

# **Le Marketing Expérientiel : Avenir de la filière Vin**

**Yohan CASTAING**

*Wine Marketing Services*

[v.castaing@alcyon-consulting.com](mailto:v.castaing@alcyon-consulting.com)

Le consommateur caméléon impose de plus en plus aux responsables commerciaux une adaptabilité à leur système de consommation.

Les enjeux de la filière sont de plus en plus importants face aux attaques incessantes des vins étrangers beaucoup plus marketés que les vins français.

Face à cela, seul la prise en compte des changements des consommateurs permettra une limitation de l'érosion de nos parts de marchés voire un vecteur de croissance.

Le marketing expérientiel permet ceci. Lié à l'expérience lors de l'achat le marketing expérientiel met en situation le consommateur face aux produits.

Le vin, produit expérientiel par excellence est un secteur d'activité dans lequel le développement de cette nouvelle technique marketing est le plus intéressant.