



Colloque International
sur les **MARCHÉS DU VIN**
et les **CULTURES DE**
CONSOMMATION

Hong-Kong | 2-5 juin 2019



Contents

Messages d'accueil	2 -3
A propos	4
Conférenciers invités	5 -12
Programme complet	13 - 15
Session parallèles Sessions I-V et plan	16 - 21
Informations sur les Masterclasses et le circuit d'après colloque	22

Message d'accueil Dean Kaye Chon



Professeur Kaye Chon

Doyen et Professeur titulaire d'une Chaire

Walter Kwok Foundation Professeur en International Hospitality Management

School of Hotel and Tourism Management

The Hong Kong Polytechnic University

and

Co-président de Comité d'Organisation du Colloque International "Marchés du vin et cultures de consommations"

Je suis très heureux que l'École hôtelière et de gestion touristique (SHTM) de l'Université polytechnique de Hong Kong accueille la première conférence internationale sur les marchés du vin et les cultures de consommation, en collaboration avec la Chaire UNESCO de l'Université de Bourgogne, les 2-5 Juin 2019 à Hong Kong à l'ICON Hotel, établissement d'enseignement et de recherché unique en son genre.

Depuis 2008, à partir du moment où les taxes à l'importation des vins furent supprimées, Hong Kong est devenue l'une des principales plaques tournantes des marchés vitivinicoles mondiaux. La partie continentale de la Chine, actuellement pivot essentiel d'un développement exponentiel des transactions et achats de vins fins, est devenue le lieu incontournable du commerce et de la consommation de vins haut de gamme sur le continent. Hong Kong est donc un lieu approprié pour mener une réflexion universitaire approfondie sur les marchés et la consommation des vins en Asie en général et en Chine en particulier.

Cette conférence internationale a pour objectif d'être une plate-forme de dialogue pour les professionnels du vin, critiques et journalistes, décideurs, universitaires et étudiants, espace leur permettant d'échanger leurs points de vue et d'examiner les problèmes actuels du commerce du vin, en mettant tout particulièrement l'accent sur les consommations, notamment en Asie, où résident les plus grands importateurs de vin. Nous nous engageons à fournir aux participants un espace d'interaction exceptionnel pour renforcer mutualiser les efforts de recherche et les expériences des producteurs de vins.

L'organisation d'une conférence de cette envergure nécessite les efforts collectifs de nombreuses personnes. Nous voudrions remercier nos partenaires, les distingués orateurs et toutes les personnes impliquées pour leur soutien indéfectible à la réalisation de cette conférence.

L'année 2019 est une année special, pour nous tous, à la SHTM, une année qui marque le 40e anniversaire de notre école. Je suis impatient de vous accueillir tous dans notre établissement d'enseignement pour cette heureuse occasion qui promet d'être un événement des plus stimulants et des plus fructueux !

Message d'accueil Jocelyne Pérard



Professor Jocelyne Pérard

Responsable de la Chaire UNESCO "Culture et Traditions du Vin"

Université de Bourgogne

et

co-présidente du colloque

Colloque international sur les Marchés du Vin et les Cultures de Consommation

La Chaire UNESCO "Culture et Traditions du Vin" de l'Université de Bourgogne, seule chaire UNESCO au monde consacrée aux thèmes de la vigne et du vin, a pour objectif principal de développer, valoriser et communiquer à travers le monde les connaissances sur la vigne et vin, toutes disciplines confondues. En partenariat avec son réseau international constitué de 65 universités et de plus de 700 chercheurs, d'organisations interprofessionnelles ou de structures culturelles du monde entier, elle organise des manifestations internationales visant à promouvoir et à développer ces connaissances sur l'ensemble de la vitivinisphère.

Aussi, je suis très heureuse que la Chaire UNESCO co-organise à Hong-Kong du 2 au 5 juin 2019, en collaboration avec l'Université polytechnique de Hong Kong et son école hôtelière et touristique, ce très prometteur colloque international dédié aux "Marchés du vin et cultures de consommation"

De mon point de vue, le thème de ce colloque est capital à un moment où le vin devient un produit culturel très demandé et que les "nouveaux vignobles" prennent une part croissante au sein des marchés mondiaux. Cet événement contribuera, j'en suis sûr, à la genèse d'échanges fructueux entre chercheurs, prescripteurs, professionnels et œnophiles de pays de cultures et de traditions différents.

Je plaide sincèrement pour que cette conférence puisse se dérouler sous les auspices d'une complète pluridisciplinarité. Cette pluridisciplinarité est essentielle à un réel croisement des recherches menées dans la vitivinisphère. Ainsi, qu'elles soient historiques, géographiques, économiques, juridiques ou techniques, les contributions qui jalonnent cet événement seront à même de répondre à de nombreux questionnements sur les questions des marchés, de leurs réglementations et de leurs évolutions, sur une longue période et sous des angles d'approche très variés. Ces travaux qui touchent également à la diversité et au rôle des prescripteurs de vin sur ces marchés, pourront aider à mieux comprendre le rôle des pratiques de consommation dans le monde, en soulignant, en particulier, l'importance et l'hétérogénéité des associations mets/vins, en Asie comme ailleurs.

SHTM, The Hong Kong Polytechnic University

Pendant 40 ans, le SHTM a affiné sa vision distinctive de l'enseignement du tourisme et de l'hôtellerie et est devenu une école de premier plan dans le monde de l'accueil et du tourisme, à l'instar de sa devise «Hôtellerie et tourisme de premier plan». Avec 75 professeurs issus de 22 pays et régions du monde, l'École propose des programmes allant du premier cycle au doctorat.

Classé au premier rang mondial dans la catégorie «Gestion de l'accueil et du tourisme» selon le classement académique mondial de Shanghai 2017/2018, classé n° 1 au monde dans le domaine «Hospitalité, loisirs, sport et tourisme» par le Classement CWUR 2017 et classé n° 1 mondial dans la catégorie «Commerce, gestion, tourisme et services» au niveaux performance académique des universités 2017/2018, le SHTM est motivé par la nécessité de servir le secteur du tourisme et la communauté académique à travers le développement de l'éducation et la diffusion des connaissances.

Grâce à Hotel ICON, établissement d'enseignement et de recherche innovant du SHTM, l'École propose une approche novatrice en matière d'hôtellerie et de tourisme, elle fait progresser l'enseignement, l'apprentissage et la recherche, inspirant ainsi une nouvelle génération de professionnels passionnés et pionniers en tant que chefs de file de l'industrie de l'accueil et du tourisme.

Chaire UNESCO "Culture et Traditions du Vin"

Créée en octobre 2007, la Chaire "Culture et traditions du vin" de l'Université de Bourgogne, s'inscrit dans le cadre des activités éducatives, scientifiques et culturelles de l'UNESCO. Elle est la seule Chaire UNESCO au monde consacrée à la vigne et au vin. Son objectif : développer, promouvoir et diffuser toutes les connaissances sur la vigne et le vin dans le monde, toutes disciplines confondues.

