



Le marketing du vin

C'est évidemment un sujet d'une brûlante actualité et la « révolution culturelle » à laquelle appelle le préfet Pomel nécessitera notamment que les vigneron s'approprient des techniques de marketing qu'ils laissaient jusque là aux professionnels de l'agroalimentaire. Dans leur ouvrage, Emmanuelle Rouzet et Gérard Seguin

présentent de façon concrète et illustrée tous les outils d'aide à la décision pour positionner son vin et adopter un marketing mix cohérent, et le commercialiser en choisissant, selon les circuits, des techniques et des outils d'aide à la vente adéquats.

-
- Le marketing du vin, Savoir vendre le vin, de Emmanuelle Rouzet et Gérard Seguin, éd. Dunod, 260 p., 49 €