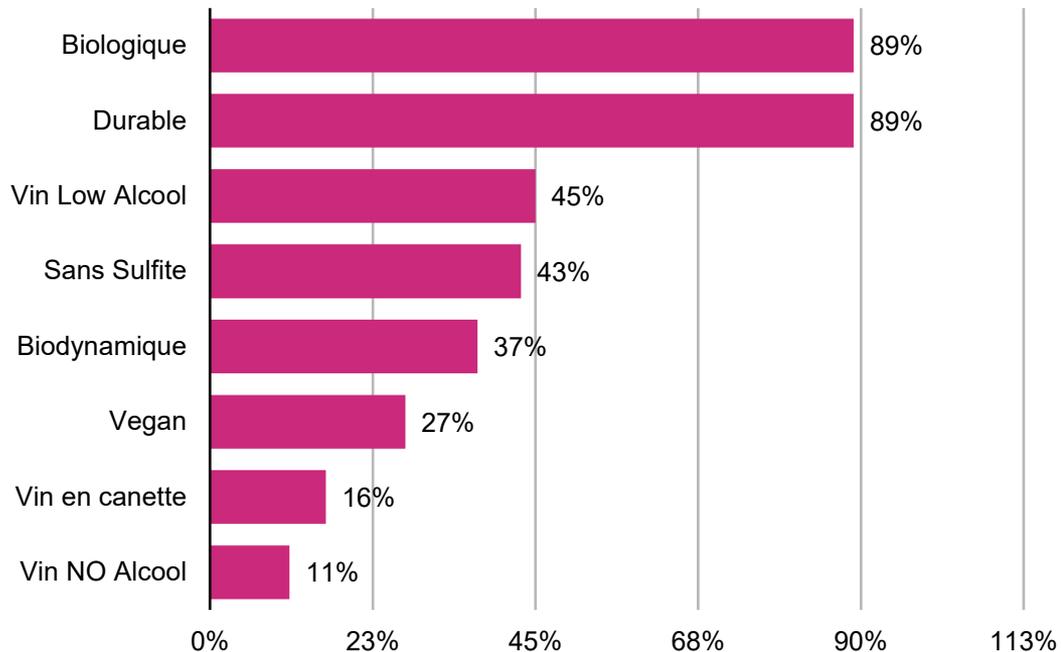
Goût international
Originalité
Augmentation de l'importance de la
marque
Facteur humain
(producteur / gérant)
Typicité territoriale (renouvelée)
Légèreté et buvabilité
Naturel



Since 1922

TENDANCES FUTURES : L'AVIS DES PRODUCTEURS

Les nombreux « visages » du développement durable



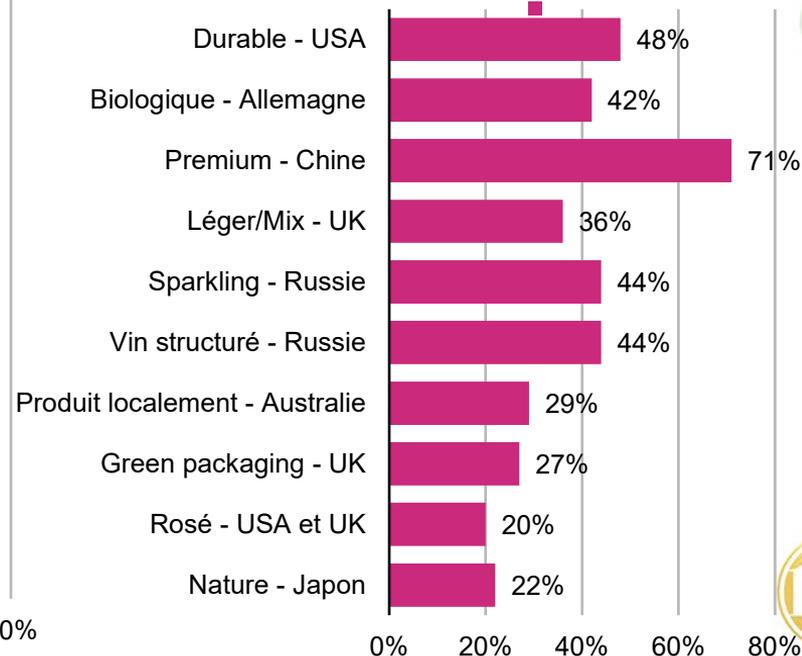
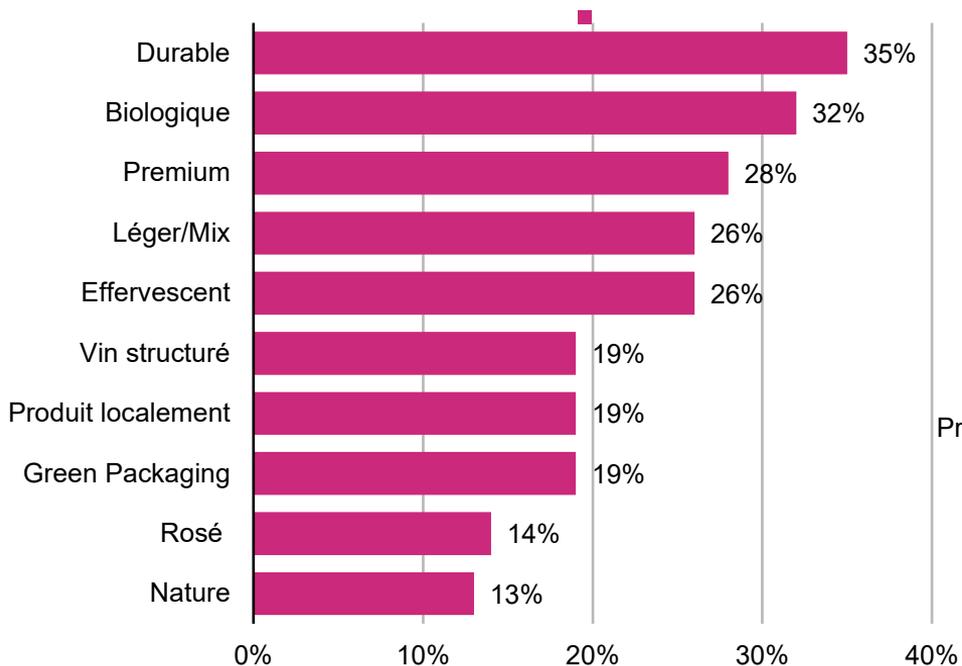
Source : Observatoire Nomisma Wine Monitor 2021



Since 1922

LES ATTENTES DES CONSOMMATEURS

... Et les différences dans les marchés



Since 1922

LES DIFFÉRENTES DÉCLINAISONS DE LA DURABILITÉ DANS LE MONDE



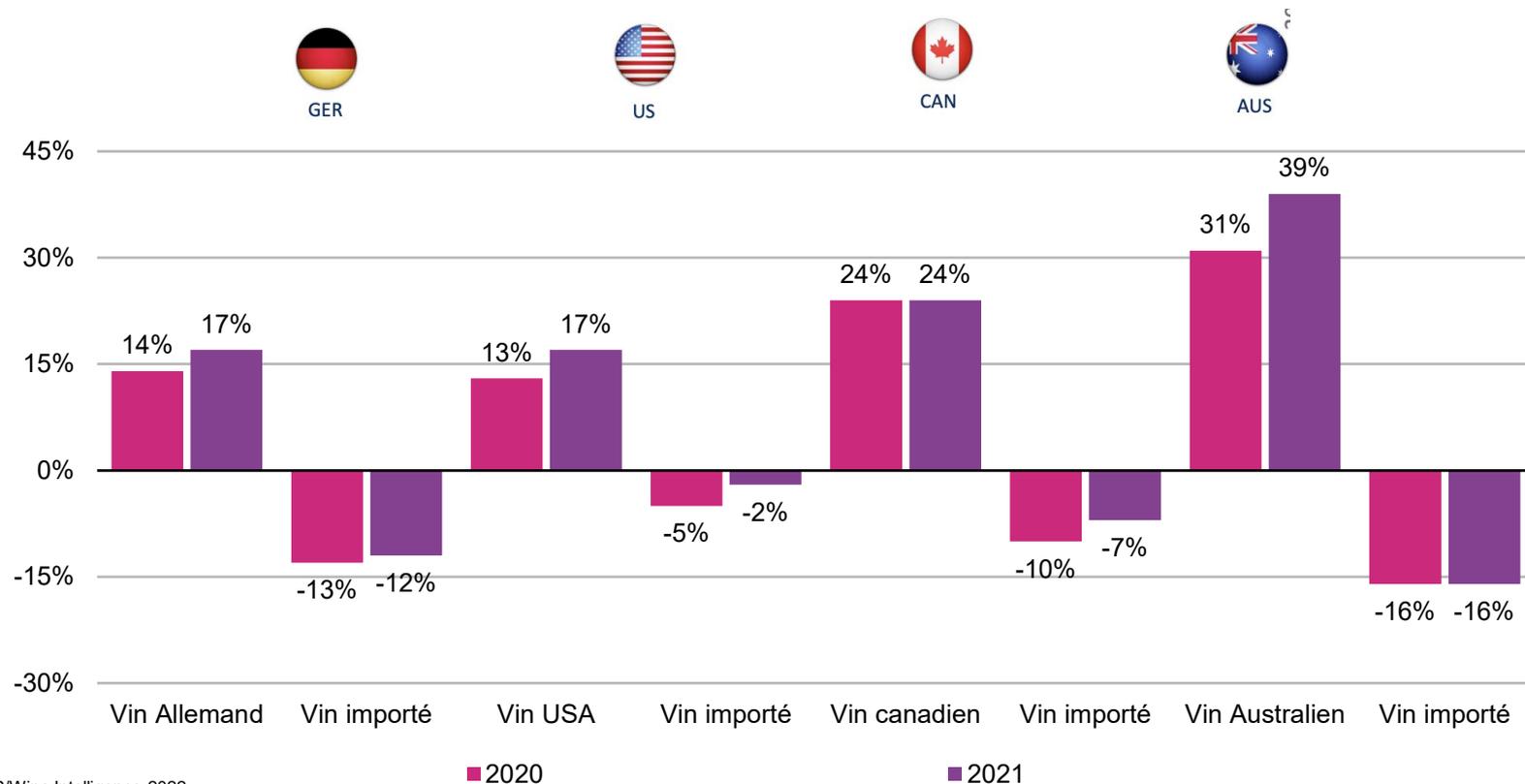
Du vin
naturel
à vegan

	Opportunité Global index 2022	USA	SUEDE
1 Vin Naturel	52,9	53,9	44,7
2 Vin organique	49,4	48,5	65,8
3 Vin produit de manière durable	45,4	42,9	46,4
4 Vin respectueux de l'environnement	43,3	42,9	41,5
5 Vin équitable	39,7	38,6	48,7
6 Vin sans conservateur	38,9	38,0	34,5
7 Vin d'une cave neutre en carbone	37,0	38,4	32,3
8 Vin sans sulfite	35,0	37,5	31,3
9 Pet Nat (Petillant Naturel)	33,1	32,5	26,2
10 Vin biodynamique	31,8	33,7	30,9
11 Vin orange / pelliculaire	31,6	33,6	27,1
12 Vin végétarien	27,7	30,3	21,3
13 Vin Vegan	27,4	26,6	26,3



LA PANDÉMIE A POUSSÉ LE "LOCALISME" ŒNOLOGIQUE

Le pourcentage de ceux qui ont changé leurs choix d'achat



Since 1922

«J'AI ACHETÉ DES PRODUITS ALIMENTAIRES PRODUITS LOCALEMENT»

Une tendance qui ne concerne pas que le vin !

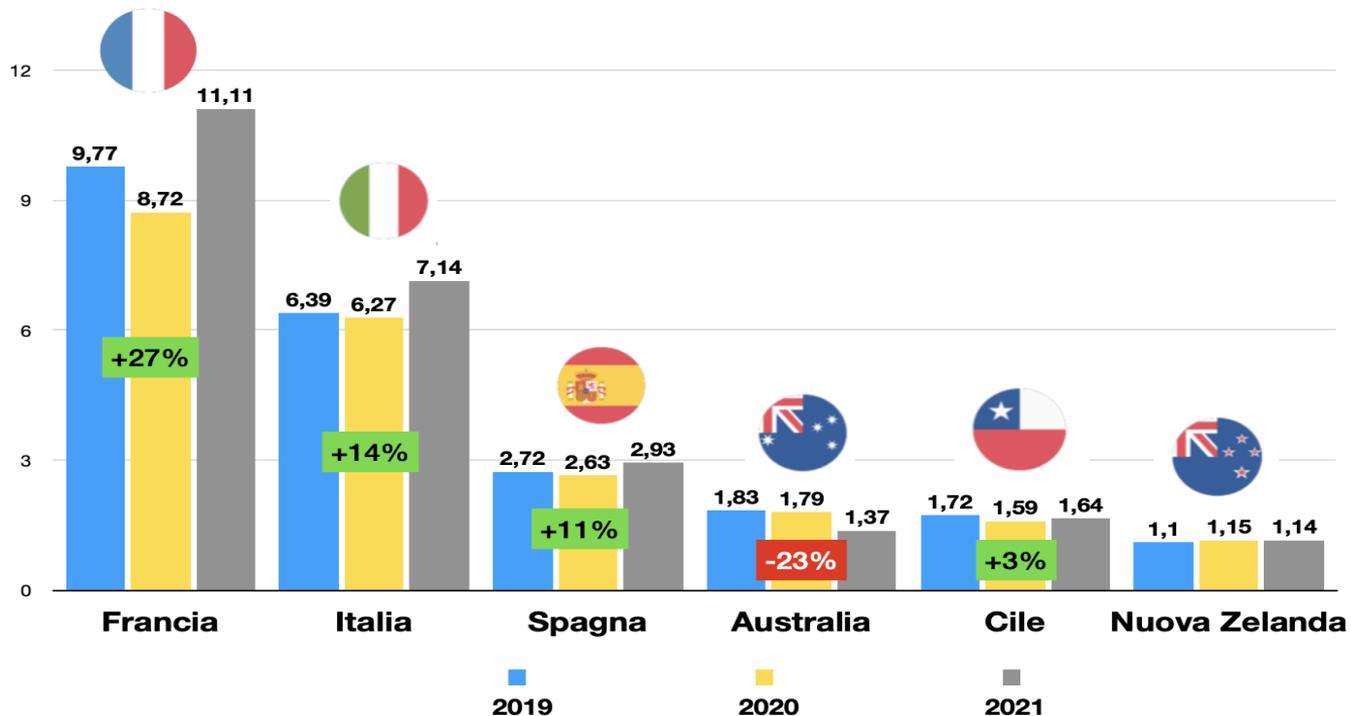
Canada	65%	
Australie	64%	
Etats- Unis	58%	
Royaume-Uni	49%	