Pour mener à bien ces missions, la Chaire s'appuie sur un vaste réseau international de plus de 65 universités d'Europe, d'Amérique du Sud, d'Amérique du Nord, d'Asie et d'Océanie. Depuis 12 ans, elle a su créer un dialogue continu entre les vignerons du monde et leurs chercheurs en organisant des colloques, des séminaires et des conférences internationales. Elle attribue également des bourses, soutien des formations académiques, des programmes de recherche, des publications,... Ainsi, toutes ces actions procèdent du même principe : permettre au public de mieux appréhender le vin en tant que produit culturel, vecteur de civilisation, dont la consommation éclairée relève d'un véritable « Art de Vivre » lié à la convivialité et au partage, valeurs humanistes s'il en est.

Université de Bourgogne

Située en région Bourgogne – Franche-Comté, entre Paris et Lyon, l'Université de Bourgogne possède son campus principal à Dijon et rayonne autour de plusieurs antennes réparties sur toute la Bourgogne. L'Université remplit une double mission d'éducation et de recherche dans tous les domaines scientifiques, dont les sciences sociales, les sciences humaines, les sciences physiques et les sciences de la vie. Elle accueille et forme chaque année 27 000 étudiants, dont 3 000 étrangers.

La recherche à l'Université de Bourgogne s'organise autour de 6 secteurs scientifiques : Alimentation et Environnement, Santé et Ingénierie Moléculaire, Photonique et Matériaux Avancés, Apprentissage et Soins, Patrimoine et Territoire, et Vigne et Vin. À l'Université de Bourgogne, la vigne et le vin sont en effet au centre des priorités éducatives et d'une recherche s'appuyant sur de nombreuses institutions pluridisciplinaires, notamment l'Institut universitaire de la vigne et du vin "Jules Guyot". L'Institut est l'un des 5 centres français délivrant le prestigieux Diplôme National d'Enologie. Il forme également de nombreux doctorants vers une recherche de pointe sur la vigne et le vin. L'UdB compte enfin 29 unités de recherche et 4 écoles doctorales accueillant plus de 1000 doctorants, dont 25% d'étrangers.

Conférenciers invités

Bio: Le Dr. Gartner est professeur d'Economie appliquée à l'Université du Minnesota. Il est tout d'abord connu pour ses travaux sur le développement touristique mais il a également été engagé dans un important projet vin / cépages dans le nord des États-Unis. Le Dr Gartner a dirigé l'équipe de marketing et d'économie du projet "Northern Grapes" (cépages nordiques), qui a étudié la croissance, la valeur et l'image de marque des vins «résistants au froid». Les "cépages nordiques", produit qui n'avait pratiquement aucun impact économique au tournant du siècle, on atteint, en 2016, un chiffre d'affaire de plus d'un demi milliard de dollars. Cette croissance prend appui sur un partenariat entre des producteurs de raisins hybrides, de nouveaux entrepreneurs et des consommateurs de plus en plus intéressés, la plupart des touristes. Le Dr. Gartner est aussi partie prenante dans la recherche viticole en Slovénie et Croatie tout en continuant son travail de développement touristique dans des projets recouvrant le monde entier. Il a été enfin professeur invité des Universités de Ljubljana, de Zagreb et de l'Université des sciences appliquées de Munich.



Professor William Gartner
*Professeur d'économie appliquée
University of Minnesota*

Titre: Les cépages nordiques : d'une absence au développement d'une industrie majeure en 15 ans

Résumé : L'histoire des "cépages nordiques" (aka résistant au froid) aux États-Unis s'inscrit dans un processus de sélection scientifique de nouvelles variétés de cépages hybride, elle s'appuie également sur des initiatives entrepreneuriales risquées visant à développer une nouvelle industrie et, enfin, elle dépend de consommateurs plébiscitant ces styles de vins. Les cépages résistants au froid et la production de vin dans le nord des 12 États américains concernés dépassent maintenant un demi-milliard de dollars de chiffre d'affaire. Cette présentation détaillera l'ascension de ce nouveau secteur et certains des défis auxquels il a été confronté. Un des éléments clés de ce développement a été le tourisme viticole, sachant que les ventes de vin dépendent principalement de touristes disposés à payer un prix plus élevé pour acheter du vin local

De nombreux problèmes de croissance et d'acceptation demeurent cependant et seront détaillés dans cette présentation. Nos contributions à la campagne « Northern Grapes » comprenaient des services de recherche et de sensibilisation dans les domaines de la politique, du marketing, ainsi qu'une analyse de leur impact économique. Notre expérience et les résultats de notre travail constituent la base de cette présentation.

Bio: Docteur en Histoire, il est ingénieur de recherche à la Chaire UNESCO "Culture et Traditions du Vin" de l'Université de Bourgogne et chercheur à l'UMR CNRS / uB 7366 Centre Georges Chevrier.

Après avoir soutenu une thèse sur le syndicalisme viticole et la mise en place des Appellations d'Origine Contrôlée en Bourgogne de 1884 à 1939, Olivier Jacquet poursuit aujourd'hui ses recherches sur les organisations viticoles et la construction des normes de production et de commercialisation de vins en France.

Il a aussi publié plusieurs articles sur l'histoire internationale des prescriptions et des descriptions du vin durant le grand 20e siècle. Il s'intéresse tout particulièrement à l'évolution des normes et des acteurs définissant la qualité du vin durant cette période.

Titre : Le gout du terroir ... Une histoire de prescription au XXe siècle



Dr. Olivier Jacquet
*Research Engineer
University of Burgundy*

Conférenciers invités

Résumé : L'amateur de vin d'aujourd'hui donne une place très importante aux terroirs viticoles. Un rapport positif s'est en effet établi entre le lieu de production d'un vin et le goût de ce vin. Pourtant, cette acception positive du goût du terroir n'est pas un fait donné. Elle résulte d'un processus historique d'acculturation et qui a pris toute sa mesure dans le courant du XXe siècle. En effet, au XIXe siècle et même, pour bon nombre d'amateurs, jusque dans les années 1960, le goût de terroir associé à un vin possède une connotation très négative. Si, à ce moment-là, les vertus des sols et des conditions climatiques sont déjà repérées, parler d'un vin avec un goût de terroir, c'est avant tout parler d'un vin terreux, paysans, âpre, bref, un vin mauvais. Or, en une cinquantaine d'années, nous allons assister à une inversion du rapport au terroir et, à partir des années 1970-1980, le « goût du terroir » devient gage de qualité pour les vins mis sur les marchés. Au cours de cette conférence, nous allons montrer comment ce changement de paradigme résulte de l'inédite modification des normes de production et de commercialisation des vins qui s'opère en France durant XXe siècle.

