

Je pars de ce symposium avec au moins une action (ou une réflexion) à mettre en œuvre au vignoble?*



Symposium vigne et vin 2015

**Question tirée du sondage d'appréciation à l'évènement*

RÉPONSES DE VIGNERONS

1	<i>La plupart des conférences vont m'être utile dans mes décisions à prendre. Je prends pour exemple juste la première conférence du Dr.Kemp: on m'avait plusieurs fois suggéré de faire des mousseux. Désormais j'ai d'excellents arguments pour ne pas m'aventurer dans le projet!</i>
2	<i>Au champ, ne pas baisser ma surveillance et la conduite de ma vigne; Au chai, augmenter ma surveillance de la vinification au jour le jour.</i>
3	<i>Mettre en place les stratégies nécessaires pour éviter certaines maladies, ravageurs; Mettre en place les stratégies marketing propres à notre entreprise de raisins de table; Réseau de contacts dans l'industrie grandement amélioré.</i>
4	<i>Impact des protéines dans le vin mousseux</i>
5	<i>L'utilisation de bentonite à proscrire pour les vins mousseux [...]</i>
6	<i>Reconsidérer mon plan de mise en marché.</i>
7	<i>1. Mildiou: se débarrasser des feuilles mortes à l'automne et au printemps; (peigne avec tracteur); 2. Protection hivernale: passer le gratte en début d'hiver dans l'entre-rang pour fabriquer un ourlet de neige sur le rang; 3. Défaut du vin: plusieurs informations d'intérêt tout le long du processus de fabrication que je pourrai mettre en œuvre</i>
8	<i>Dépistage du mildiou l'automne</i>
9	<i>L'axe consommation en général m'a apporté beaucoup de piste et d'idées.</i>
10	<i>Refonte de ma vision marketing</i>
11	<i>Meilleure connaissance pour un meilleur suivi</i>
12	<i>Continuer d'œuvrer dans le sens le plus qualitatif possible pour répondre aux attentes</i>
13	<i>Améliorations dans la vinification de certains cépages</i>
14	<i>Stratégie gel d'hiver, stratégie greffage et surtout mildiou</i>
15	<i>Pour maximiser les retombées, l'union fait la force.</i>
16	<i>Travailler en filière, réfléchir à l'image que l'on veut donner aux vins québécois collectivement.</i>
17	<i>Suivi de l'inoculum de mildiou en fin de saison</i>

18	<i>La réflexion porte sur les médias sociaux.</i>
19	<i>Plusieurs petites choses concernant l'identification du vignoble, l'étiquetage et le positionnement sur les tendances pour le futur, voire nouvelle clientèle.</i>
20	<i>Stratégie de commercialisation.</i>
21	<i>Mettre en place un réseau de surveillance sur la perte d'endurcissement des bourgeons et leur survie en cours d'hiver.</i>
22	<i>[...] le symposium m'a permis d'identifier des lacunes de l'industrie. Ce qui me permettra d'adapter mes plans d'actions.</i>
23	<i>Faire un meilleur suivi sur le mildiou; Meilleure connaissance sur le gel hivernal de la vigne; Un suivi sur le développement du greffage au Québec</i>
24	<i>Œnotourisme, WOW !!</i>
25	<i>Accueil des clients et indication plus précise à mettre en place pour indiquer la boutique</i>
26	<i>Essayer de planter des vignes greffées avec un critère plus ciblé.</i>

Ce projet a été réalisé grâce à une aide financière du Programme Innov'Action agroalimentaire issu de l'accord bilatéral Cultivons l'avenir 2 conclu entre les gouvernements du Canada et du Québec.

Cultivons l'avenir 2
Une initiative fédérale-provinciale-territoriale

Canada

Québec 