Since 1922

Cependant, les exportations restent une stratégie cruciale pour tous les pays producteurs

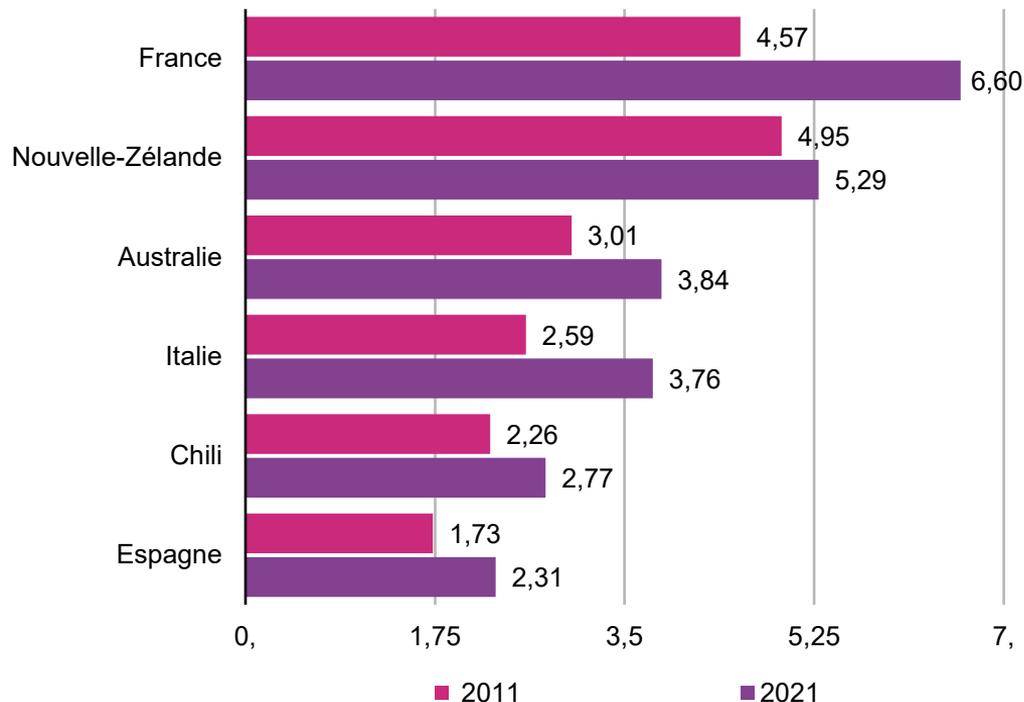
La France confirme son leadership en valeur



Since 1922

Le principal défi du vin italien reste celui de la valeur

La France maîtrise mieux que les autres la valorisation de ses vins



Since 1922



TENDANCE DES VALEURS DES AOP EUROPÉENNES



Since 1922

Tendance des vins européens AOP en 2021

La France garde son leadership en valeur



	Valeur (mln euro)	Var. % 2021/20	Quantité (.000 hl)	Var. % 2021/20	Prix Moyens(euro/litre)	Var. % 2021/20
France	8.990,0	31,8%	6.869,2	13,8%	13,09	15,8%
Italie	4.599,9	16,5%	10.980,5	14,3%	4,19	1,9%
Espagne	1.746,8	11,7%	4.779,6	5,3%	3,65	6,1%
Allemagne	498,8	22,1%	1.105,5	10,7%	4,51	10,3%
Portugal	230,4	8,0%	694,4	4,7%	3,32	3,2%



Since 1922

Les valeurs export des vins blancs européens

AOP en 2021



	Valeur (mln euros)	Var. % 2021/20	Quantité (.000 hl)	Var. % 2021/20	Prix moyens (euro/litre)	Var. % 2021/20
Bourgogne (FRA)	627,4	22,5%	492,7	14,3%	12,73	7,2%
Venetie (ITA)	317,2	12,9%	1.299,1	13,6%	2,44	-0,7%
Trentino A.A. et Friuli (ITA)	234,5	2,4%	519,1	-4,4%	4,52	7,1%
Vallée de la Loire (FRA)	228,2	30,7%	302,3	21,3%	7,55	7,7%
Bordeaux (FRA)	125,0	26,9%	177,9	6,4%	7,03	19,2%
Alsace (FRA)	104,8	18,6%	181,8	13,8%	5,77	4,1%
Moselle (GER)	90,7	30,5%	215,4	23,1%	4,21	6,0%
Rheinhessen (GER)	77,0	14,0%	304,3	12,9%	2,53	1,0%



Since 1922

Les valeurs export des vins rouges européens AOP en 2021



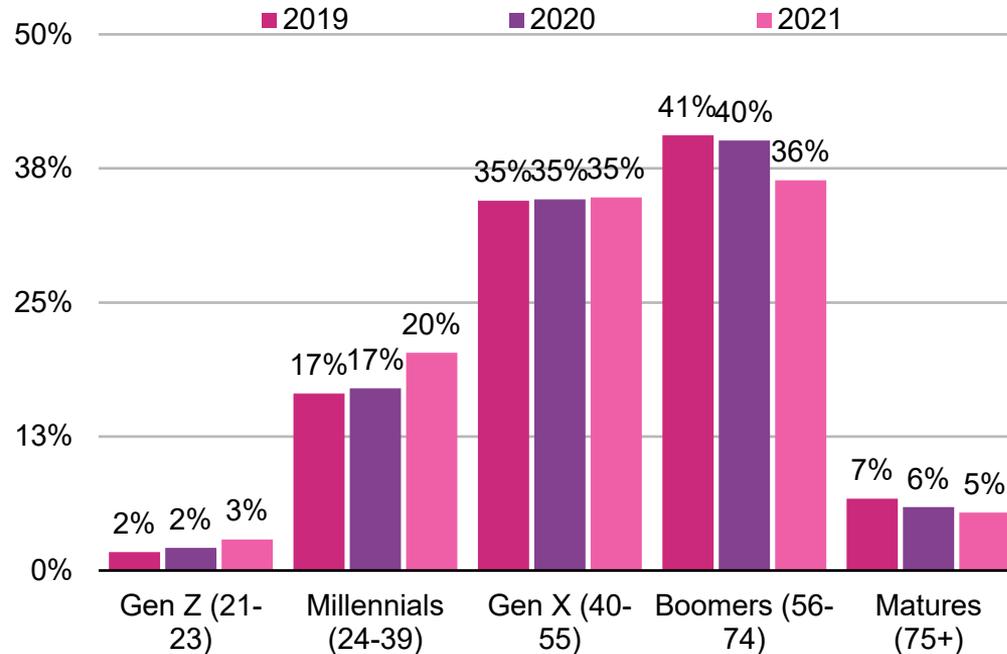
	Valeurs (mln euros)	Var. % 2021/20	Quantité (.000 hl)	Var. % 2021/20	Prix moyens (euro/litre)	Var. % 2021/20
Bordeaux (FRA)	2.163,0	30,0%	1.637,6	9,2%	13,21	19,1%
Bourgogne (FRA)	633,2	35,5%	211,4	30,8%	29,95	3,6%
Toscane (ITA)	604,3	15,0%	795,5	7,1%	7,60	7,3%
Rioja (SPA)	515,2	5,2%	1.037,2	-1,8%	4,97	7,1%
Vallée du Rhone (FRA)	457,8	20,9%	656,6	6,2%	6,97	13,9%
Piemont (ITA)	339,4	17,4%	344,2	16,5%	9,86	0,8%
Venetie (ITA)	295,7	8,9%	519,2	10,2%	5,69	-1,2%
Languedoc-Roussillon (FRA)	171,6	4,0%	348,3	5,0%	4,93	-0,9%



Since 1922

Jeunes consommateurs : le vrai défi du vin

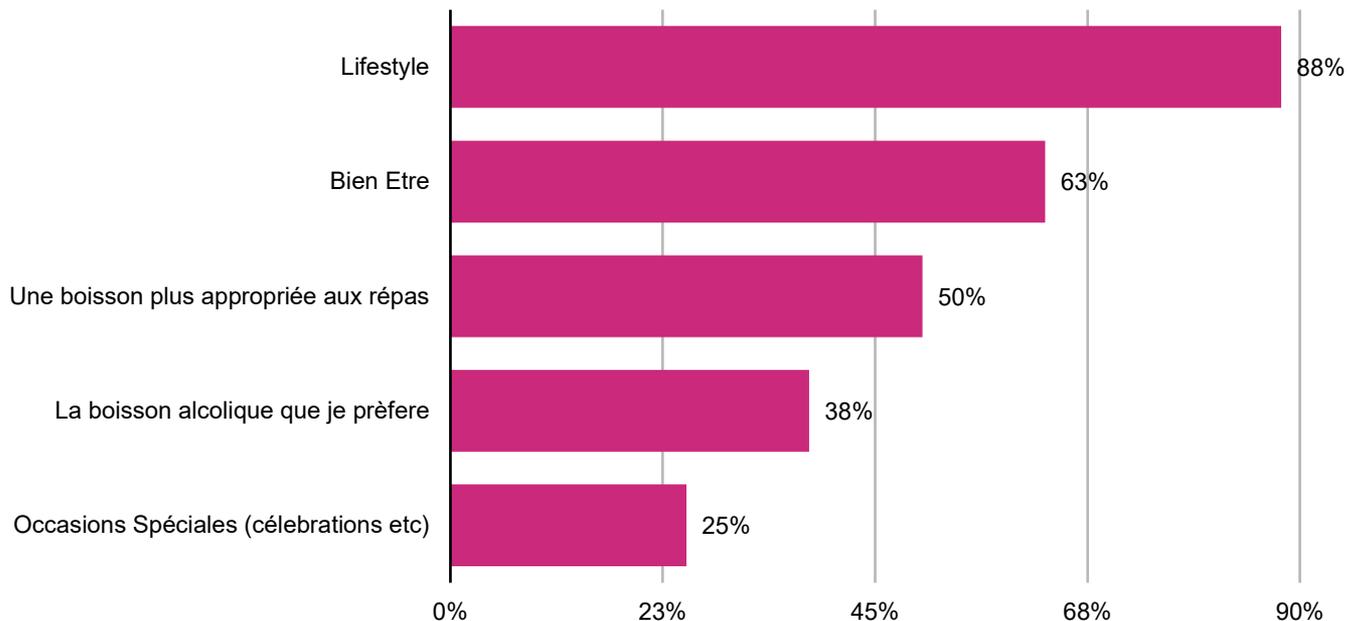
La classification générationnelle des consommateurs de vin aux États-Unis



Since 1922

Quelles sont les raisons d'attirer les jeunes consommateurs vers le vin ?

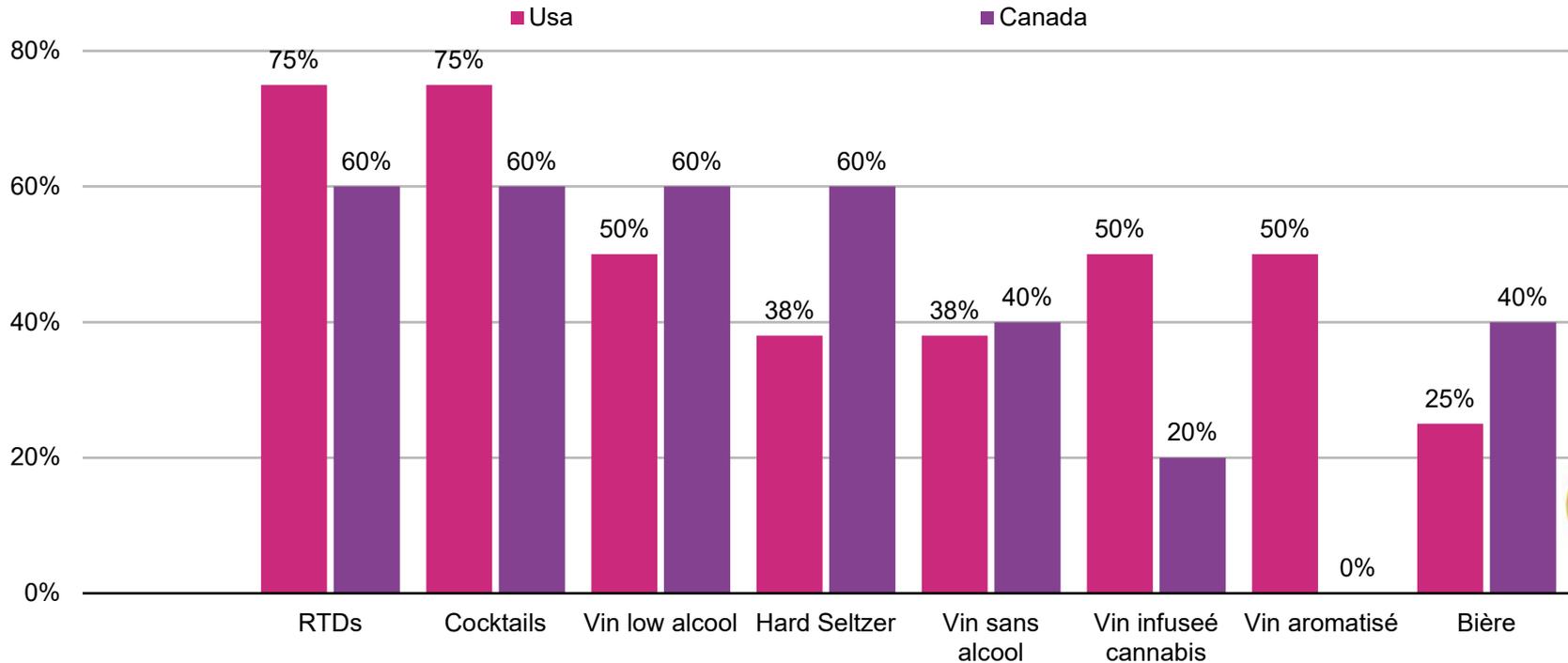
L'enquête Wine Intelligence aux États-Unis et au Canada (mars-avril 2022)