En effet, avec la mise en place des réglementations sur les appellations d'origine provoquée par les lois de 1919 et 1935, l'origine des vins devient progressivement le principal critère d'expression de leur qualité. Désormais, et même s'ils étaient pour certains déjà abondamment employés par le négoce, les noms de crus supplantent les marques des maisons de commerce. Au XIXe siècle, la production, principalement dominée par le monde du négoce, pouvait tout à fait désigner un vin sous le nom d'un lieu dont il n'était que partiellement, voire pas du tout originaire. Avec les réglementations sur les AOC, cela n'est plus possible.

Mais, dans ce nouveau système, les vins d'AOC vont pourtant éprouver de grandes difficultés à investir les marchés de consommation. L'appellation n'est, en effet, après la seconde Guerre Mondiale, toujours pas perçue comme un critère de qualité. Il faudra dès lors attendre les années 1970 pour voir décoller la consommation de ces vins marquées par leur origine et que, finalement le consommateur accepte l'idée que la qualité d'un vin est liée à son origine.

Ce processus d'acculturation positive au terroir sera mis en œuvre par tout un réseau de prescripteurs qui émerge et impose ses vues aux cours du XXe siècle. Ces pionniers sont vignerons, négociants propriétaires, journalistes gastronomiques, ou encore sommelier, jeune profession en pleine reconnaissance de légitimité. Le mouvement s'accélère au cours de la fin du second tiers du XXe siècle avec l'entrée en jeu d'une toute nouvelle organisation gouvernementale : l'Institut Nationale des Appellations d'Origine (INAO). Dès 1945, l'INAO s'emploie ainsi à rehausser la qualité des vins vendus sous appellation d'origine. Cette reconnaissance des vins de terroir passe alors par un important travail de suivi et de contrôle. Dans ce contexte, l'analyse scientifique et surtout la dégustation, deviennent des éléments incontournables de ce contrôle qualitatif des vins d'AOC, c'est-à-dire, finalement, d'agrément de leur typicité, de leur lien à l'origine. Ainsi, au tournant des années 1970, les mutations des modalités de la dégustation et, de fait, les nouvelles formes de prescription des vins, vont consacrer de nouvelles manières d'appréhender la qualité de cette boisson. Elles viennent fournir, de surcroît, des outils techniques et discursifs « objectifs » (dégustation organoleptique) capables de hiérarchiser mais surtout, d'identifier les vins selon leur provenance, ancrant et pérennisant durablement le système des AOC dans le paysage viticole Français.

Bio: La Docteure Caroline Le Goffic est Maître de Conférence en Droit de l'Université Paris Descartes et Professeur à l'Université Paris-Sorbonne à Abu Dhabi (Emirats Unis). Elle a réalisé sa thèse de doctorat sur la protection des indications géographiques dans l'Union Européenne et aux Etats-Unis. Elle est spécialisée en législation de la propriété intellectuelle et dirige un master sur la législation du Dalloz IP/IT à l'Université Paris Descartes.

Titre : Règlements internationaux sur la protection des indications géographiques des vins : passé, présent, et perspectives futures

Résumé:

Cette présentation retracera les principales étapes de l'adoption des règles internationales régissant la protection des indications géographiques pour les vins. Elle présentera et discutera des problèmes et débats actuels et futurs.

À la fin du XIXe siècle et au début du XXe siècle, les premières conventions internationales relatives à la protection des indications géographiques ont été adoptées. La plus ancienne, la Convention de Paris (1883), qui concerne tous les droits de propriété industrielle, contient des dispositions sur les "indications de provenance ou appellations d'origine" (depuis la révision de 1925). Les accords ultérieurs conclus sous l'égide de l'Union de Paris (l'Arrangement de Madrid de 1891 et, plus important encore, l'Arrangement de Lisbonne de 1958) définissent un cadre international pour la protection des indications géographiques. L'Arrangement de Madrid distingue notamment les indications géographiques pour les vins en leur accordant un degré de protection supérieur à celui des autres IG. Ainsi, la place particulière des vins dans le commerce international sera abordée. L'Arrangement de Lisbonne a établi un cadre de protection beaucoup plus développé et offre des perspectives d'avenir prometteuses puisqu'il a été révisé en 2015 par l'Acte de Genève et que l'Union européenne en deviendra bientôt membre.

Du point de vue du commerce, la convention clé est l'Accord sur les ADPIC, signé en 1994 en tant qu'annexe à l'Accord de l'OMC. Ses dispositions concernant les indications géographiques seront analysées, en particulier l'art. 23 qui concerne spécifiquement les vins et spiritueux. Étant donné que l'Accord sur les ADPIC contient plusieurs sujets litigieux, les débats en cours seront discutés, ainsi que les voies possibles pour aller de l'avant.



Dr. Caroline Le Goffic
Maître de Conférences en Droit
Université Paris Descartes

Bio: Jeannie Cho Lee est la première asiatique Master of Wine, elle est plusieurs fois primée en tant qu'auteure, animatrice de télévision, rédactrice en chef, critique viticole, juge ou enseignante. Jeannie est, depuis 2012, professeure à l'Ecole hôtelière et de management touristique de la Hong Kong Polytechnic University. Elle est actuellement coprésidente des Decanter Asia Wine Awards et responsable de la Bourgogne pour les Decanter World Wine Awards. Depuis 2008, elle est consultante en vin chez Singapore Airline et chroniqueuse mensuelle en vin pour Robb Report China. Jeannie est titulaire d'un certificat de cuisine Cordon Bleu et est éducatrice certifiée en vin auprès du Wine & Spirits Education Trust du Royaume-Uni et de la US Society of Wine Educators. Elle est titulaire d'un baccalauréat ès Arts du Smith College et d'un Mastère de la Harvard University. Pendant trois ans, Jeannie a co-animé sur TVB Pearl, principal télévision



Ms. Jeannie Cho Lee
Master of Wine et professeure de pratique
School of Hotel and Tourism
Management
The Hong Kong Polytechnic University

Conférenciers invités

de langue anglaise à Hong Kong, un programme hebdomadaire sur le vin intitulé In Vino Veritas. Ses deux livres, *Mastering Wine* et *Asian Palate*, ont remporté de nombreux prix, notamment le prix des Gourmand Award for Best Food and Wine Pairing Book in the World. Le prochain livre de Jeannie, en anglais et en chinois, s'intéressera à la Bourgogne, et sera publié par Assouline en juin 2019.

