

SYMPOSIUM MARKETING VIN ET VIGNE

MMX 2010

Mardi 2 février
8 h 30 à 17 h
au Château Bromont
Bromont
Cantons-de-l'Est

CETTE DEUXIÈME ÉDITION SUR LA VITIVINICULTURE VOUS RÉSERVE DU NOUVEAU!

LA PRÉSENTATION DU CRU 2010 TRAITERA
EXCLUSIVEMENT DE **L'ASPECT MARKETING**
DE L'UNIVERS DE LA VIGNE ET DU VIN

LES SUJETS MARKETING TRAITÉS SERONT :

- LA MARQUE, VÉRITABLE MOTEUR DE DÉVELOPPEMENT
- LE DESIGN D'UN LIEU DE VENTE, C'EST PAYANT
- LE WEB, OUTIL DE MARKETING PAR EXCELLENCE
- LE VIN DE GLACE, DÉGUSTATION ET AUTOPSIE D'UN PRODUIT BIEN RÉUSSI
- L'ART DU MARKETING ET DU MARCHANDISAGE, STRATÉGIE DE MISE EN MARCHÉ
- L'APPELLATION D'ORIGINE, PERTINENCE D'UN POSITIONNEMENT COMMERCIAL RÉFLÉCHI

Information Symposium :

1 888 811-4928

www.brome-missisquoi.ca/tourisme

Lieu de l'événement :

Château Bromont

Réservation de chambres :

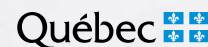
1 888 276-6668

www.chateaubromont.com

Une présentation de :



En partenariat avec :



Avec la participation du :

- La Financière agricole
- Ministère des Affaires municipales, des Régions et de l'Occupation du territoire
- Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation

En collaboration avec :

Tourisme

CANTONS-DE-L'EST

Programmation

7 h 30 - 8 h 15 Accueil et remise de la programmation
8 h 15 - 8 h 30 Mot de bienvenue de la part du CLD de Brome-Missisquoi

POSITIONNEMENT

La marque, véritable moteur de positionnement et de développement

Comment imprégner ses griffes, secrets d'un bon positionnement. Apprenez les grands fondements immuables du marketing pour votre entreprise.

Elisabeth Deschênes, présidente et directrice générale, Zoom Armada

Le design d'un lieu de vente, c'est payant

Présentation du processus design dans l'élaboration du concept de magasin et du centre de visite.

Pierre Raymond et Patrice Champigny, designers associés, Champigny-Raymond Studio.

Pause

Le web : outil de marketing par excellence (atelier interactif)

À travers l'analyse de cas concrets, cernez les initiatives web les mieux adaptées à vos objectifs d'affaires.

Emmanuelle Legault, directrice Communications, Tourisme Montréal

Le vin de glace, reconnaissance ultime du vignoble québécois

Dégustation organoleptique et autopsie d'un produit bien réussi.

Guénaël Revel, auteur, journaliste et sommelier

Dîner

DISTRIBUTION

L'art du marketing et du merchandising

Conseils à l'industrie dans une stratégie de mise en marché domestique hautement compétitive.

**Michel-André St-Jean, directeur Communications marketing, SAQ
Martin De Lottinville, chef de service Programmes commerciaux, SAQ**

Appellation d'origine, zone de viticulture désignée ou certification ?

Étude de cas de régions viticoles ayant réussi la mission d'unir leur force. Quelques réflexions sur les vins bios et la pertinence d'un positionnement commercial réfléchi.

Christian Vergier, oenologue consultant, Vintage Tradition

Clôture des conférences et conclusion

Cocktail de la St-Vincent offert par :



BLOC 1

8 h 30 - 9 h 30

9 h 45 - 10 h 30

10 h 30 - 10 h 45

10 h 45 - 11 h 30

11 h 45 - 12 h 30

12 h 30 - 14 h

BLOC 2

14 h - 14 h 45

15 h - 16 h 30

16 h 45

17 h - 18 h