113% Since 1922

Des boissons alcoolisées qui pourraient remplacer le vin classique chez les jeunes générations

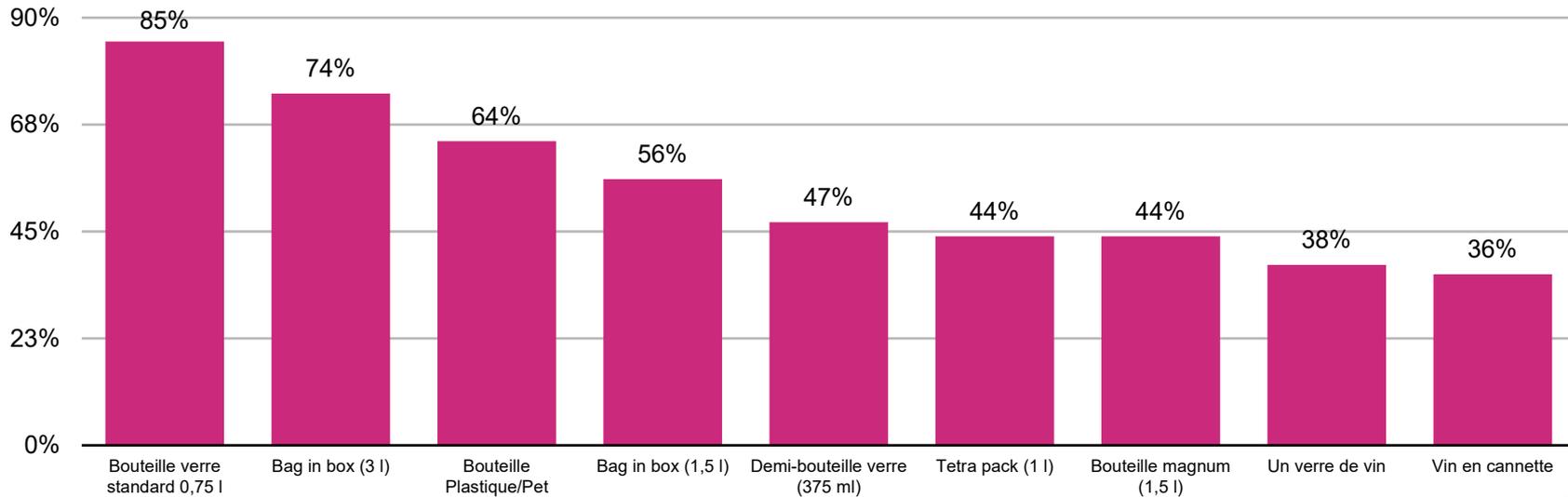
Enquête Wine Intelligence aux États-Unis et au Canada



Since 1922

Le packaging du vin du futur en Suède (1)

Enquête Wine Intelligence sur les consommateurs réguliers



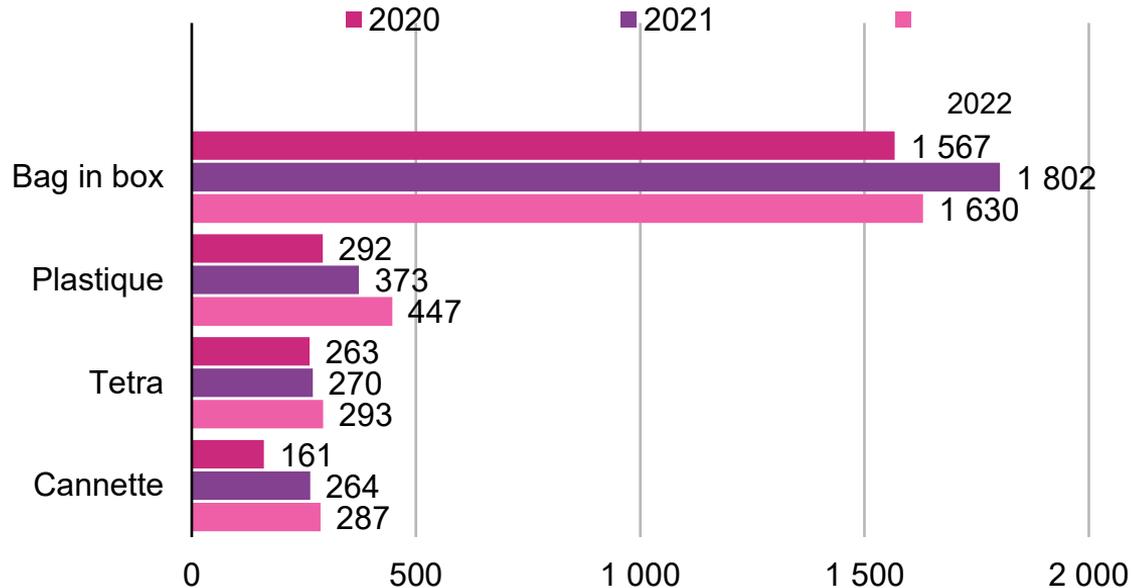
(1) Dans un marché dominé par le bag-in-box (au-delà du verre de 75cl), 2/3 des buveurs de vin suédois envisageraient à l'avenir d'acheter du vin en PET



Since 1922

Évolution de l'emballage du vin aux États-Unis

Wine Analytics Report (valore .000 dollari Usa)



Source: NielsenIQ off-premise sales 52 weeks ended Mar. 26 and comparable prior periods. Box



Since 1922

LE GRAND SUCCES DU VIN EN CANETTE

En cinq ans une augmentation de plus de 3 800 % !

- Le marché mondial des vins en canette a été estimé à 211,4 millions de dollars pour 2020 et selon le Canned Wine Market Report 2021-2028, un taux de croissance composé - Cagr - du 13,2 % est attendu.
- Entre 2017 et 2021, le volume des ventes de vin en canette dans les filières suivies par Nielsen a augmenté de plus de 3 800 %, atteignant l'équivalent d'environ 30 millions de bouteilles.



Since 1922

L'AMÉRIQUE DU NORD EST LE MOTEUR DU MARCHÉ MONDIAL DU VIN EN CANETTE



- 🕒 Aux États-Unis, les ventes de vins en canette s'élevaient à un peu plus de 2 millions de dollars en 2012 ; Plus de 300 nouvelles étiquettes de vin en canette ont été lancées depuis 2014 et leurs ventes ont atteint 93 millions de dollars en 2019.
- 🕒 Mais déjà en 2020, la valeur a plus que doublé pour atteindre plus de 186 millions de dollars (+ 68%).



Since 1922

Zoom sur les vins allégés / zéro alcool / en canette : avis consommateurs



% de consommateurs attentifs à la teneur en alcool du vin qu'ils achètent



Nombre de consommateurs qui, lors de
l'achat de vin, vérifient en premier lieu la
teneur en alcool sur l'étiquette

% calculées sur les consommateurs de vin

Source: Survey Wine Monitor Nomina, 2021
Since 1922



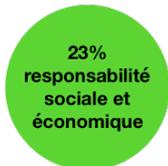
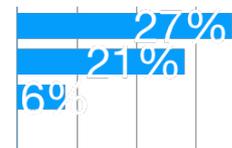
Les nombreuses nuances de durabilité perçues par les clients



Selon vous, quels sont les aspects les plus importants de la certification de durabilité pour une cave ? Une entreprise ou un vin est durable quand ...



Les méthodes de production permettent la reproduction des ressources environnementales
Il tend à une réduction progressive des émissions de CO2 et de la consommation d'eau
Utiliser des emballages éco-durables



Une juste rémunération est garantie à tous les acteurs de la chaîne d'approvisionnement
L'entreprise est saine et ses comptes en ordre
Le processus de production est géré dans le respect des droits des travailleurs



C'est parfaitement traçable
Il est produit dans un territoire spécifique avec une vocation
Il est mis en bouteille près du lieu de récolte



% % calculé sur le nombre total de caves

Source: Osservatorio Nomina Wine Monitor per VALORITALIA 2021



Since 1922



MERCI POUR L'ATTENTION



THE INNOVATION
YOU NEED

martinvialatte.com



THE INNOVATION
YOU NEED



NOUVEAUX ENJEUX DU SECTEUR VITICOLE :
DE LA VITICULTURE DURABLE A
L'ECOCONCEPTION DES CAVES

Joël Rochard

VitisPlanet

04 mai 2022



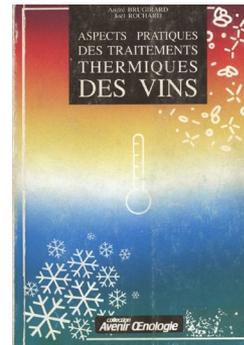
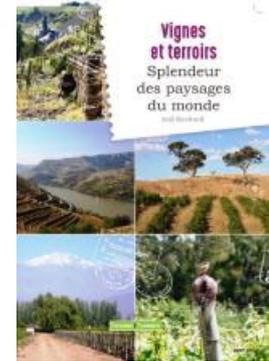
Since 1922

Activités professionnelles

- + 1980 à 1997 Comité Champagne CIVC
- + 1998 à 2019 Institut Français de la Vigne et du Vin/IFV
- + depuis 2000
 - Expert Organisation Internationale de la Vigne et du Vin/OIV
 - Journaliste revues techniques
 - Chargé de cours diplôme d'œnologues et Master
 - Formateur et dégustateur dans différents concours

Expertise

- + Stratégie de développement durable appliquée à la filière viticole
- + Gestion des effluents et déchets
- + Connaissance ,valorisation paysages viticoles et de la biodiversité
- + Effet de serre et changements climatiques
- + Ecoconception des caves
- + Eco-œnotourisme
- + Indicateurs (Bilan carbone , ACV, labels, etc.)



Since 1922

<https://joel-rochard.com/>

Liste et liens publications FR and EN

https://scholar.google.fr/scholar?start=20&q=joel+rochard&hl=fr&as_sdt=0,5

DEVELOPPEMENT DURABLE APPLIQUE A LA FILIERE VITICOLE

Le développement durable est « un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs », citation de Mme Gro Harlem Brundtland, Premier Ministre norvégien (1987).

L'OIV précise que La viti-viniculture durable est une « *approche globale à l'échelle des systèmes de production et de transformation des raisins, associant à la fois la pérennité économique des structures et des territoires, l'obtention de produits de qualité, la prise en compte des exigences d'une viticulture de précision, des risques liés à l'environnement, à la sécurité des produits et la santé des consommateurs et la valorisation des aspects patrimoniaux, historiques, culturels, écologiques et paysagers* »

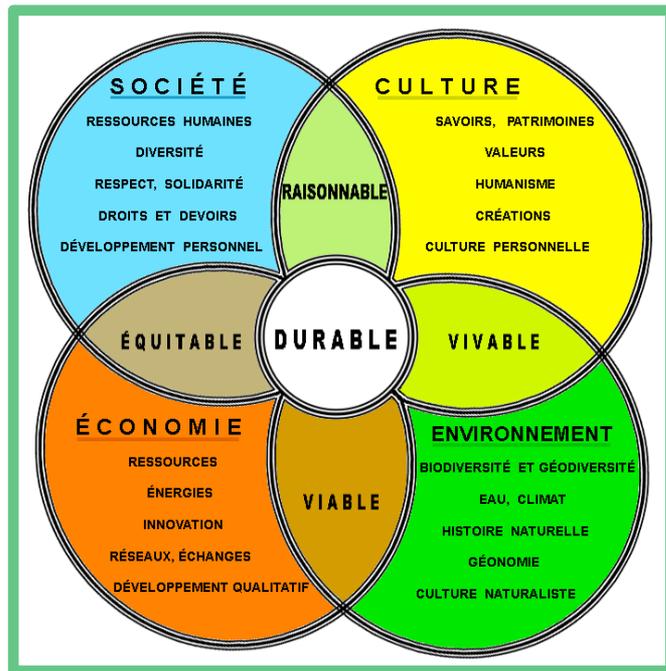
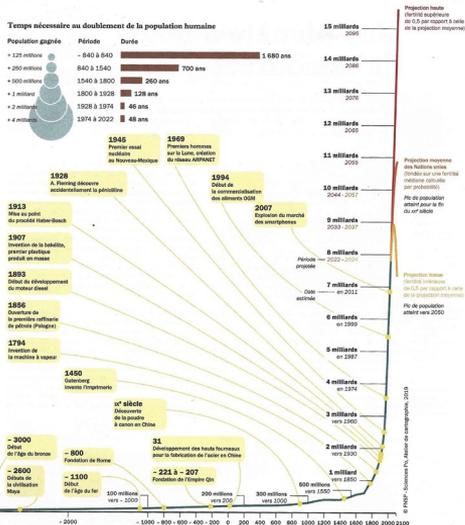


Schéma présentant, parallèlement aux trois volets classique développement durable, environnement, économie, social/ sociétal, l'aspect culturel, fondement de la consommation des vins et qui peut être associé une démarche déco conception de cave. ainsi les traditions, des savoir-faire historique le patrimoine, des paysages faire l'objet d'une valorisation dans le fonctionnement et la communication associé à la cave. Schéma www.mer-nature.org



Since 1922

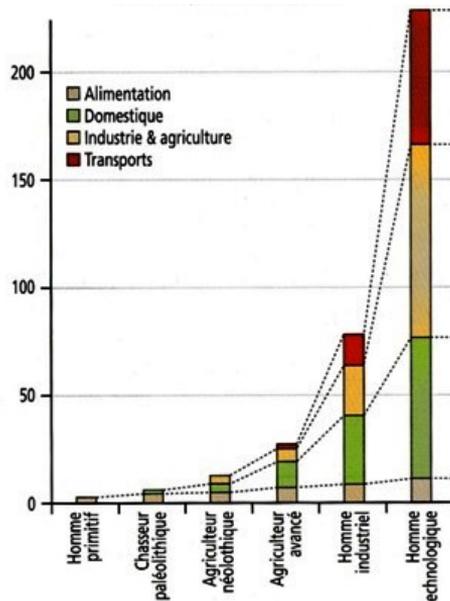
Evolution de la population mondiale depuis -3000 av. J.-C. jusqu'à la fin du XXIe siècle



