

MARDI 9 MARS

- Comment doper les relations avec le secteur HORECA?

10 H 30

Le déploiement de nouvelles relations avec l'HORECA, fondées sur la connaissance mutuelle, aurait pour ambition d'atteindre tous les types de restaurants existants et de déployer avec eux des projets pour inscrire les vins genevois à leur carte et créer des actions pertinentes.

- Comment réunir les données utiles pour comprendre nos marchés?

14 H

Le secteur devrait de se doter des données et de l'organisation pour y accéder, afin de comprendre son environnement et lui permettre d'agir de façon adaptée en retour.

- Comment promouvoir les vins de Genève sur le marché suisse?

16 H

Nous devrions nous doter d'une stratégie pour aborder le marché suisse, et plus particulièrement le marché suisse alémanique que ce soit en termes de données, d'image, de promotion ou de vente.

MERCREDI 10 MARS

- Comment développer l'œnotourisme à Genève?

10 H 30

Que ce soit pour un public local, suisse, voire étranger, la promotion du paysage viticole genevois appellerait une stratégie et des partenariats aussi bien entre viticulteur.trice.s qu'avec les instances promotionnelles et touristiques genevoise et nationale, pour développer des actions à la fois singulières et standardisées pouvant croiser différents champs avec celui du vin.

- Comment développer les promotions croisées?

13 H 00

La crise a mis en évidence la nécessité d'accroître les synergies, entre viticulteur.trice.s et avec d'autres mondes, pour faire découvrir et promouvoir vins et terroir, par le biais d'actions promotionnelles croisées.

- Comment mieux utiliser le digital au service de la promotion?

16H00

Il semblerait essentiel que nous soyons à même d'utiliser les outils numériques et l'expérience digitale pour promouvoir notre activité, tout comme nous devrions prendre appui sur celles et ceux qui en vivent pour parler de nous, ici, en Suisse, voire à l'étranger.

JEUDI 11 MARS

- Comment utiliser les appellations ou les marques pour nous renforcer?

10H30

Que ce soit par le biais de nos appellations et de nos marques (AOC, Vins de pays, Esprit de Genève) ou en créant de nouvelles identités (communes viticoles), il s'agirait à la fois de travailler ensemble à notre image et d'ouvrir de nouveaux marchés.

- Comment nous organiser de manière plus efficace au sein de notre secteur?

14H

Nous aurions besoin de dépasser le fonctionnement actuel de notre secteur, lourd et éclaté, pour nous tourner vers une organisation forte et unie qui nous permette de dégager des moyens pour la communication, la formation ou réfléchir ensemble aux stratégies et aux collaborations dont nous avons besoin.

- Comment former nos publics-cibles?

16H

Former différents publics aux caractéristiques de notre activité et de nos vins, comme les jeunes ou les professionnel.le.s dans les métiers de la restauration ou dans des activités en lien avec notre secteur, nous permettrait de les sensibiliser à la production locale et de favoriser la collaboration.

MARDI 16 MARS

- Comment améliorer l'image du Chasselas et du Gamay?

10H30

Il serait nécessaire de se doter d'une stratégie pour améliorer l'image du Chasselas et du Gamay hors du canton, en comprenant les ressorts de ce désamour pour y apporter une réponse proactive.

- Comment faire évoluer notre politique de prix?

16H00

Nous devrions aborder la question des prix des vins genevois, sous-estimés, malgré une équation complexe face à la concurrence étrangère, en prenant appui sur d'autres facteurs comme les clientèles fidélisées ou les modes de distribution.

MERCREDI 17 MARS

- Comment créer un réseau d'ambassadeurs et de prescripteurs?

10H30

A l'image de nos Ambassadeur.drice.s du Terroir ou des pages dans la presse locale, nous devrions constituer un réseau de personnes convaincues et de confiance à même de parler de nous et de prescrire le goût, en Suisse, voire à l'étranger.

- Comment raconter les vins de Genève (le "story telling")?

13H

Pour promouvoir les vins de Genève, il s'agirait d'élaborer un récit qui raconte l'univers des vins genevois, sa typicité, ses qualités et plus généralement l'invitation à une expérience unique pour le consommateur.

- Comment créer la maison du vin?

16H

Notre présence permanente en ville, assortie d'une présence en ligne, nous permettrait d'aller à la clientèle, et de valoriser nos vins, voire d'autres produits du terroir, en offrant des expériences différentes.

JEUDI 18 MARS

- Quel événementiel développer?

10H30

Du salon annuel à la dégustation mono-cépage, nous devrions développer un programme d'évènements et d'actions qui nous permette d'accéder à de nouveaux publics et d'affirmer une image professionnelle, dynamique et contemporaine du secteur

- Comment progresser dans la grande distribution?

14H

En développant la collaboration avec la grande distribution, autour de thèmes comme la valorisation de la production locale ou les prix, il s'agirait d'identifier des stratégies et des actions gagnantes pour les parties.