

Bacchus 2008

*Enjeux, stratégies et pratiques dans la filière vitivinicole***

Jean-Pierre Couderc

<<http://www.dunod.com/pages/ouvrages/ficheauteurs.asp?id=50000&auteur=8068>>: Maître de conférences à Montpellier SupAgro et responsable de programmes de recherche Viniflor

Hervé Hannin

<<http://www.dunod.com/pages/ouvrages/ficheauteurs.asp?id=50000&auteur=8261>>:

Ingénieur de recherche à Montpellier SupAgro, secrétaire général de l'IHEV et expert auprès de l'OIV

François d'Hauteville

<<http://www.dunod.com/pages/ouvrages/ficheauteurs.asp?id=50000&auteur=639>>:

Professeur à l'Agro Montpellier et à l'IHEV

Etienne Montaigne

<<http://www.dunod.com/pages/ouvrages/ficheauteurs.asp?id=50000&auteur=8069>>:

Professeur à l'Agro Montpellier et à l'IHEV, et expert auprès de l'OIV

Ed. Dunod, Collection Hors collection

<http://www.dunod.com/pages/recherche/collection_fiche.asp?idcol=863%20&ref=GPE> -
190 x 255 mm - 352 pages -- 2007, ISBN : 9782100500000, 32 EUR* *

* *

Résumé :

Pour la troisième fois, le Bacchus met à la disposition des professionnels du monde vitivinicole l'état des connaissances économiques, stratégiques et managériales sur la filière, au travers de 4 grands sujets : Acteurs et tendances ; Marchés et distribution ; Management de la filière vin ; Vins du monde. Une quinzaine d'articles entièrement nouveaux mettent l'accent sur les sujets actuels : commercialisation du vin, vin et alcool, NTIC, oenotourisme, etc.

Sommaire :

Introduction : manifeste pour un aggiornamento commercial dans la filière vin en France.

Acteurs et tendances. Terroir et stratégies du négoce dans la filière vitivinicole : une approche historique. Réforme de l'OCM et devenir de la spécificité culturelle. Droit de la marque et origine géographique.

Marchés et distribution. Quelles perspectives pour les contrats en raisin entre production et négoce. Comprendre le consommateur de vin en 2005. Les jeunes adultes et le vin à travers l'Europe. Vins, boissons et contextes de consommation : une analyse du statut du vin en France.

Management de la filière vin. Le vignoble aquitain, entre atomocité et concentration.

Performances des coopératives viticoles : des indicateurs stratégiques et prospectifs à la création de la valeur. L'installation en viticulture et son accompagnement par la banque. Deux décennies d'évolution des structures de la viticulture française.

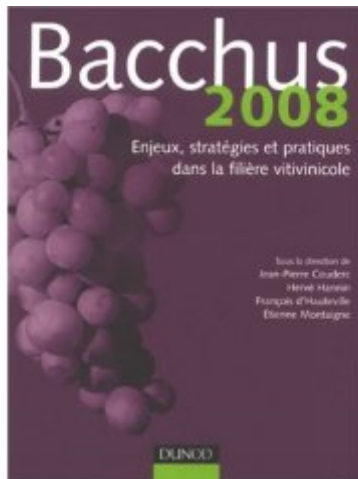
Vins du monde. France-Australie : l'envers du décor. Evolution du positionnement de la Californie dans le monde du vin. Le vin en Chine.

Public :

Professionnels de la filière vitivinicole (viticulteurs, négociants, syndicats, acheteurs, cavistes, etc.) ; Étudiants en viticulture-oenologie

Pour commander l'ouvrage :

<http://www.dunod.com/pages/ouvrages/ficheouvrage.asp?id=50000>



Bacchus 2008

Enjeux, stratégies et pratiques dans la filière vitivinicole

[Jean-Pierre Couderc](#) : Maître de conférences à Montpellier SupAgro et responsable de programmes de recherche Viniflor

[Hervé Hannin](#) : Ingénieur de recherche à Montpellier SupAgro, secrétaire général de l'IHEV et expert auprès de l'OIV

[François d'Hauteville](#) : Professeur à l'Agro Montpellier et à l'IHEV

[Etienne Montaigne](#) : Professeur à l'Agro Montpellier et à l'IHEV, et expert auprès de l'OIV

Ed. Dunod, Collection [Hors collection](#) - 190 x 255 mm - 352 pages 2007, ISBN : 9782100500000, 32 ₣

Résumé :

Pour la troisième fois, le Bacchus met à la disposition des professionnels du monde vitivinicole l'état des connaissances économiques, stratégiques et managériales sur la filière, au travers de 4 grands sujets : Acteurs et tendances ; Marchés et distribution ; Management de la filière vin ; Vins du monde. Une quinzaine d'articles entièrement nouveaux mettent l'accent sur les sujets actuels : commercialisation du vin, vin et alcool, NTIC, oenotourisme, etc.

Sommaire :

Introduction : manifeste pour un aggiornamento commercial dans la filière vin en France.

Acteurs et tendances. Terroir et stratégies du négoce dans la filière vitivinicole : une approche historique. Réforme de l'OCM et devenir de la spécificité culturelle. Droit de la marque et origine géographique.

Marchés et distribution. Quelles perspectives pour les contrats en raisin entre production et négoce. Comprendre le consommateur de vin en 2005. Les jeunes adultes et le vin à travers l'Europe. Vins, boissons et contextes de consommation : une analyse du statut du vin en France.

Management de la filière vin. Le vignoble aquitain, entre atomocité et concentration. Performances des coopératives viticoles : des indicateurs stratégiques et prospectifs à la création de la valeur. L'installation en viticulture et son accompagnement par la banque. Deux décennies d'évolution des structures de la viticulture française.

Vins du monde. France-Australie : l'envers du décor. Evolution du positionnement de la Californie dans le monde du vin. Le vin en Chine.

Public :

Professionnels de la filière vitivinicole (viticulteurs, négociants, syndicats, acheteurs, cavistes, etc.) ; Étudiants en viticulture-Snologie

Pour commander l'ouvrage :

<http://www.dunod.com/pages/ouvrages/ficheouvrage.asp?id=50000>