Atlas de l'anthropocène F Gemene A Rankovic Ed Sciences-Po 2019

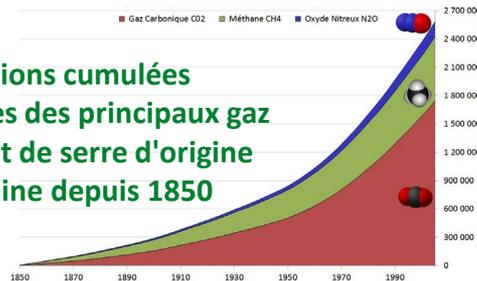
UNE CROISSANCE DE L'EMPREINTE PLANÉTAIRE HUMAINE

Evolution de la consommation quotidienne d'énergie par habitant



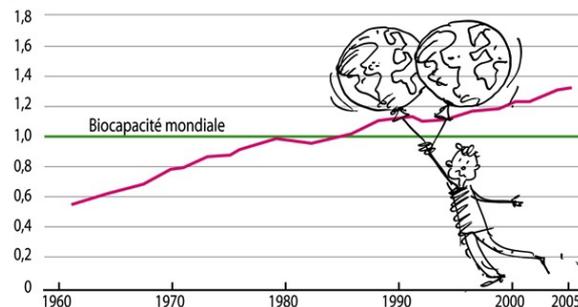
. D'après Cook E. Energy and power Scientific Amer., 1971, publiée dans le Dictionnaire encyclopédique de l'écologie et des sciences de l'environnement F. Ramade

Émissions cumulées totales des principaux gaz à effet de serre d'origine humaine depuis 1850



(en millions de tonnes équivalent, source CDIAC, schéma Olivier Berruyer, www.les-crisis.fr

Nombre de planètes TERRE



Evolution passée et future de l'empreinte-écologique, www.les.cahiers-developpement-durable.be



Since 1922

UN REJET DE LA « MODERNITÉ »



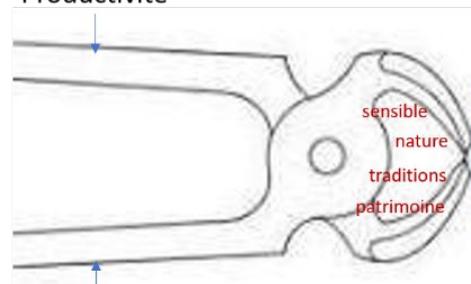
1950

1992

2020

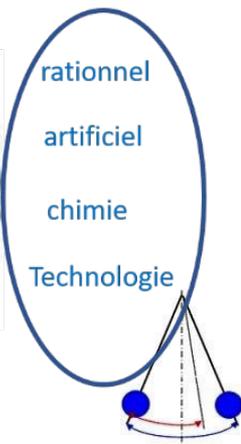
Sommet de Rio : émergence du développement durable

Productivité



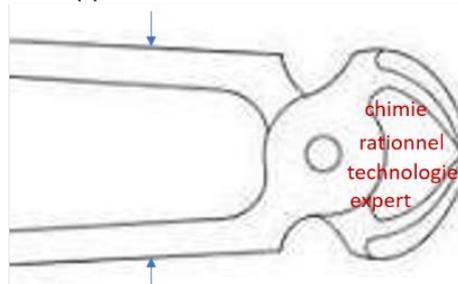
intensification

Milieu du XXe siècle
Âge d'or de la modernité



Effet de balancier
Changement de
paradigme

Développement durable



Impasses techniques
et technologiques

Fin du XXe et début du XIe siècle
Retour du naturel

sensible
naturel
écologie
bien-être



Cash investigation
Élise Lucet



www.nosvignes.fr



VERS UNE APPROCHE DE RESPONSABILITÉ SOCIALE/SOCIÉTALE DES ENTREPRISES / RSE



Objectifs de développement durable de l'ONU 2015



RSE ISO 26000

www.afnor.org

blog.ipedis.com

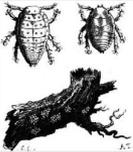


HISTORIQUE DE L'ENVIRONNEMENT DANS LE SECTEUR VITICOLE

Source J. ROCHARD



Maladies
venues
d'Amérique :
oïdium mildiou
phylloxéra



Fin du
XIXe
siècle

Première et
deuxième guerres
mondiales



Début du
XXe siècle

ENJEUX PARCELLAIRES ET COMMERCIAUX

- Résistance
Resistance
- Résidus
residues



1970 - 1980

ENJEUX LOCAUX

- Effet sur les auxiliaires
Impact on auxiliary of the vine
- Conséquences sur les écosystèmes associés
Consequences on related ecosystems
- Pollution des eaux
Water pollution
- Paysages *Landscapes*



1980 - 1990

ENJEUX PLANÉTAIRES

- Ressources naturelles
Natural resources
- Biodiversité
Biodiversity
- Pollution de l'air
Air pollution
- Effet de serre
Greenhouse effect



1990 - 2000



Indicateurs
Analyse Cycle
de vie
Structuration
démarches

2000-2020

Raisonnement des pratiques
Practises plan

Démarche intégrée
Integrated procedure

Notion durable
Sustainable notion



EXEMPLE D'APPROCHE DURABLE GLOBALE AU NIVEAU DE LA VIGNE DE LA CAVE

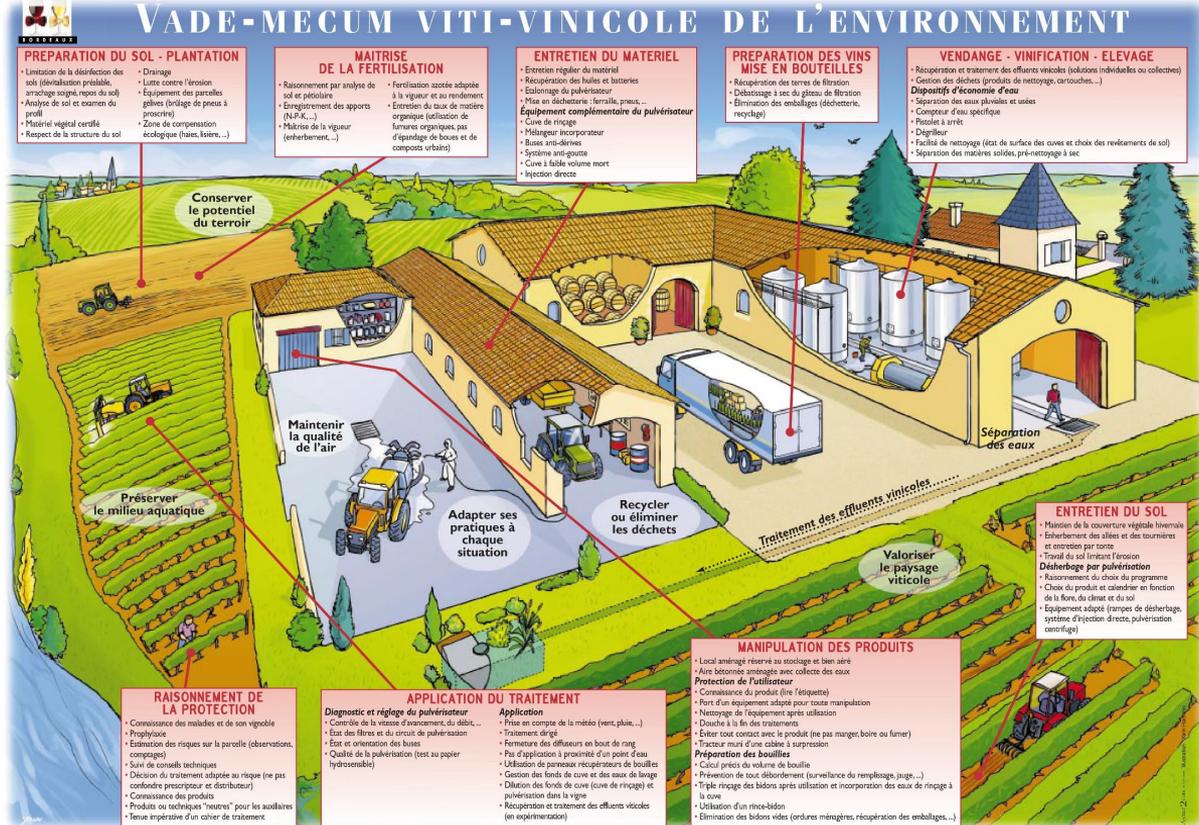
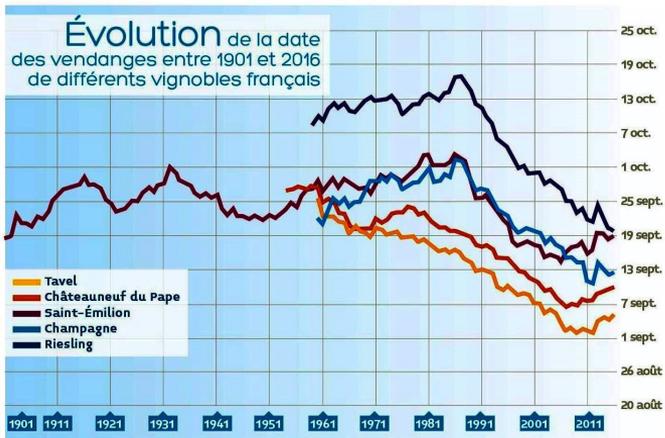


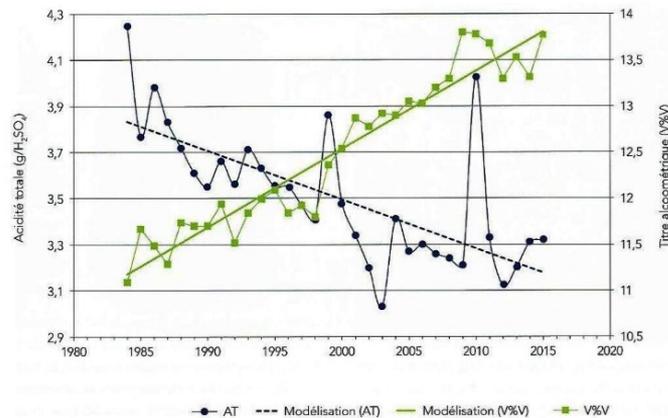
Schéma CIVB

www.bordeaux.com

LES CONSÉQUENCES DU RÉCHAUFFEMENT CLIMATIQUE SUR LA VIGNE ET LE VIN.



Evolution de l'acidité totale et de la teneur en alcool des vins du Languedoc-Roussillon sur la période 1984-2015.



ONERC 2018 www.cerdd.org

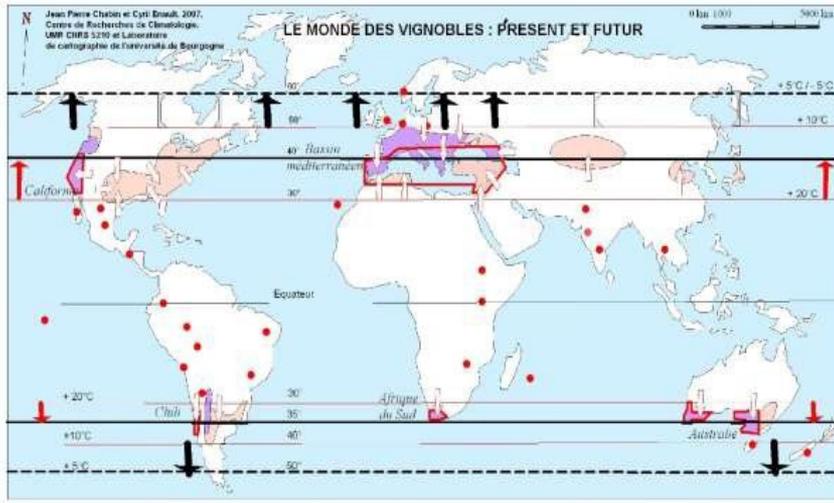
Gel de printemps
www.vignevin



Incendie dans les vignes de Moux et Fontcouverte 26 juillet 2021, photo Château la Baronne



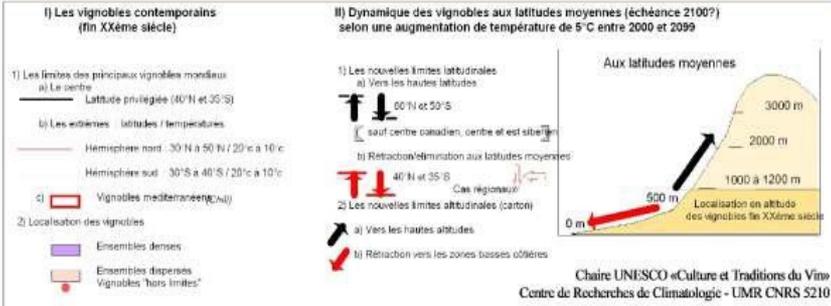
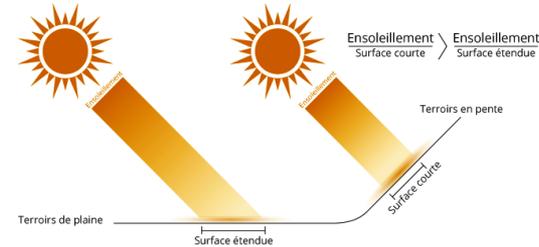
ADAPTATIONS ET MIGRATION DES TERROIRS



© www.ef4.be

		inclinaison par rapport à l'horizontale (°)						
		0	15	25	35	50	70	90
orientation	est	88%	87%	85%	83%	77%	65%	50%
	sud-est	88%	93%	95%	95%	92%	81%	64%
	sud	88%	96%	99%	max 100%	98%	87%	68%
	sud-ouest	88%	93%	95%	95%	92%	81%	64%
	ouest	88%	87%	85%	82%	76%	65%	50%

Tableau d'intensité solaire selon exposition et l'inclinaison



Carte de l'évolution potentielle des régions viticoles mondiales avec le changement climatique, d'après J. P. Chabin.