Titre : Comprendre l'évolution du marché de la consommation de vin à Hong Kong et en Chine au cours des 25 dernières années

Résumé : Depuis 1994, à la suite des développements du marché du vin asiatique, Jeannie Cho Lee s'est installée à Hong Kong en tant qu'auteur pour le *Wine Spectator* et rédactrice en chef le magazine *Decanter*. Elle décrit en détail les changements tumultueux et spectaculaires survenus au cours des 25 dernières années, qui ont conduit Hong Kong à devenir la plaque tournante du vin fin en Asie et la Chine à se positionner comme le cinquième pays consommateur de vin au monde. Décrire le cycle d'expansion et de ralentissement du secteur du vin au cours des dernières décennies, Jeannie nous fait part de ses réflexions sur les relations entre Hong Kong et la Chine. L'évolution et les différences dans la culture de consommation du vin dans les deux régions seront étudiées et donneront lieu à des réflexions finales sur l'avenir du marché du vin à Hong Kong et en Chine.

Bio : Demei Li est professeur associé au Collège de sciences et technologies de l'alimentation de l'Université d'Agriculture de Beijing. Il est consultant pour plusieurs wineries en Chine, et a aidé l'une d'entre elle, Jia Bei Lan, à obtenir le trophée International Decanter World Wine Awards en 2011 à Londres. Demei a remporté le prix Wine Intelligence 10-for-10 Business Award 2012, il fait partie de la Power List 2013 de *Decanter* et a été nommé comme l'un des 10 meilleurs consultants en vin par le groupe *Drinks Business* en 2013. En tant que chroniqueur, Demei contribue à de nombreuses publications vinicoles prestigieuses, notamment *DecanterChina.com*. Il est l'un des contributeurs de *The Oxford Companion to Wine* (4ème édition).

Titre : Résultats préliminaires d'une étude sur la préférence des consommateurs chinois pour le vin en rapport avec leurs antécédents alimentaires

Résumé : Les préférences des consommateurs pour les saveurs du vin ont été étudiées sous trois aspects: la couleur, l'arôme et le goût du vin. À travers une large gamme de questionnaires, de tests sensoriels sur les saveurs du vin et d'entretiens en face de face avec des consommateurs sélectionnés, le présent document a mené une étude sur les préférences des consommateurs en matière de goût du vin. Les données obtenues ont été analysées par analyse de corrélation, analyse factorielle et analyse de variance. Les différences de préférence en termes de couleur, d'arôme et de goût du vin ont été analysées en fonction du sexe, de l'âge, des habitudes alimentaires, etc.

Les conclusions préliminaires suivantes ont été tirées:

1 / Préférences pour la couleur du vin: 54,60% des consommateurs ont aimé le vin rouge, 31,16%, le vin blanc et 14,24%, le vin rosé. Les consommateurs ont préféré le vin blanc au jaune paille et le vin rouge au rouge rubis.

2 / Préférences pour l'arôme du vin: les préférences des consommateurs en ce qui concerne les différents types d'arôme du vin diffèrent selon le sexe, l'âge et les habitudes alimentaires. Généralement, les consommateurs ont apprécié les saveurs de cerise, de pomme, de rose, d'amande et d'herbe, mais n'ont pas aimé les goûts de terre, de fumée, de pin et de poivre. La préférence des



Dr. Demei Li
Beijing University of Agriculture
(Chine)

consommateurs masculins pour l'amande et le fumé était nettement supérieure à celle des femmes. La préférence des consommateurs âgés de 36 à 45 ans pour l'arôme d'amande était nettement supérieure à celle des consommateurs âgés de 18 à 35 ans. La préférence des consommateurs âgés de 36 à 45 ans pour les arômes de fumée était nettement supérieure à celle des consommateurs âgés de 18 à 25 ans. La préférence des consommateurs qui aiment la cuisine de Huaiyang était nettement plus favorable que ceux qui préféraient la cuisine du Sichuan, du Shandong ou n'avaient aucun type de régime particulier. Les consommateurs appréciant la cuisine du Sichuan, ont nettement plus préféré les arômes herbacés que ceux favorables à la cuisine de Canton ou ceux n'ayant aucun type de régime particulier.

3/ Préférences accordées à la saveur du vin: les préférences des consommateurs concernant les différentes saveurs de vin variaient en fonction du sexe, de l'âge et des habitudes alimentaires. La préférence des consommatrices pour les sucreries était nettement plus élevée que celle des hommes et il n'y a pas eu de différence significative entre les deux sexes en ce qui concerne l'acidité, l'astringence et l'amertume. Les consommateurs âgés de 18 à 25 ans avaient nettement moins de préférence pour l'amertume que ceux des autres groupes d'âge. Nous n'avons pas perçu de différences significatives concernant l'acidité et l'astringence entre les différents groupes d'âge. Les consommateurs qui n'avaient pas d'alimentation type ont déclaré une préférence plus élevée pour la douceur que ceux qui appréciant la cuisine du Sichuan; ceux qui aiment la cuisine du Shandong ont nettement préféré, l'astringence à ceux appréciant la cuisine du Sichuan, la cuisine de Canton ou la cuisine de Huaiyang.

Bio: En quarante ans de carrière, Jasper Morris MW a acquis la réputation d'être l'un des experts les plus compétents au monde en matière de vins de Bourgogne, son sujet de prédilection. Des articles réguliers pour le magazine World of Fine Wine et d'autres publications confirment la profondeur de ses connaissances et sa capacité à les communiquer. Il devient Master of Wine en 1985 et est l'auteur de l'ouvrage Inside Burgundy (2010) qui remportera le prestigieux prix André Simon. Il a fondé et dirigé l'entreprise d'importation Morris & Verdin de 1981 à 2003, entreprise spécialisée sur les vins de Bourgogne, puis a été directeur de la zone Bourgogne pour Berry Bros & Rudd (2003-2017). En 2005, il devient Chevalier de l'Ordre de Mérite Agricole. A partir de 2016 il est Senior Consultant pour Christie's avec une responsabilité spécifique pour la vente des vins des Hospices de Beaune. En 2018, il lance son site web Jasper Morris Inside Burgundy.



Mr Jasper Morris
*Master of Wine – Critique Viticole
et Senior Consultant pour
Christie's*

Titre : Bourgogne, de la sous-performance à la place de favori des marchés à l'échelle mondiale

Résumé:

Il y a 35 ans, le Bourgogne était un vin difficile à vendre sur le marché mondial. Même le Domaine de la Romanée-Conti ne peinait à sécuriser ses importations sur les principaux marchés. Bordeaux, avec son grand millésime 1982 et la montée en puissance de M. Parker, était prééminent

Aujourd'hui, les vins fins de Bourgogne sont les plus recherchés au monde. Une seule bouteille, certes d'un millésime très rare du plus grand cru de la région, vient d'être vendue 558 000 euros aux enchères.

