

→ 2) Ces deux images ci-dessous évoquent des effets en économie. **Explique ce qui signifient clairement chacune de ces images en quelques mots.**



effet de revenu = effet de richesse pour un agent économique (enrichissement de l'agent)



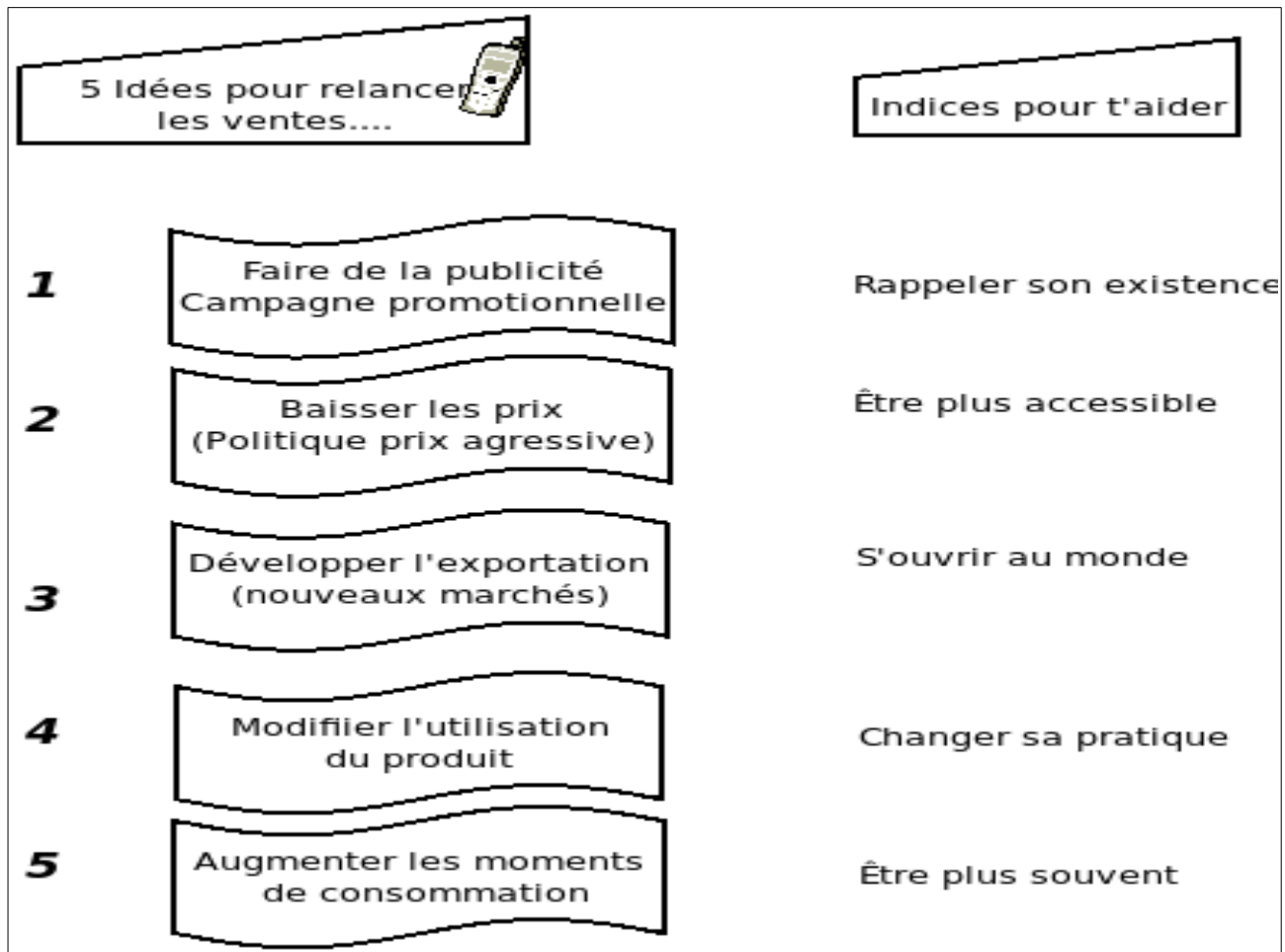
substitution = remplacement on remplace un (type de) produit par un autre qui répond aux mêmes besoins un prix trop élevé peut nous handicaper

3) Questions :

Si je suis producteur de vin de grande qualité, en quoi un effet revenu favorable pour le consommateur peut avoir des répercussions positives pour mon activité ?

L'enrichissement du consommateur (ou du client) peut l'inciter à acquérir des biens d'un niveau de qualité supérieur et donc avoir des effets positifs pour le producteur de grand vin prestigieux...