Les principaux aspects opérationnels de ces démarches sont les suivants :

- + limitation de l'**énergie fossile** dans les **itinéraires** viticoles et œnologiques.
- + réduction de la consommation d'énergie fossile des **tracteurs et des machines à vendanger** (puissance, biocarburant, électrique).
- + réduction des émissions de **protoxyde d'azote** des **sols**.
- + stratégie de gestion des sols avec un objectif de **puits de carbone** (enherbement, gestion de la matière organique, microbiologie).
- + réduction de l'impact énergétique des dispositifs de lutte contre le **gel de printemps**.
- + Valorisation de la **biomasse viticole** (**sarments, ceps après arrachage**) œnologique (**marc, lies, bourbes, acide tartrique**).
- + Optimisation des **déplacements des travailleurs et des commerciaux** (covoiturages, limitation de l'avion).
- + Mode de **transport des vins** moins impactant.
- + Substitution des **intrants et fournitures**, dont les constituants sont d'origine fossile, par des produits **biosourcés**.
- + Politique d'**achat responsable de biens et services** présentant avec faible empreinte climatique et écologique un climatique.
- + Intégration de l'enjeu « effet de serre » et plus globalement durable dans les stratégies **œno-touristiques**

- + Optimisation des processus **œnologiques** et économie d'énergie dans les procédés d'**élaboration**.
- + Réduction du poids des bouteilles et optimisation du **packaging**.
- + Efficacité énergétique et approche bioclimatique pour les **nouvelles caves**.
- + Gestion écologique moins énergivore du traitement des **effluents de cave**.
- + Valorisation de la **biomasse œnologique** (**marc, lies, bourbes, acide tartrique**).
- + Récupération et valorisation du **CO2 fermentaire**.

BASE D'UN PLAN CLIMAT



www.xpair.com

QU'EST-CE QUE LA DÉMARCHE HQE (HAUTE QUALITÉ ENVIRONNEMENTALE ?



La charte HQE prévoit la prise en compte des 14 cibles suivantes pour une meilleure qualité environnementale des bâtiments :

- Les cibles d'**éco-construction** (1 à 3) :

Relation harmonieuse des bâtiments avec leur environnement immédiat, Choix intégré des procédés et produits de construction, Chantier à faibles nuisances.

- Les cibles d'**éco-gestion** (4 à 7) :

Gestion de l'énergie, Gestion de l'eau, Gestion des déchets d'activités, Entretien et maintenance

- Les cibles de **confort** (8 à 11) :

Confort hygrothermique, Confort acoustique, Confort visuel, Confort olfactif.

- Les cibles de **santé/sécurité** (12 à 14) :

Conditions sanitaires, Qualité de l'air, Qualité de l'eau.

Labels et certifications (liste non exhaustive)

Questions fréquemment posées, spécificités de la norme pour en savoir plus.

CERTIFICATIONS

HQE Bâtiment Durable
 - Validité nationale
 - Spécifique aux opérations d'investissement immobilier
 - 28 critères de qualité
 - Possibilité de revenir à un bâtiment reconnu
 - Garantie
 - Plus de 10 ans de certification possible
 - Indicateur : HQE Bâtiment Durable (niveau 1 à 3)
www.hqe.org

BREEAM
 - Validité internationale
 - Spécifique, méthode à points sur 100 points
 - Analyse de confort thermique
 - Niveau de qualité de l'air intérieur selon le nombre de points obtenus
 - Indicateur : BREEAM (niveau 1 à 3)
www.breeam.com

LEED
 - Validité internationale
 - Spécifique, méthode à points sur 100 points
 - Niveau de qualité de l'air intérieur selon le nombre de points obtenus
 - Indicateur : LEED (niveau 1 à 3)
www.usgbc.com

WELL
 - Validité internationale
 - Spécifique, méthode à points sur 100 points
 - Niveau de qualité de l'air intérieur selon le nombre de points obtenus
 - Indicateur : WELL (niveau 1 à 3)
www.wellcert.com

Labels
 - D-C (Bâtiment à Énergie Positive et à Basse Consommation)
 - Spécifique, méthode à points sur 100 points
 - Niveau de qualité de l'air intérieur selon le nombre de points obtenus
 - Indicateur : D-C (niveau 1 à 3)
www.d-c.com

ISO 14001
 - Validité internationale
 - Spécifique, méthode à points sur 100 points
 - Niveau de qualité de l'air intérieur selon le nombre de points obtenus
 - Indicateur : ISO 14001 (niveau 1 à 3)
www.iso.org

ISO 9001
 - Validité internationale
 - Spécifique, méthode à points sur 100 points
 - Niveau de qualité de l'air intérieur selon le nombre de points obtenus
 - Indicateur : ISO 9001 (niveau 1 à 3)
www.iso.org

BÂTIMENT BAS CARBONE BECA
 - Validité nationale
 - Spécifique, méthode à points sur 100 points
 - Niveau de qualité de l'air intérieur selon le nombre de points obtenus
 - Indicateur : BECA (niveau 1 à 3)
www.bece.fr

MINERGIE
 - Validité internationale
 - Spécifique, méthode à points sur 100 points
 - Niveau de qualité de l'air intérieur selon le nombre de points obtenus
 - Indicateur : MINERGIE (niveau 1 à 3)
www.minergie.com

PASSIVHAUS
 - Validité internationale
 - Spécifique, méthode à points sur 100 points
 - Niveau de qualité de l'air intérieur selon le nombre de points obtenus
 - Indicateur : PASSIVHAUS (niveau 1 à 3)
www.passivhaus.com

CANAL FONDATION (CFP)
 - Validité nationale
 - Spécifique, méthode à points sur 100 points
 - Niveau de qualité de l'air intérieur selon le nombre de points obtenus
 - Indicateur : CFP (niveau 1 à 3)
www.canal.com

ÉNERGIE POSITIVE (EP)
 - Validité nationale
 - Spécifique, méthode à points sur 100 points
 - Niveau de qualité de l'air intérieur selon le nombre de points obtenus
 - Indicateur : EP (niveau 1 à 3)
www.ep.com

ISO 14001
 - Validité internationale
 - Spécifique, méthode à points sur 100 points
 - Niveau de qualité de l'air intérieur selon le nombre de points obtenus
 - Indicateur : ISO 14001 (niveau 1 à 3)
www.iso.org

ISO 9001
 - Validité internationale
 - Spécifique, méthode à points sur 100 points
 - Niveau de qualité de l'air intérieur selon le nombre de points obtenus
 - Indicateur : ISO 9001 (niveau 1 à 3)
www.iso.org



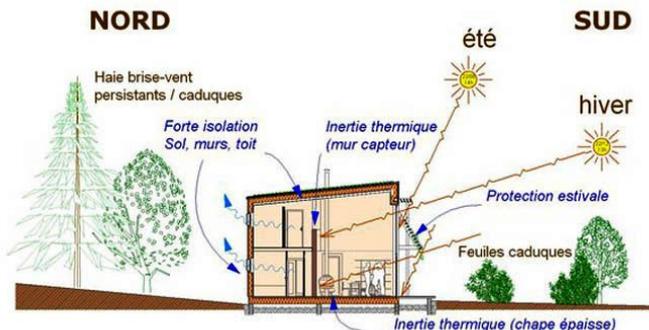
Normes de construction durable internationales

www.hqegbc.org

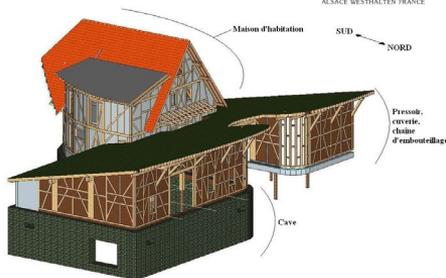
CONCEVOIR UN BÂTIMENT BIOCLIMATIQUE :



www.turbin.architecte.free.fr



DOMAINE LÉON BOESCH
ALSACE MISTHALTEN FRANCE



- + Bien **choisir** son terrain (typologie, localisation, contraintes foncières)
- + Limiter ses **impacts sur l'environnement** (biodiversité, paysage)
- + Utiliser l'ombrage
- + Limiter ou optimiser la **prise au vent**
- + Optimiser le **volume** du bâtiment
- + Favoriser l'**éclairage naturel** en limitant les apports thermiques
- + Utiliser l'**inertie thermique** des murs et du sous-sol

GEORGIE

CONCEPTION DE LA CAVE : DEPUIS L'ORIGINE DU VIN LES VIGNERONS ONT CHERCHÉ À BÉNÉFICIER DE L'INERTIE THERMIQUE DU SOUS-SOL.

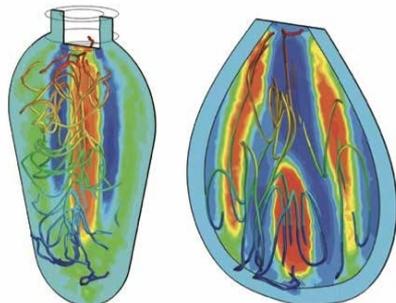
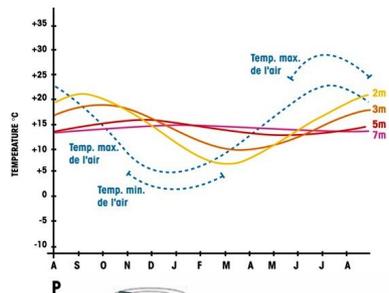


Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture



Patrimoine culturel immatériel

Le Qvevri de Géorgie garantit une faible variation de température entre l'été et l'hiver. Photo wikipedia



Cuve Dolia

Cuve Ovaïde

Etude du mouvement du vin selon la forme des cuves R Guillaume Revue Française d'Œnologie Mai juin 2021



ARMENIE



Cave d'environ 6 100 ans dans une grotte, avec un pressoir rudimentaire et une cuve d'argile entouré de pépins de raisin, de la vigne desséché, et des restes de raisins pressés. Région d'Arenie en Arménie.

Photos wikipedia

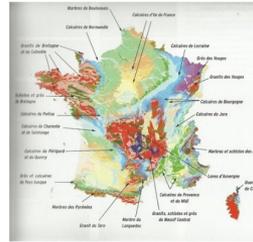


MAISONS VIGNERONNES TRADITIONNELLES

La conception privilégie les matériaux locaux, l'inertie thermique du sous-sol, l'isolation naturelle et la ventilation en fonction des vents dominants.

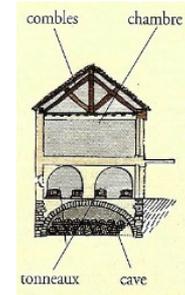


Cave traditionnelle de moldavie avec un toit végétal



Localisation des grands bassins producteurs de pierres en France

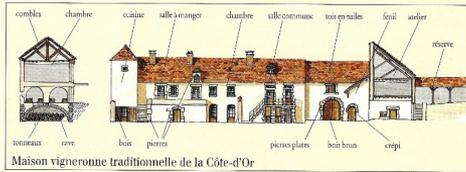
www.snroc.fr



Maison vigneronne traditionnelle avec cave semi-enterrée Source encyclopedie touristique des vins de France edition Hachette 1994



Maison traditionnelle du Mâconnais encyclopédie touristique des vins de France éd Hachette 1994 Dessin atelier D. Duplantier



Maison vigneronne bourguignonne.

Encyclopédie touristique des vins de France Edition Hachette 1994



Maison vigneronne en Alsace www.maisons-paysannes.org

CAVES SOUTERRAINES TRADITIONNELLES

Caves d'extraction de pierre



Crayère à Reims en
Champagne M. Jolyot
www.paysagesduchampagne.fr



Carrière de calcaire
Moldavie



Tuffeau Chinon Vallée
de la Loire



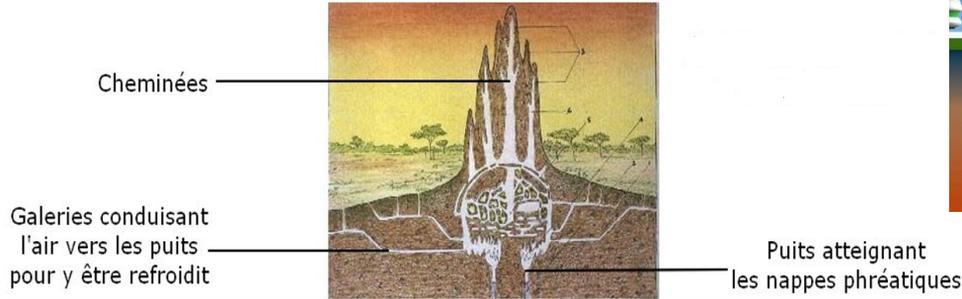
Caves traditionnelles Ribera del Duero Espagne
Source María José Yravedra.



Caves traditionnelle Tokaj, Hongrie
© György Darabosbience que



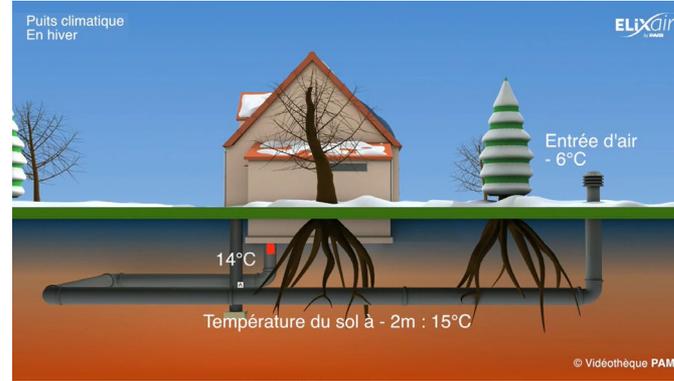
BIOMIMÉTISME: EXEMPLE DES TERMITES



De par sa densité, l'air chaud est attiré vers le haut de la termitière, puis est évacué par ces cheminées. Ce phénomène entraîne un courant d'air dans les parties basses du nid : l'air est aspiré par ces parties inférieures grâce aux petits trous situés tout autour du nid.