Cette présentation évoquera les raisons de ce changement de réputation et, en conséquence, la fixation des prix du Bourgogne sur le marché. Après une évaluation du contexte initial, nous étudierons les raisons de l'amélioration de la qualité des grands vins de Bourgogne depuis 1985. L'accent sera ensuite mis sur le développement des marchés à travers le monde et sur la manière dont les médias modernes ont entraîné une spirale des prix sur le marché secondaire, renforcée par la rareté de l'offre, en particulier aux plus hauts niveaux de la pyramide de la qualité des vins de Bourgogne.

Conférenciers invités

Bio: Jean-Robert Pitte est né en 1949 à Paris. Il est Professeur Émérite de Géographie et d'aménagement du territoire à l'Université Paris Sorbonne (Paris IV). Il a été président de cette université de 2003 à 2008. Il fonde, en 2006, l'Université Paris-Sorbonne d'Abu Dhabi. Il enseigne la géographie historique et culturelle, spécialement dans les domaines de l'alimentation et du vin ainsi que dans l'histoire et la planification paysagères. De 2010 à 2014, il devient délégué du Premier ministre pour l'information et l'orientation sur l'éducation et les professions.

Jean-Robert Pitte est membre de l'Institut de France (Académie des Sciences morales et politiques) depuis 2008 et Secrétaire permanent de cette Académie depuis 2017. Il est président de la Société de Géographie (plus ancienne société géographique du monde, fondée en 1821). Il est Président de la Mission du Patrimoine et des Cultures Alimentaires, en charge des relations avec l'UNESCO pour la reconnaissance du Repas Gastronomique des Français sur la liste mondiale au Patrimoine Immatériel de l'UNESCO. Il est Président d'Honneur de l'École Ferrières.

Il est membre de l'Academia Europaea, de l'Académie des Sciences d'Outre-Mer, Président de l'Académie du Vin de France depuis 2010 et membre de l'Académie du Vin de Bordeaux, de l'Académie de Dijon et de l'Académie Stanislas de Nancy. Il est Docteur Honoris Causa des universités de Tel Aviv, Iasi, Tbilissi et Toronto (York). Il est Officier de la Légion d'Honneur, l'Ordre national du Mérite et des Palmes académiques ainsi que Commandeur de Arts et des Lettres. Il a été élevé au rang de l'ordre des rayons d'or et d'argent par l'Empereur du Japon Akihito Lever du Soleil.

Récemment, par exemple, il a publié : Bordeaux-Bourgogne, Les passions rivales (Hachette, 2005. Traduction en Japonais et Anglais) ; Le désir du vin à la conquête du monde (Fayard, 2009. Traduit en Italien, Japonais, et Portugais) ; À la table des dieux (Fayard, 2009), Le génie des lieux (CNRS-Éditions, 2010), Le bon vin entre terroir, savoir-faire et savoir-boire (CNRS-Éditions, 2010), La bouteille de vin. Histoire d'une révolution, Paris, Tallandier, 2013 (Traduit en roumain), Dictionnaire amoureux de la Bourgogne, Paris, Plon, 2015, Les accords mets-vin. Un art français, Paris, CNRS-Éditions, 2017, Atlas de la gastronomie française, Paris, Armand Colin, 2017.

Recently, by exemple, he published : Bordeaux-Bourgogne, Les passions rivales (Hachette, 2005. Japanese and english translations), Le désir du vin à la conquête du monde (Fayard, 2009. Italian, japanese and portuguese translations). À la table des dieux (Fayard, 2009), Le génie des lieux (CNRS-Éditions, 2010), Le bon vin entre terroir, savoir-faire et savoir-boire (CNRS-Éditions, 2010), La bouteille de vin. Histoire d'une révolution, Paris, Tallandier, 2013 (translated in romanian), Dictionnaire amoureux de la Bourgogne, Paris, Plon, 2015, Les accords mets-vin. Un art français, Paris, CNRS-Éditions, 2017, Atlas de la gastronomie française, Paris, Armand Colin, 2017.

Titre : Le modèle français des accords mets-vins est-il adaptable à la gastronomie chinoise?

Résumé : On évoquera d'abord les caractères originaux de la gastronomie chinoise et d'abord la multiplicité des plats servis ensemble sur la table, éventuellement en plusieurs actes, comme dans le grand service à la française d'avant le XIXe siècle, mais comme aussi dans toutes les grandes cuisines du monde, en particulier l'ottomane, la marocaine, la juive ashkénaze, la russe, l'indienne, et, plus près de la chine, la coréenne, la japonaise ou la thaïlandaise. Toutes les saveurs doivent être mises en valeur, mais sans ordre particulier : salé, sucré, amer, acide, piquant, sans oublier la fadeur qui est essentielle. Le seul semblant d'ordre est l'habitude de servir en premier des plats froids. Ce chatolement de saveurs, couleurs et consistances, les aller et retour constants d'un plat à un autre par les convives qui composent leur repas selon leur bon plaisir rendent très difficile, sinon impossible, la recherche d'une « harmonie gustative » entre les mets et les boissons d'accompagnement telle que l'ont imaginée et la cultivent les Français depuis deux siècles.



Professeur Jean-Robert Pitte

*Professeur Émérite de Géographie à l'Université Paris Sorbonne
Secrétaire perpétuel de l'Académie des Sciences Morales et Politiques (Institut de France)*

L'accompagnement liquide d'un repas chinois peut être unique ou mêler diverses boissons telles qu'eau fraîche ou chaude, thé, « vin » jaune chinois, liqueurs fortes, bière et, depuis peu de temps, vin de raisin (putaju). On abordera l'histoire du vin de raisin en Chine et l'explosion récente de sa consommation, de sa production locale et de son importation, surtout dans sa version rouge, compte tenu du prestige de cette couleur en Chine. Il va de soi que les habitudes gustatives françaises sont une construction culturelle et que nul ne saurait jeter l'opprobre sur celles des Chinois. Cette communication a seulement pour but de suggérer quelques pistes de réflexion aux gastronomes chinois qui, comme tous les amateurs éclairés de bonne chère, aiment découvrir de nouvelles saveurs, être étonnés et participer à l'évolution d'un art qu'ils ont porté au fil des siècles à l'un des plus hauts niveaux du monde. Comme toute expression culturelle, celle-ci ne saurait être figée ; elle doit se renouveler et emprunter à bon escient à l'extérieur et assimiler ces apports sans tomber dans les effets de mode et les provocations gratuites. On évoquera, en particulier, l'intérêt de marier la cuisine chinoise avec les vins blancs les plus divers servis rafraîchis (secs tranquilles ou effervescents, moelleux, liquoreux ou, surtout, oxydatifs), mais aussi avec les vins doux naturels. On suggérera l'intérêt de tenter l'innovation d'une organisation de repas chinois en séquences mieux personnalisées sur le plan gustatif, seul moyen d'imaginer des alliances intéressantes, ce que certains importateurs ont tenté, comme la maison Krug en Champagne, par exemple.