→ **4)** Je suis un grand vin blanc de l'ouest de la France....mes ventes connaissent un sérieux ralentissement. Que faire pour relancer mes ventes... ??



5) Analyse d'un document tiré de vitisphère en rapport avec le COVID 19

→ Résister au coronavirus

→ Trois conseils pour ne pas confiner ses ventes de vins

Vendredi 20 mars 2020 par Alexandre Abellan

« Je vous souhaite en tout cas que cette crise n'entame pas votre envie de bien faire, votre enthousiasme. Prenez soin de vous et de vos proches, de vos salariés » précise Fabrice Chaudier. -
crédit photo : La Chambre à coucher de Vincent Van Gogh (Musée d'Orsay, 1889)



Pas de fatalisme dans la torpeur ambiante, mais de la combativité dans l'adversité pour le consultant bordelais Fabrice Chaudier. En véritable coach, il propose un plan de bataille des plus proactifs pour lutter contre le covid-19.

Du report du salon ProWein à la généralisation du télétravail pour les forces commerciales, **la question se pose cruellement dans la filière vin : comment générer du chiffre d'affaires en pleine épidémie de coronavirus ?** « Pour pouvoir poursuivre dans les meilleures conditions possibles votre travail commercial, je vous conseille des mesures immédiates, de ne pas casser le lien avec vos clients professionnels et particuliers, d'anticiper votre travail du deuxième semestre et ne pas laisser passer les opportunités que la situation génère » résume le consultant bordelais Fabrice Chaudier dans son dernier billet de blog Vins et Ventes : faire du commerce en confinement.

Face à une situation inédite évoluant très rapidement, il s'agit de ne pas sombrer dans la torpeur et d'adopter des mesures immédiates. Fabrice Chaudier conseille ainsi aux vignerons et négociants de scrupuleusement mettre en place les mesures de protection de ses employés, de passer en revue les mesures de soutien gouvernemental... Sans oublier d'établir rapidement son bilan commercial à date, « au 31 mars au plus tard », pour se projeter sur chiffre d'affaires 2020 et faire point avec banque pour argumenter report échéances bancaires).

- Garder le contact

En termes de conseils commerciaux, la clé est de maintenir les liens avec ses clients, voir les resserrer en cette période compliquée avec des échanges suivis.

Fabrice Chaudier conseille d'« *appeler tous ses clients professionnels actuels (en France comme à l'international)* » et d'adapter son discours à chaque cas particulier. Sachant par exemple que « *les distributeurs alimentaires (super et hypermarchés, proximité) restent ouverts, il convient d'établir avec eux leurs besoins en approvisionnement et en logistique, de comprendre leur fonctionnement (qui contacter, par quel biais rester en relation...)*. Vous établirez ainsi un suivi "de crise" pour éviter toute rupture » détaille le consultant bordelais.

Dans le cas du réseau traditionnel, restaurants fermés comme cavistes ouverts, Fabrice Chaudier préconise la proactivité : « *demandez comment les soutenir (report de paiement des factures), leur stock actuel et anticiper le moment de la réouverture (calendrier de livraison, attente en termes de volume)*. » Les transporteurs doivent également être contactés pour suivre leur capacité de prise en charge.

- "Se positionner au plus vite"

Conseillant également de continuer à prospecter de nouveaux contacts commerciaux, Fabrice Chaudier demande aux vignerons et négociants de contrer « *l'objection "on bloque tout en attendant la fin de la crise sanitaire"*. Il va bien falloir que les magasins soient approvisionnés. Pour ceux qui ne veulent rien entendre, essayez de planifier l'agenda du troisième trimestre 2020. Tout le monde va être débordé, il faut se positionner au plus vite. »

Si le consultant anticipe le rebond de la consommation qu'impliquera un retour sanitaire normal, il voit également se concrétiser des tendances de fond pour les jours d'après. Ainsi le recours croissant aux achats en ligne dans cette période de confinement pourrait accélérer la numérisation des achats à l'avenir. Notamment pour la grande distribution et le développement du drive.

5) Citer les conseils commerciaux à prendre par le producteur en cette période de confinement

N°	Conseils ou Mesures à prendre pour la continuité de son activité viti-vinicole commerciale
1	<i>mettre en place les mesures de protection de ses employés</i>
2	<i>de passer en revue les mesures de soutien gouvernementale</i>
3	maintenir les liens avec ses clients, voir les resserrer
4	continuer à prospecter de nouveaux contacts commerciaux
5	anticiper le travail du deuxième semestre et ne pas laisser passer les opportunités que la situation génère