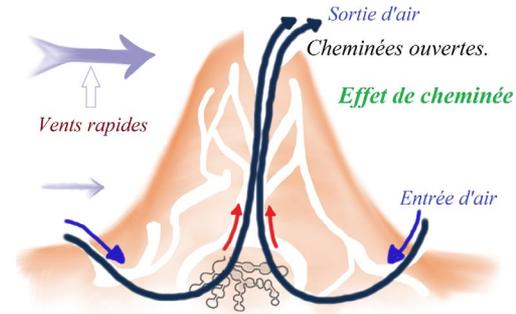
Cet air circule sous terre où il est rafraîchi au contact de puits très profonds (de 15 à 20 m en général, parfois jusqu'à 70 m) que les ouvriers creusent pour atteindre les nappes phréatiques.

La nuit, la température peut atteindre 0°C, donc elles suppriment des ouvertures afin de garder de la chaleur dans la termitière (et une température d'environ 27°)



Principe d'un puits canadien

www.pamelixair.fr



Effet de cheminée dans une termitière

www.biomimtiesite.wordpress.com



UN EXEMPLE DE PUIS CANADIEN

Château de Malleret
Le Pian Medoc Bordeaux



Diffuseur
d'air
intérieur



Déshumidifications et
répartition de l'air.

Entrée d'air
extérieur



GÉOTHERMIE BASSE ENTHALPIE

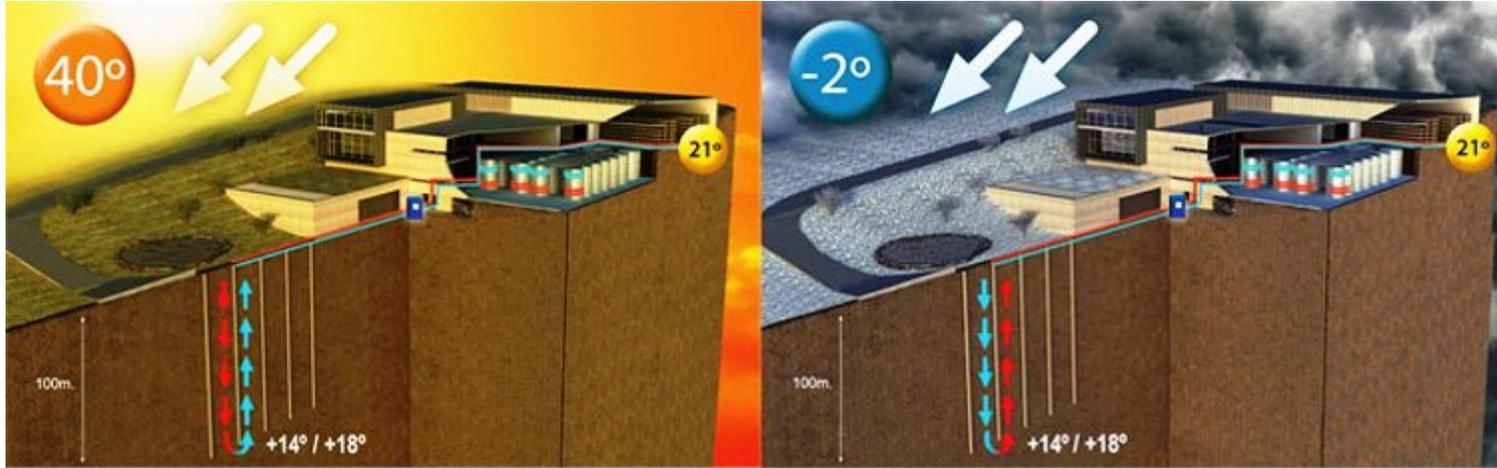


Schéma de principe de la
géothermie basse enthalpie
www.marquesdeteran.com

STRATIFICATION THERMIQUE DANS UN BÂTIMENT

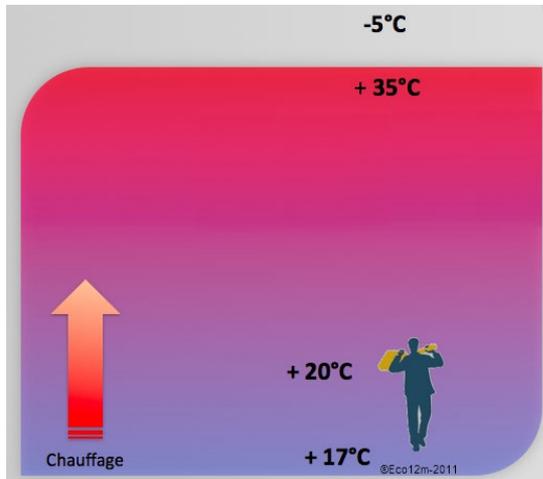


Schéma Wikipédia

Dans le cas de l'air dans un bâtiment, l'air chaud est plus léger que l'air froid : l'air chaud monte et l'air froid stagne au niveau du sol. La variation de température peut atteindre 2 °C par mètre de hauteur (à titre d'exemple, pour une hauteur de 10 mètres entre le sol et le plafond, on peut constater une différence de température de 18 °C).



Extracteur rotatif rotatif à moteur
McLaren Vale (Australie)

TOITURE VÉGÉTALE

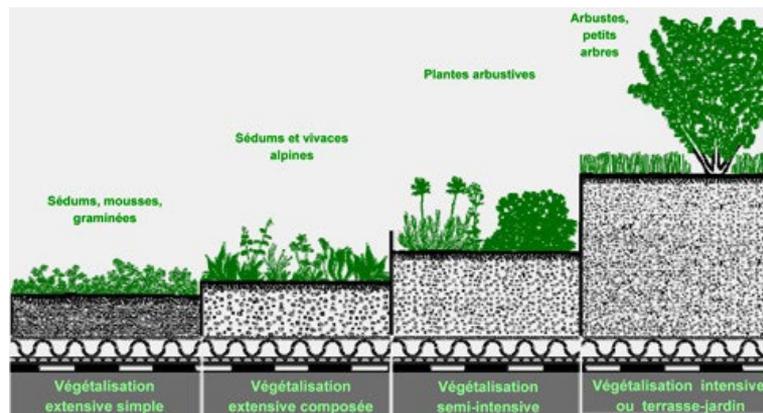
Plantes de toiture végétale extensive de type « sedum » Sedum est un genre de plantes succulentes appartenant à la famille des Crassulacées. Il comprend plus de 400 espèces que l'on retrouve à travers l'hémisphère nord. Les sedums (ou orpins) peuvent être des plantes de rocaille ou de petits arbustes. Ces plantes stockent de l'eau dans leurs feuilles. Source guide des plantes de toits végétaux de Edmund C. et Lucie Snodgrass, Edit. du Rouergue www.sedum-et-toiture.com



Structure d'une toiture végétalisée



www.liaisonvegetale.com



www.floratoit.be



MUR VÉGÉTAL

Grove library
Perth en Australie

www.murmurevegetal.com



Domaine
CHAPOUTIER
Côtes du Rhône

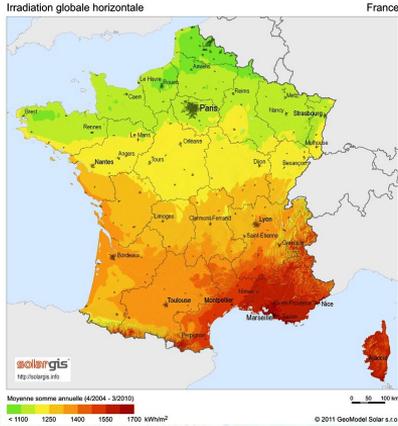


Château des Hospitaliers
(Languedoc)



RUPERT et
ROTHSCHILD
Afrique du Sud régions
de Stellenbosch winery

ÉNERGIE SOLAIRE



Potentiel de production
d'énergie solaire en
France

Stellenbosch
Afrique du Sud



Facteurs de correction pour
le calcul du rendement
d'une
installation
photovoltaïque

© www.ef4.be

		inclinaison par rapport à l'horizontale (°)						
		0	15	25	35	50	70	90
orientation	est	88%	87%	85%	83%	77%	65%	50%
	sud-est	88%	93%	95%	95%	92%	81%	64%
	sud	88%	96%	99%	max 100%	98%	87%	68%
	sud-ouest	88%	93%	95%	95%	92%	81%	64%
	ouest	88%	87%	85%	82%	76%	65%	50%

ECO-CONCEPTION DES CAVES

ECO-INNOVATION: (Biomimétisme): L'architecture s'inspire des termitières pour concevoir des structures de bâtiments à climatisation passive.



Bases de l'écoconception d'une cave (aspect thermique)

D'après Joël ROCHARD

Isolants écologiques

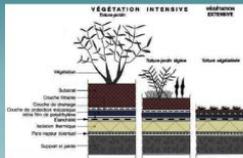


Mur végétal

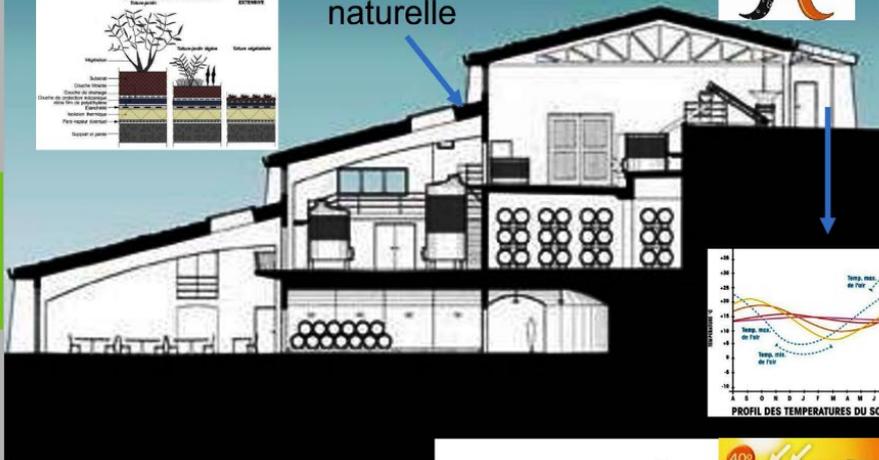


Extraction d'air programmée

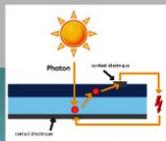
Toit végétal



Lumière naturelle



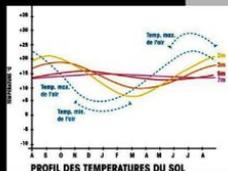
Energie solaire



Extraction de l'air chaud

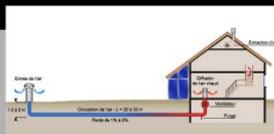


Conception enterrée

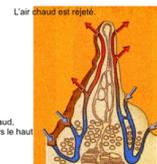


Géothermie

Puits canadien



Air chaud
Air froid



Une fois trop chaud, l'air est attiré vers le haut de la cheminée.

L'air frais entre par les trous et circule autour du nid.



RÉTRO-INNOVATION: Cave traditionnelle avec toit végétal en Moldavie



RÉTRO-INNOVATION: Maison vigneronne traditionnelle, utilisation de l'inertie thermique du sous-sol

TRAITEMENT ECOLOGIQUE DES EFFLUENTS



IMPÉRATIF ENVIRONNEMENTAL : **performance**

Épuration (en fonction du milieu récepteur)

IMPÉRATIF **DURABLE** :

- + Faible consommation d'**énergie**
- + Faible impact local/intégration **paysagère**,
- + Faible nuisance (**olfactive, sonore**)
- + Biodiversité (création de zone humide)
- + Faible production de **déchets (boues)**
- + Production de **biomasse ou d'énergie**
- + **Réutilisation** de l'eau (irrigation/refroidissement)



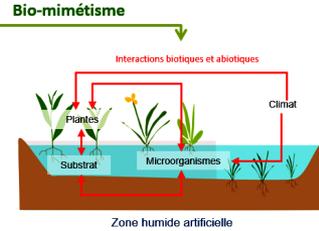
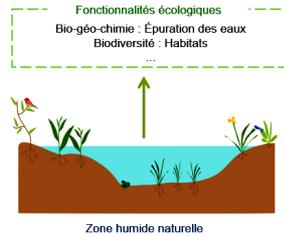
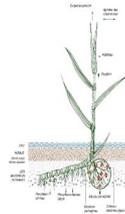
Perspective de réutilisation des eaux usées des effluents de cave

Le traitement écologique: limitation des nuisances et de la consommation énergétique

Johi Pichard
M&P - France



TRAITEMENT DES EFFLUENTS DE CAVE AVEC DES LITS PLANTÉS DE ROSEAUX



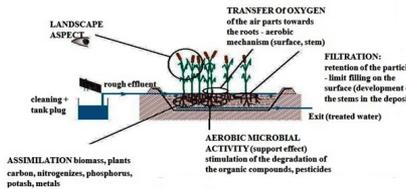
« Nous ignorons la valeur de l'eau tant que le puits n'est pas à sec »
(Thomas Fuller).

Zone humide dans la région du Valais en Suisse

Lit planté de roseaux

Comparaison d'une zone humide naturelle par rapport un dispositif artificiel. (Biomimétisme)

Source Blueset



Réutilisation de l'eau

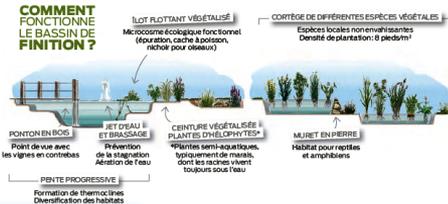


Bassin d'aération avec risque de nuisances olfactives sonores et paysagères.



Traitement des effluents par lit planté de roseaux sur support de zéolithes avec le dispositif Zeoflithes® (cave Baroli dans le Piémont italien)

Dispositif Blueset en de Buzet dans le sud-ouest de la France.