Bio: Le professeur Haiyan Song possède une solide expérience en économie. Ses principaux domaines de recherche comprennent le tourisme et l'économie du vin. Il a fait ses études en Chine et au Royaume-Uni et possède de nombreuses expériences de recherche et de conseil dans des domaines tels que l'investissement direct étranger (IDE) en Chine et les questions économiques liées au secteur du tourisme en Chine. Au fil des ans, le professeur Song a participé à plusieurs projets d'études prévisionnelles sur la demande touristique dans la région Asie-Pacifique. Il a également prononcé de nombreuses allocutions, en tant que conférencier invité et présentateur de rapports de recherche, lors de diverses conférences internationales sur des questions liées au tourisme et à l'économie du vin. Le Professeur Song a été primé par le Conseil international de l'éducation en hôtellerie, restauration et institutions en recevant, en 2010, les John Wiley & Sons Lifetime Research Achievement Award, et en 2014 le Michael D. Olsen Research Achievement Award de l'Université de Delaware.

Titre : La demande pour les vins importés en Chine

Résumé : Cette étude analyse la demande pour l'importation de vins en Chine. La demande de vin se répartit sous trois formes, vins en bouteille, en vrac et mousseux, et les cinq principaux marchés sources pour chaque type de vin seront étudiés à l'aide de modèles économiques. Les résultats empiriques démontrent que le revenu est le facteur le plus important qui affecte les vins importés en Chine, mais que le prix joue un rôle significatif sur certains marchés sources. Des effets de substitution et de compléments sont identifiés entre les vins de différents pays et entre les vins importés et les autres boissons alcoolisées. Les résultats montrent également que la croissance de la demande chinoise de vins importés devrait se poursuivre avec des fluctuations modérées dans le futur. La France occupe la plus grande part du marché des importations de vins en bouteille, tandis que le Chili et l'Espagne dominent les marchés du vrac et des mousseux.



Professeur Haiyan Song
*Doyen Associé et titulaire de Chaire
professorale
M. and Mme. Chan Chak Fu,
Professeurs en tourisme international
School of Hotel and Tourism
Management
The Hong Kong Polytechnic University*

Conférenciers invités

Bio: Steven Spurrier est un expert et consultant britannique en vin. Il est actuellement éditeur consultant pour Decanter Magazine et président des Decanter World Wine Awards, évènement devenu le plus grand concours de vins au monde depuis 2004. Il est également président de Decanter Asia Wine Awards, plus important concours de vins d'Asie depuis 2012.

Steven Spurrier est à l'origine, en 1976, de la fameuse dégustation entre les meilleurs vins de Chardonnay et de Cabernet Sauvignon de Californie et de France, connue ensuite sous le nom de "Le jugement de Paris". Il est aussi le fondateur de l'Académie du Vin et du Christie's Wine Course. Il a enfin écrit huit livres sur le vin, dont les deux suivants, L'Académie du vin et L'Académie du vin Guide des vins français, ont été traduits en plusieurs langues.

Parmi les prix et récompenses reçus par Steven Spurrier, nous pouvons citer : "The Bunch Award" en 1996, "Le Prix de Champagne Lanson" en 1997, "Ritz Carlton Millenia Lifetime Achievement Award" en 1999 et "Le Prix Louis Marinier" en 2000. En 2001, il a reçu "Le Grand Prix de l'Académie Internationale du Vin" (La troisième fois, seulement, que ce prix fut décerné depuis 1982) et de "The Andre Tchelistcheff Maestro Award" de Californie. En 2017, il a été nommé Homme de l'année par Decanter et président honoraire du Wine and Spirit Education Trust

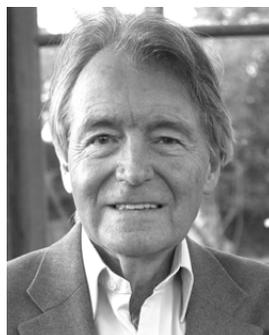
En 2018, ses mémoires sont publiées sous le titre : "Wine a Way of Life."

Titre : Vin : éducation, appréciation, communication (Fondateur de l'Académie du vin)

Résumé : cette présentation s'intéressera à trois thèmes interagissant entre eux : APPRECIATION, EDUCATION, COMMUNICATION. Le vin est fait pour être apprécié à tous niveaux et plus on le connaît, plus on l'apprécie. C'est la même chose pour l'art, la littérature et la musique, où une exposition régulière au produit est nécessaire mais où l'information sur le produit est tout aussi importante. Hugh Johnson décrit un vin fin comme "Un vin qui mérite d'être discuté". La communication est aujourd'hui essentielle dans notre monde, un produit ne bénéficiant pas de communication n'existe pas. Être évoqué, discuté, fait partie de cette communication continue et, comme l'a expliqué Oscar Wilde : "La seule chose qui soit pire que d'en parler, c'est de ne pas en parler !"

L'appréciation peut et doit durer toute une vie et une appréciation appropriée passe par l'éducation, base de tout apprentissage. La base de mon investissement dans le vin, de ce point de vue, et la raison qui m'a conduit à transmettre tout cela à d'autres, a été l'ouvrage fondateur de Michael Broadbent "Wine Tasting", ouvrage dont je suis très fier d'avoir publié, sous les toutes récentes éditions de mon Académie du Vin, l'édition commémorative, cinquante et un ans après la première publication. Ce livre m'a non seulement appris à goûter le vin, mais il m'a enseigné POURQUOI goûter, sachant que la simple différence entre boire et goûter est de prêter attention à. Le vin a besoin de l'attention de tous, et c'est seulement à cette condition qu'il peut exister.

Le vin est un long chemin à double sens: le producteur le produit et le consommateur le consomme. Or, il existe de nombreuses interactions entre eux. L'appréciation par l'éducation autant que la communication de l'appréciation nous permettent d'arriver à cet objectif.



Mr. Steven Spurrier

*Editeur consultant pour Decanter
et Président Honoraire du Wine
and Spirit Education Trust*

Programme

Horaires	Programme	
Jour 1 – 2 juin 2019 (Dimanche)		
18:00-20:00	Inscriptions <i>B1 Foyer</i>	
18:30-20:30	Cocktail Reception <i>B1</i>	
Jour 2 – 3 Juin 2019 (Lundi)		
07:30-20:00	Inscriptions <i>Skybridge</i>	
08:30-11:00	<p>Cérémonie d'ouverture <i>Silverbox Ballroom</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Mr. Alexandre Giorgin, Consul Général de France à Hong-Kong et Macao • Professeur Joëlle Brouard, Chaire UNESCO "Culture et Traditions du Vin" de l'Université de Bourgogne • Professeur Kwok-Yin Wong, Vice-président (Soutien à la recherche), The Hong Kong Polytechnic University • Professeur Kaye Chon, Doyen et Professeur titulaire d'une Chaire, Walter Kwok Foundation Professeur en International Hospitality Management, School of Hotel and Tourism Management, The Hong Kong Polytechnic University <p>Session plénière I - Le commerce des vins : espaces, flux, acteurs et territoires <i>Silverbox Ballroom</i></p> <p><u>Présidente de session</u> : Mme. Jeannie Cho Lee, The Hong Kong Polytechnic University</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mr. Jasper Morris, Master of Wine - Wine Critic and Senior Consultant for Christie's <i>Bourgogne : de la sous-performance à la place de favori des marchés à l'échelle mondiale</i> • Dr. Demei Li, Professeur Associé, Beijing University of Agriculture <i>Résultats préliminaires d'une étude sur la préférence des consommateurs chinois pour le vin en fonction de la diversité de leurs antécédents alimentaires</i> • Professeur Haiyan Song, Doyen Associé et Titulaire d'une Chaire professorale M. and Mme. Chan Chak Fu, Professeur en tourisme international, The Hong Kong Polytechnic University <i>La demande pour les vins importés en Chine</i> 	
11:00-11:30	Pause Café <i>Skybridge</i>	
11:30-13:00	Sessions parallèles I <i>Function Rooms B1</i>	
13:00-14:30	Déjeuner <i>Silverbox Ballroom</i>	
14:30-16:00	Sessions parallèles II <i>Function Rooms, B1</i>	Masterclass <i>Vinoteca Lab, B2/F, SHTM</i>
16:00-16:30	Pause Café <i>Skybridge</i>	

Programme

16:30-18:00	Session Plénière II - Organisation des marchés, régulations et qualité des vins <i>Silverbox Ballroom</i> Président de session: Professeur Haiyan Song , The Hong Kong Polytechnic University <ul style="list-style-type: none"> • Dr. Caroline Le Goffic, Maître de Conférences, Université Paris Descartes <i>Règlementations internationales sur la protection des indications géographiques des vins : passé, présent, et perspectives futures.</i> • Professeur Bill Gartner, Professeur, University of Minnesota <i>Les cépages nordiques : d'une absence au développement d'une industrie majeure en 15 ans</i> 	
18:00-19:00	SHTM & Hotel ICON tour (optionnel)	
18:30-19:30	Cocktail <i>B1</i>	
19:30-22:00	Dîner de Gala <i>Silverbox Ballroom</i>	
Jour 3 – 4 Juin 2019 (Mardi)		
08:00-12:00	Inscriptions <i>Skybridge</i>	
09:00-10:30	Session plénière III - Les modèles et les facteurs d'influence de l'évolution du goût et de la réputation du vin <i>Silverbox Ballroom</i> Président de session: Dr. Ksenia Kirillova , The Hong Kong Polytechnic University <ul style="list-style-type: none"> • Dr. Olivier Jacquet, Ingénieur de recherche, Université de Bourgogne <i>Le goût du terroir... une histoire de prescription au XXe siècle</i> • Ms. Jeannie Cho Lee, Master of Wine and Professeur de pratique, The Hong Kong Polytechnic University <i>Comprendre l'évolution du marché de consommation des vins à Hong Kong et en Chine au cours des 25 dernières années</i> 	
10:30-11:00	Inscriptions <i>Skybridge</i>	
11:00-12:30	Sessions parallèles III <i>Function Rooms, B1</i>	
12:30-14:00	Déjeuner <i>Silverbox Ballroom</i>	
14:00-15:30	Sessions parallèles IV <i>Function Rooms, B1</i>	
15:30-16:00	Pause Café <i>Skybridge</i>	
16:00-17:30	Sessions parallèles V <i>Function Rooms, B1</i>	Masterclass <i>Vinoteca Lab, B2/F, SHTM</i>

Jour 4 – 5 Juin 2019 (Mercredi)

09:00-10:30	<p>Session plénière IV – Consommateurs et pratiques culturelles et sociales des vins</p> <p><i>Silverbox Ballroom</i></p> <p><u>Président de session:</u> Dr. Olivier Jacquet, Université de Bourgogne</p> <ul style="list-style-type: none">• Professeur Jean-Robert Pitte, Secrétaire perpétuel de l'Académie des Sciences Morales et Politiques <i>Le modèle français des accords mets-vins est-il adaptable à la gastronomie chinoise ?</i>• Mr. Steven Spurrier, Consultant et rédacteur en chef de Decanter et Président honoraire, Wine and Spirit Education Trust <i>Vin : éducation, appréciation, communication (Fondateur de l'Académie du Vin)</i>
10:30-11:00	<p>Pause café</p> <p>Skybridge</p>
11:00-12:30	<p>Cérémonie du prix du meilleur article et table ronde de clôture - Consommation actuelle du vin et tendances du marché en Asie</p> <p><i>Silverbox Ballroom</i></p> <p><u>Président de session:</u> Professeur Haiyan Song, The Hong Kong Polytechnic University</p> <p>Speakers: Professeur Joëlle Brouard, Dr. Caroline Le Goffic, Ms. Jeannie Cho Lee, Dr. Demei Li, Mr. Jasper Morris, Professeur Jean-Robert Pitte and Mr. Steven Spurrier</p>

*Le lieu de la conférence est l'Hôtel ICON et les salles de réception sont situés en B1 / F. Vinoteca Lab est situé sur B2 / F, SHTM. Veuillez vous reporter aux cartes de la page 20-21.

Sessions parallèles

3 Juin 2019 (Lundi)

Sessions parallèles – Présentation I

11:30 – 13:00

Lieux	Salle 1 Présidence : Joëlle Brouard	Salle 5 Présidence : Joanna Fountain	Salle 6 Présidence : Bonnie Farber Canziani
	Theme 1 : Le commerce des vins : espaces, flux, acteurs et territoires	Theme 1 : Le commerce des vins : espaces, flux, acteurs et territoires	Theme 2 : Organisation des marchés, régulations et qualité des vins
	WF1804 La consommation du vin : espaces, temps, culture et tradition Serge Wolikow	W1809 Deux études de cas relatives à la monétisation de l'expérience de la porte de la cave et à l'extraction de la valeur de franchise d'un petit établissement vinicole à Okanagan, en Colombie-Britannique. Elena Mitropolsky Michael Conyette	W1805 Réglementer la qualité des vins régionaux grâce à une expansion intelligente et à un leadership Bonnie Farber Canziani Erick T. Byrd
	WF1802 La demande chinoise des vins fins Eric Le Fur	W1820 L'émergence du tourisme vinicole dans le Ningxia, Chine Beifang Zhai Joanna Fountain Michael Mackay	W1811 Mature dans moins de deux décennies? - L'industrie du vin de Macao Ching Chi (Cindia) Lam Ut-Lon (Billy) Im
			W1830 Découvrir le terroir optimal du pinot noir en Chine : le cas de Tianshui Mihalis Boutaris Javier Bobo Pinilla Yongping Yang