Piémont
Italie



PODERI ALDO CONTERNO



Bed plant on zeolite support





Penedès Catalogne



GEO THERMIE





Allemagne
Württemberg



IMPACTS SOCIETAUX MONDIAUX DE L'EMPREINTE PLANETAIRE DES HOMMES : CLIMAT, BIODIVERSITE, EAU, DECHETS, etc.



www.vie-publique.fr



Les Nations Unies prévoient 200 millions de réfugiés climatiques d'ici 2050
www.coe.int

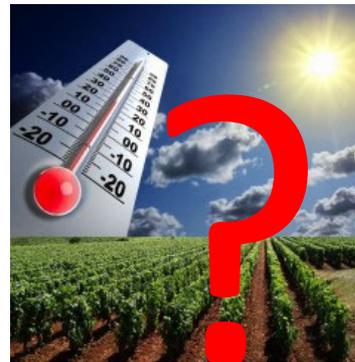


Sur la rive d'une île en voie de disparition du photographe Daesung Lee © Musée du quai Branly

« Les peuples méditerranéens commencèrent à sortir de la barbarie quand ils apprirent à cultiver l'olivier et la vigne. »

Thucydide, historien athénien « La Guerre du Péloponnèse », fin du Ve siècle avant .J.C

Déjà maintenant, les modifications du climat ont des conséquences pour la viticulture, qui devraient s'accroître au cours des prochaines décennies (avancée des dates de vendange, diminution de l'acidité, augmentation du degré alcoolique, modification des zones de culture et de l'encépagement, etc.). En complément et parallèlement aux impacts sur les itinéraires techniques, il est probable que la filière viticole soit directement concernée par les conséquences sociales, sociétales, sanitaires et géopolitiques qui ne manqueront pas d'accompagner les changements climatiques à l'échelle mondiale (montée du niveau des mers, salinisation des sols, accentuation des périodes de sécheresse et des incendies, de la fonte des glaciers et des phénomènes extrêmes, migration des populations, déstabilisation des sociétés et des nations, etc.).



www.terredevins.com



MERCI POUR L'ATTENTION



THE INNOVATION
YOU NEED

martinvialatte.com



THE INNOVATION
YOU NEED

Rouge aux Lèvres 

LE FUTUR DE LA COMMUNICATION DIGITALE DANS LE VIN

Margot Ducancel

margot@rougeauxlevres.com

04 Mai 2022



Since 1922

Margot Ducancel - Fondatrice de ROUGE AUX LEVRES

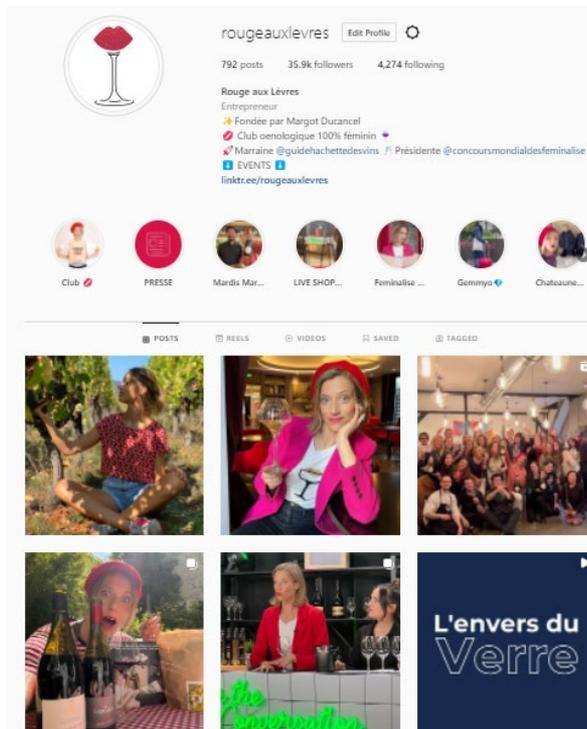


- 1er influenceuse de vin en France :
- 35k followers sur Instagram
- Journaliste (Cuisine et Vins de France, Bettane + Desseuve ...)
- Formation de communication digitale du vin
- (WSET 3 & Master Wine Marketing et Management INSEEC)
- + 10 ans d'expérience en com' et événementiel 100% vin
- Expertise du monde du luxe

 <https://www.instagram.com/rougeauxlevres/>

 <https://www.club-rougeauxlevres.com/>

Et bien sûr, passionnée
de vin depuis 10 ans !



Since 1922

Margot Ducancel - Fondatrice de ROUGE AUX LEVRES



Marraine du Guide Hachette des vins 2022



Ambassadrice du Concours Mondial des Féminalise 2021
et Présidente de l'édition 2022



Since 1922

Margot Ducancel - Fondatrice de ROUGE AUX LEVRES



LE FIGARO · fr
vin

Tous les vins | [Guide des millésimes](#) | Primeurs | Economie du vin | Oenotourisme | Accords mets/vins | Agenda | [+](#)

Margot Ducancel : “Je parle du vin avec un langage assez cash”

Publié le 23/04/20 par Stéphane Reynaud



Photo : Rouge aux lèvres

[Partager 222](#) [Twitter](#) [Save](#) [AJOUTER À MES ARTICLES](#) [+](#)

Experte en vin, Margot Ducancel aborde le sujet de façon très cool et décomplexée. Notamment sur son Instagram @rougeauxlevres.

LE FIGARO
L'abonnement numérique

Restez au cœur
de l'information

1€ le premier
mois

JE M'ABONNE



Vincent Trémolet de Villers,
directeur adjoint
de la rédaction

L'AGENDA

Régions
viticoles

Soirée Dégustation, les Vins de Bourgogne chez LAVINIA [à venir](#)
Organisé le 4 nov. 2020

La part des Anges Spirits [à venir](#)
Organisé le 26 oct. 2020

Biarritz Beer Festival [à venir](#)
Organisé du 16 au 18 octobre 2020

Saint Mont Vignoble en Fête [à venir](#)
Organisé du 18 au 20 septembre 2020



Since 1922



C'est quoi la communication digitale ?



Since 1922

Il existe + de 20 canaux pour parler de vous !



Réseaux sociaux

Site web

Blog

Newsletter

Application mobile

Objets connectés



Since 1922



Constats & Tendances



Since 1922

Constat 1 : les femmes, l'avenir du vin ?



Since 1922

Constat 2 : le vin, c'est à la mode !

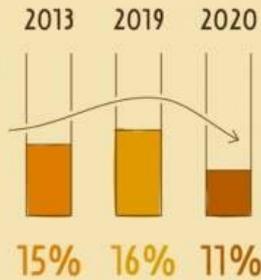


BAROMÈTRE 2021
SOWINE/DYNATA

LES FRANÇAIS ET LE VIN

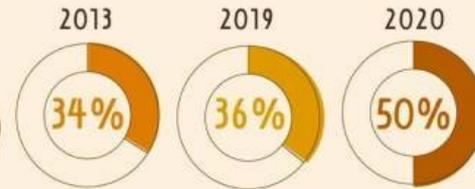
UNE FRÉQUENCE DE CONSOMMATION DE VIN EN HAUSSE

LA CATÉGORIE VIN RECRUTE



La part de non-consommateurs diminue légèrement

LA PART DES GRANDS CONSOMMATEURS DE VIN AUGMENTE DE 14PTS



Grands consommateurs : consomment du vin une à plusieurs fois par semaine
Consommateurs réguliers : consomment du vin quelques fois par mois
Consommateurs occasionnels : consomment du vin quelques fois par an
Non consommateurs : ne consomment jamais de vin



Since 1922

Constat 3 : une consommation réfléchie et engagée

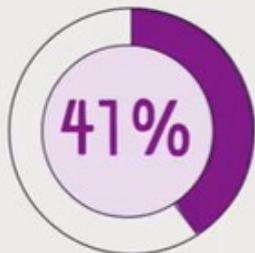


Since 1922

Constat 4 : On boit plus cher !

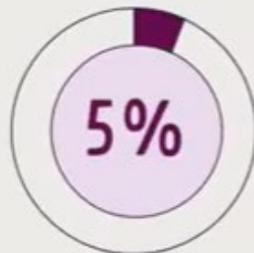


UNE MONTÉE EN GAMME



+4^{PTS}/2019

Entre
21 et 50€



+2^{PTS}/2019

Supérieur
à 50€



Since 1922

sovine

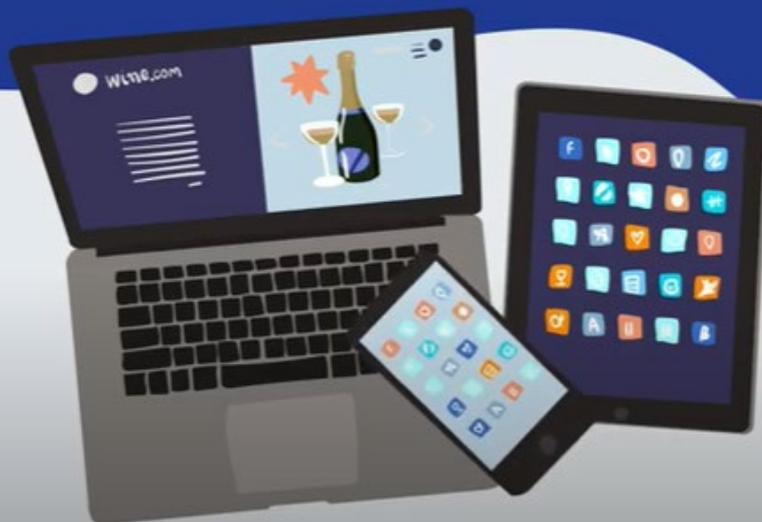
Constat 5 : le digital, c'est INCONTOURNABLE !



LA CONSULTATION DES SOURCES
D'INFORMATION NUMÉRIQUES
EST EN PLEINE CROISSANCE

LES SITES
WEB

38%



LES RÉSEAUX
SOCIAUX

37%



Since 1922

Constat 6 : les influenceurs, levier de croissance !



28%
+13^{PTS}/2019

Les Français connectés
suivent de plus en plus
les influenceurs vins



57%
+12^{PTS}/2019

Les Français suivant
des comptes d'influenceurs
accordent une importance
grandissante à leurs
conseils



50%
+17^{PTS}/2019

Un grand acheteur de vin
sur deux a déjà acheté
un vin recommandé
sur les réseaux
sociaux qu'il suit



Since 1922



Tendance 1 : Buzz sur les réseaux sociaux !



Since 1922



Objectifs :

Visibilité (e-reputation)

Notoriété (Influenceurs et prescripteurs)

Augmenter vos ventes ++



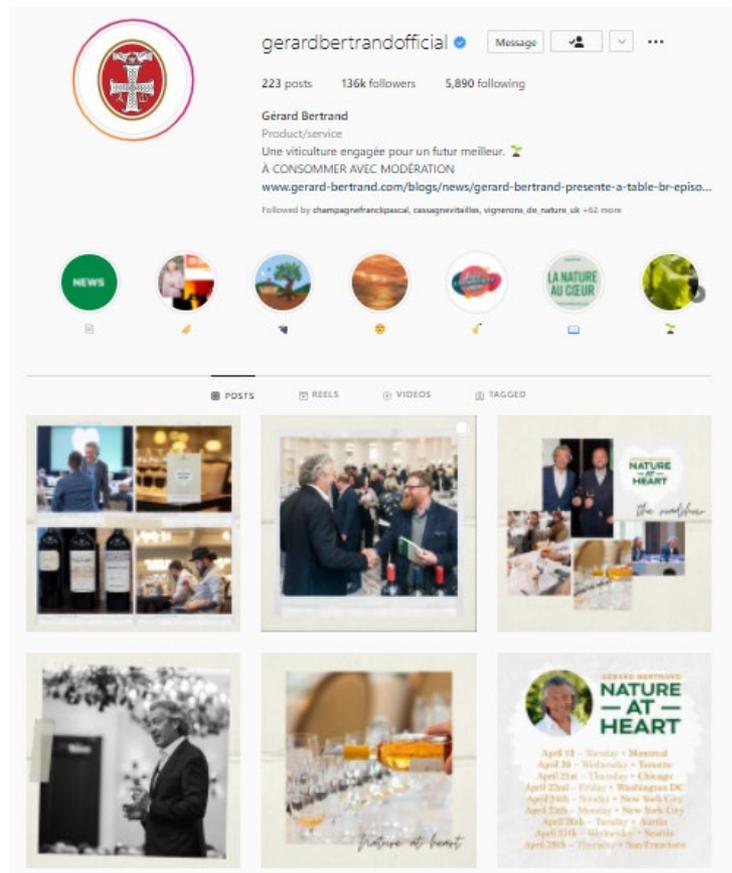
Since 1922



Instagram : l'incontournable !

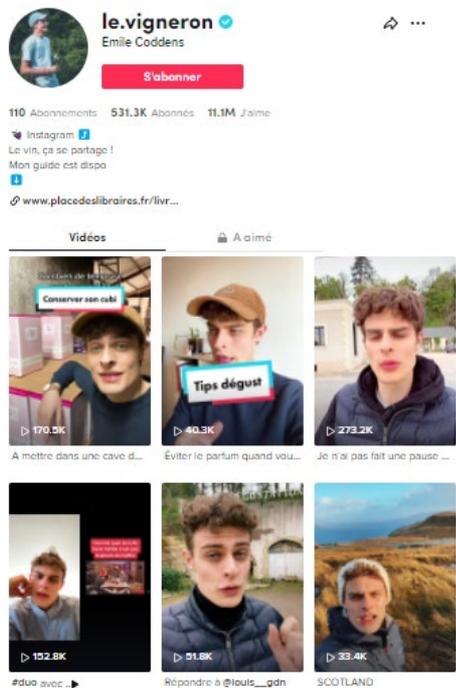
Aujourd'hui, Instagram est la plateforme la plus engageante dans le secteur des vins et spiritueux : 32% des utilisateurs d'Instagram y suivent des domaines, châteaux, marques ou producteurs de vins.*

*Barometre SoWine 2022

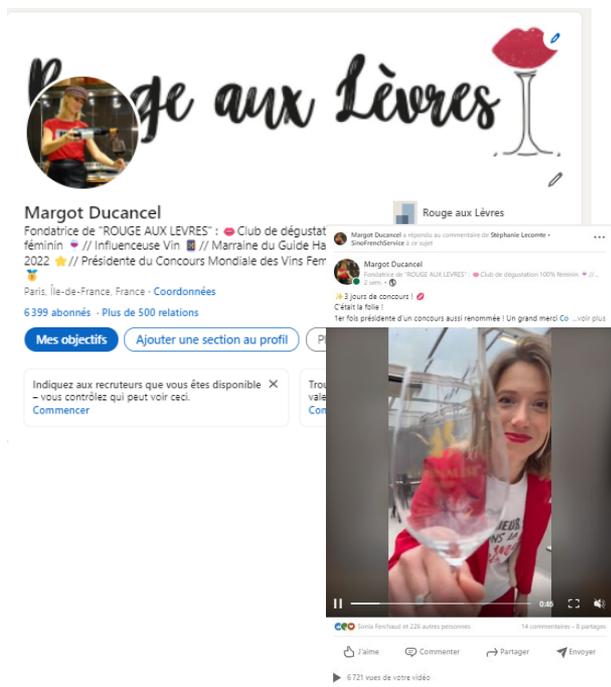


Since 1922

TikTok : la jeunesse !