3 juin 2019 (Lundi)

Sessions parallèles – Présentation II

14:30 – 16:00

Lieux	Salle 1 : Présidence : Bernard Moizo	Salle 5 Présidence : Byron Marlowe	Salle 6 Présidence : Murray Mackenzie
	Thème 2 : Organisation des marchés, régulations et qualité des vins	Thème 2 : Organisation des marchés, régulations et qualité des vins	Thème 4 : Consommateurs et pratiques culturelles et sociales des vins
	WF1803 Positionnement concurrentiel des effervescents : la stratégie collective adoptée par la filière Crémant de Bourgogne Laurence Dujourdy, Pierre Du Couëdic and Yves Le Fur	W1803 'Recommandé lorsque d'autres sont interdits'; L'innovation en matière de produits et de marketing de Laurent Perrier sur le marché du champagne britannique, 1889-1989 Graham Harding	W1823 Les expériences de socialisation par le vin chez les jeunes consommateurs chinois Joanna Fountain Mingfang Zhu
	WF1801 Image, marché et consommation des vins de Tokaj Aline Brochot	W1824 Colorado Cold and Hardy Matthew Bauman Ruiying Cai Byron Marlowe	W1831 Comparaison des comportements de décision d'achat des consommateurs de vin de Hong Kong et de Chine continentale Murray Mackenzie
		W1835 Conceptualiser le rôle des intermédiaires culturels dans l'élaboration d'une culture de consommation de vin fins en Chine Jennifer Smith Maguire Dunfu Zhang	W1833 Culture de consommation de boissons indigènes: une étude exploratoire des vins de fruits de Meghalaya (Inde) Sharad Kumar Kulshreshtha Ashok Kumar

Sessions parallèles

4 juin 2019 (Mardi)

Sessions parallèles – Présentation III

11:00 – 12:30

Lieux	Salle 1 Présidence : Yves Le Fur	Salle 5 Présidence : Ryan Smith	Salle 6 Présidence : Murray Mackenzie
	Thème 3 : Les modèles et les facteurs d'influence de l'évolution du goût et de la réputation du vin	Thème 3 : Les modèles et les facteurs d'influence de l'évolution du goût et de la réputation du vin	Thème 4 : Consommateurs et pratiques culturelles et sociales des vins
	WF1805 De la confrérie au fan club : les nouvelles communautés des amateurs de vin ? Joëlle Brouard	W1812 L'ambassadeur d'un marché unique - Sommelier à Macao. Ching Chi (Cindia) Lam	W1804 Comportements de consommation des vins entre consommateurs chinois occidentaux et continentaux King Yau (Tao) Yu Markus Schuckert
	WF1808 Le sens d'un éveil de la Chine aux vins de terroir Jacky Rigaux and Charles Rigaux	W1816 La volonté du consommateur de payer augmente et l'apparence baisse : argumentaire en faveur de l'étiquetage du saké Ryan Smith Bob McKercher Forest Ma	W1825 L'impact de la promotion, des critiques et de la popularité sur les ventes : l'intention d'achat de vin en ligne chez la génération Y de Chine Danting Cai
	WF1809 L'oenotourisme, une stratégie concertée de développement économique et social en Chine L'exemple du Shandong à Penglai Pascal Durand, MJ Tang and Lian Du	W1834 Vous goûtez comme vous êtes : l'impact de l'étiquette de vin sur le goût dans la dégustation des vins Darcen Esau Donna Senese	W1832 Analyse des pratiques formelles et informelles d'éducation au vin chez le consommateurs chinois Joanna Fountain Murray Mackenzie

4 juin 2019 (Mardi)

Sessions parallèles – Présentation IV

14:00 – 15:30

Lieux	Salle 1 : Présidence : Aline Brochot	Salle 5 Présidence : Haiyan Song	Salle 6 Présidence : Marissa Orlowski
	Thème 4 : Consommateurs et pratiques culturelles et sociales des vins	Thème 1: Le commerce des vins : espaces, flux, acteurs et territoires	Thème 4 : Consommateurs et pratiques culturelles et sociales des vins
	WF1807 L'inscription au patrimoine mondial : un acteur de la prescription culturelle et économique ? Isabelle Anatole-Gabriel	W1807 La situation de l'offre excédentaire de vin va- t-elle changer à partir de 2017 ? Etude de cas du millésime 2017 Na Li	W1821 Au-delà de la bouteille: les effets de l'emballage du vin sur la perception de la qualité et les intentions d'achat Marissa Orlowski Robin Back Sarah LeFebvre
	WF1806 L'œnotourisme en Bourgogne : Outil marketing, économique mais surtout diffuseur d'imaginaire Charles Rigaux	W1815 L'impact des stratégies marketing internet des entreprises viticoles sur la visibilité et l'image des marques. Etude de cas de 5 domaines en Napa Valley Yu Cao Mingxuan Liu Yufeng Li Haiyan Song	W1822 Certifié pour vendre? L'impact d'une éducation formelle au vin pour les ventes auprès de des personnels de la restauration Marissa Orlowski Jean K. Reilly
	WF1810 Country Side, Know- How, Paysages, savoir- faire, gastronomie et vins : le cas de 3 terroirs du Languedoc Bernard Moizo	W1829 Culture contemporaine de la consommation du vin au Japon : le rôle de premier plan des femmes dans la création du marché dans le contexte postindustriel de l'Asie Chuanfei Wang	W1826 Les vins chinois sont-ils des stéréotypes négatifs sur les vins asiatiques? Xiaohai Zhan Tongtong Zhang Qitian Li

Sessions parallèles

4 juin 2019 (Mardi)

Concurrent Session – Paper Presentation V

16:00 – 17:30

Lieux	Salle 5 Présidence : Nelson Graburn	Salle 6 Présidence : Ksenia Kirillova
Thème 3 :	Les modèles et les facteurs d'influence de l'évolution du goût et de la réputation du vin	Thème 4 : Consommateurs et pratiques culturelles et sociales des vins
W1808	Le neuf et l'ancien: Le paysage de la dégustation du vin en Chine dans la la compétition mondiale Xiangchun Zheng Nelson Graburn	W1806 Aspects existentiels de la consommation et du marketing du vin: une exploration conceptuelle Ksenia Kirillova
W1813	Sur la relation entre comportement déclaré et révélé des consommateurs de vin français et chinois vis-à-vis de la «complexité» et du «développement des arômes dans le verre» Lisa Yip Nikos Georgantzis Haiyan Song Steve Charters	W1836 Philosophie du vin Kay Lau
W1814	Analyse hédonisme/prix : étude empirique des préférences et des comportements d'achat des consommateurs français et chinois de vin. Lisa Yip Haiyan Song Steve Charters	