Linkedin : les pros !



Podcast : tendance !



Since 1922

Et le reste : Facebook, Twitter, YouTube, Pinterest



The screenshot shows the Facebook profile for 'Vins du Centre-Loire'. The page includes a cover photo, a profile picture, and a bio. The main content area features a post with a green background and a white wine glass, titled 'LE BLANC ET LES COULEURS SE RETROUVENT'. The post is dated 'Du 28 AVRIL Au 1^{er} MAI 2022'. The page also has a sidebar with navigation options and a list of posts.

The screenshot shows a tweet from Emmanuel Cazes (@emk206). The tweet features a photo of a vineyard and a woman. The text of the tweet reads: 'LA #WIAAC, ça commence aujourd'hui ! Après deux ans d'attente, les vigneronnes et vigneronnes du Pouilly Fumé vont transformer leurs chais en galeries éphémères. Les années passées exposant dans les domaines devenus galeries le temps d'un grand week-end... Voir plus.' The tweet has 3 997 retweets and 5 100 replies.

The screenshot shows a Pinterest board titled 'wine'. The board features several pins related to wine and food. The pins include: 'WINE AND CHEESE', 'FOOD & WINE', 'WINE AND CHEESE', 'WINE AND CHEESE'. The board also has a 'S'abonner' button and a '208 1% abonnés' indicator.

The screenshot shows a Facebook post from 'Vin Stache'. The post features a large text overlay that reads: 'L'ÉMISSION QUI PARLE DE VIN PRÉSENTÉE PAR UN MEC À LA MOUSTACHE'. The post is dated '10/05/2022' and has 48 8 abonnés.

The screenshot shows the YouTube channel page for 'Vin Stache'. The channel has 48 8 abonnés. The page features a navigation bar with options: ACCUEIL, VIDÉOS, PLAYLISTS, COMMUNAUTÉ, CHAÎNES, À PROPOS. Below the navigation bar, there is a section titled 'Vidéos en ligne' with a 'TOUT REGARDER' button. The section displays a list of videos, including: 'LA SÉLECTION DE PRINTEMPS', 'LES COUVREURS DE RÉFÉRENCE', 'WINESTORY #15: LA LOVE STORY', 'Back to VinVice #11: Le WSET est-il une ARNAQUE?', 'VinVente #2: L'empire Domaine Tariquet !', and '#10 - SANS ALCOOL'. Each video has a thumbnail, a title, and a view count.



Since 1922



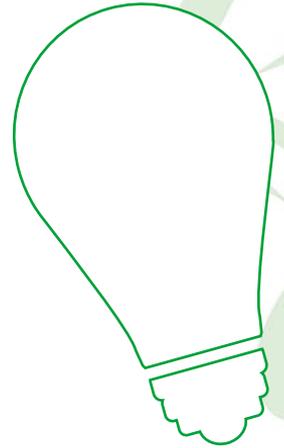
Mes tips pour s'en sortir !

Choisir les canaux pertinents selon son image
et son budget

Si on sait pas faire : on délègue aux pros !

Veille, teste et action !

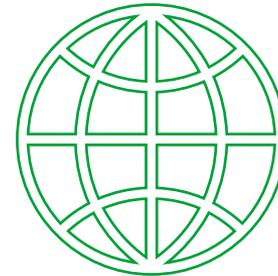
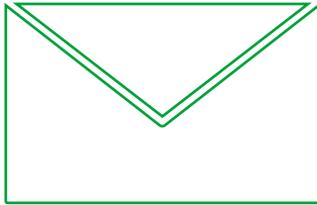
Diversifier les messages selon les canaux



Since 1922



Tendance 2 : On n'oublie pas ses basics !



Since 1922



Le site web : c'est votre carte de visite !



- Contenus + froids
- Contenus immersifs
(video)
- SEO et SEA
- Eshop
- Actus
- Blog



Since 1922

La Newsletter : super outil de fidelisation et d'achat !



Rouge aux Livres

👉 **DINER OENOLOGIQUE** 👈
"Les Pépites de Margot"
Chez Fauchon Hôtel Paris 8 !

Rdv le 27 avril pour un dîner prestige ouvert à tous (et aux hommes) avec 6 de mes coups de ♥ !

C'est parti ! 🏃

Une parenthèse dans le temps d'un délicieux dîner 👉
chez **Fauchon Hôtels** 🌟🌟🌟🌟🌟 on accorde mets et vins 🍷 pour découvrir mes 6 derniers coups de ♥ autour d'une dégustation commentée avec mes conseils et clés pour mieux comprendre le vin !

👉 Événement Mixte et ouvert à tous ! 👈

Je book ma place ! 📅



Je participe ! 🙋

En avant-première, le menu **HAUT GOURMAND** ! 🍷

Grand Cru Blancs de blancs

- 👉 Gaspacho de petit pois au persil-fenouil, poissons de crevette et Bruschetta de brochet
- 👉 Chair de tourteron, tartare d'anchois à l'huile de noix, condiment tomates confites
- 👉 Sud Ouest - Platiment Les Cépages Préservés Saint-Mont 2018
- 👉 Langues d'oiseau de Savoie comme un risotto aux encornets
- 👉 Provence - Domaine de Calo Colvieux Varois en Provence 2019
- 👉 Espèce d'agneau de Lorraine confite à la sautelle, condiment potvrons confits, paines de terre nouvelles de Normandie au jus
- 👉 Rhône - Domaine Père de l'Église "Héritage" Châteauneuf-du-Pape 2016
- 👉 Entremets "Bisou Blanc" - édition limitée
- 👉 Campardon-Roussillon - Les Javelles Spritz Papa d'Or 2020

👉 **Places ultra limitées !** 👈

Je participe ! 🙋

👉 **BOOK TA PLACE !** 👈

RDV mercredi 27 avril à 19h30

Fauchon Hôtel

4 Bd Malesherbes, 75002 Paris

MIXTE ET OUVERT A TOUS

👉 **J'y vais !** 👈

👉 **D'ACCUS**

Comment on fait une bouteille de verre ?

Je suis allée visiter une usine de verre pour découvrir le génie de ce contenant idéal pour le vin ! 🍷

Découvrez mon VLOG ici !

En plus l'ONU a proclamé 2022 "Année Internationale du Verre"

Je découvre ! 📺

POURQUOI DEVENIR MEMBRE ?

POURQUOI DEVENIR MEMBRE ?

Pour profiter d'une remise de 20€ sur les Master Class en ligne et en présentiel, 2 fois par mois !

- 👉 **PASS MEMBRE - 40€ à l'année pour** 👈
- ✔ Remise de 20 € pour les événements en ligne et en présentiel
- ✔ Tarif membre aussi pour votre invité pour chaque événement
- ✔ **Invitation** aux Rouges aux Livres Party pour 2 personnes

GIRLS ONLY ! 🍷

👉 **PASS MEMBRE** 👈

🍷 Club Rouge aux Livres - margot@rougeauxlivres.com

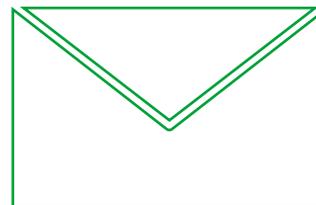
📱 📺 📺 📺

👉 **Rejoindre le club** 👈



Since 1922

Savoir lire et comprendre ses statistiques !



Campagnes email

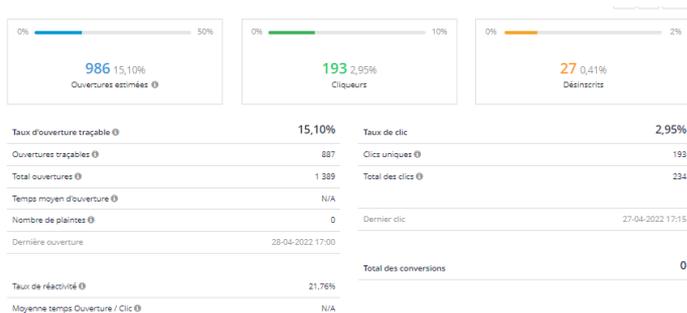
Créer une campagne email

Tous (32) Envoyées (29) Brouillons (3) Programmées (0) Suspendues (0) En cours d'envoi (0) Archivées (0)

ID de campagne, Nom

1-25 sur 32

Campagnes	Destinataires	Ouvreurs	Cliqueurs	Désinscr.
 INVITATION ! Dîner œnologique prestige "Les Pépites de Margot" chez Fauchon Hôtel ★★★★★ ! #46 - Envoyée le 15 avr. 2022 10:03 Rapport - Aperçu - Plus	6 557 100%	986 15,1%	193 2,95%	27 0,41%
 NEW ! Apéro dinatoire 100% MAGNUMS CHAMPAGNES avec Pierre Sang pour les "Mardis de Margot" de Laurent-Perrier ! #45 - Envoyée le 5 avr. 2022 10:03 Rapport - Aperçu - Plus	6 548 100%	859 13,18%	124 1,9%	31 0,48%
 J-6 : Atelier œnologie & gemmologie avec la Maison Gemmyo ! #44 - Envoyée le 30 mars 2022 10:50 Rapport - Aperçu - Plus				
 INVITATION : Atelier œnologie & gemmologie avec la Maison Gemmyo ! #43 - Envoyée le 23 mars 2022 09:08 Rapport - Aperçu - Plus				



Since 1922

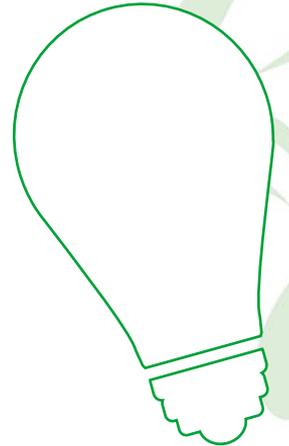


Mes tips pour s'en sortir !

Votre BDD : c'est votre CA !

Régularité ou jamais

Contenus frais et actus



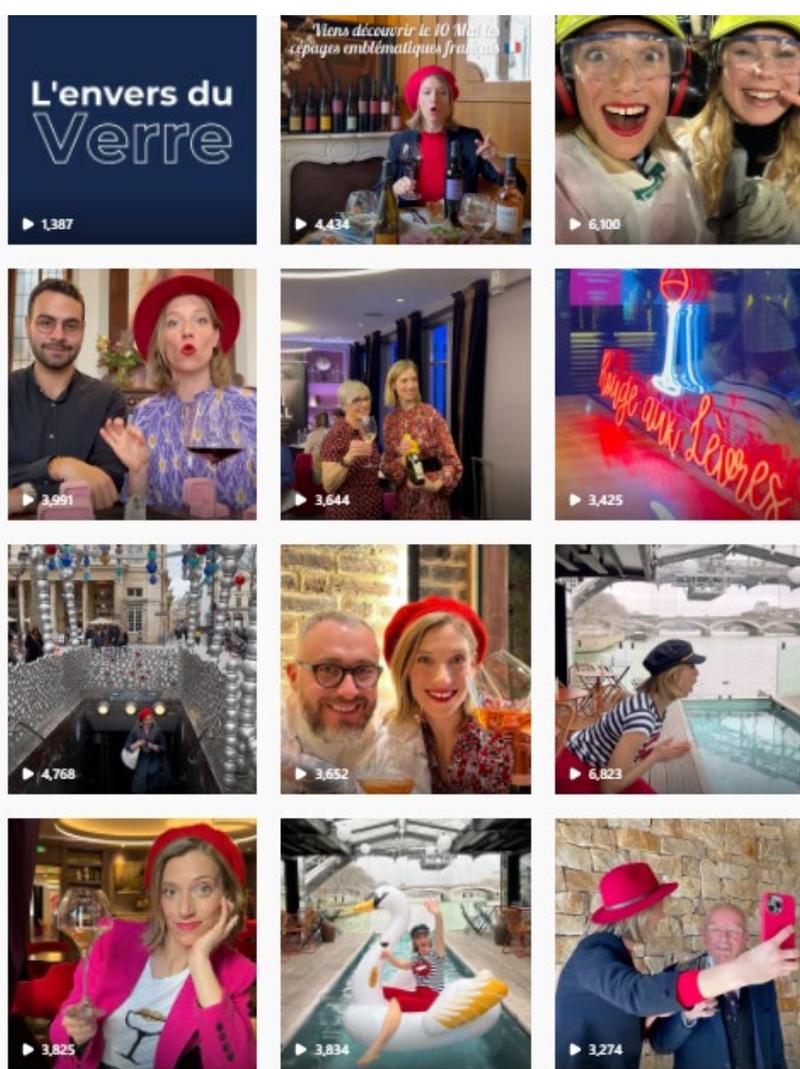
Since 1922



**Tendance 3 :
On veut du vrai et apprendre !**



Since 1922



Diversifier les formats de videos : meilleur moyen de parler de votre travail !

Video 'institutionnelle' : site, You Tube

Video educative/engagement :
Instagram, YouTube, Facebook,
Linkedin ...

Video immersive : réel sur
Instagram



Since 1922

Rouge aux Lèvres 

MERCI POUR L'ATTENTION



THE INNOVATION
YOU NEED

martinvialatte.com

