



**LANGUEDOC
CŒUR
D'HÉRAULT**

ATELIER RENOUVELLEMENT DU LABEL VIGNOBLES & DÉCOUVERTES

Communication et promotion



Projet cofinancé par le Fonds Européen Agricole pour le Développement Rural
L'Europe investit dans les zones rurales



Contexte

Le Pays Cœur d'Hérault est engagé avec les 3 OTI du territoire dans le développement du tourisme vigneron depuis 2010 :

- ✓ 1^{ère} labellisation Vignobles & Découvertes obtenue fin 2015
- ✓ 1^{er} Renouvellement en 2019
- ✓ Prochain renouvellement à déposer début mai 2022

→ Souhait d'être accompagnés par Atout Terroir pour travailler la nouvelle candidature en concertation avec les professionnels et les partenaires.

Objectifs :

- ✓ Remobiliser le réseau post-crise
- ✓ Évaluer les actions réalisées sur les 3 dernières années (dont 2 en contexte Covid)
- ✓ Définir un plan d'actions partagé 2022-2024

4 ateliers participatifs

- ✓ Atelier 1 : Bilan / Positionnement (14/03/22 à Novel.id)
- ✓ Atelier 2 : Animation de réseau (21/03 à Château Capion)
- ✓ Atelier 3 : Commercialisation (04/04 à Novel.id)
- ✓ **Atelier 4 : Promotion & Communication aujourd'hui !**

Éléments d'introduction à l'atelier

- ✓ **Un label Vignobles & Découvertes jeune et encore peu connu du grand public...**
- ✓ **... mais une notoriété qui progresse du fait de la bonne structuration du label à l'échelle nationale**
- ✓ **La promotion du label, une obligation pour les détenteurs de la marque** (plaque V&D à l'entrée de l'établissement, logo dans les supports de communication de l'établissement, etc.)

PROMOTION & COMMUNICATION

Le site internet

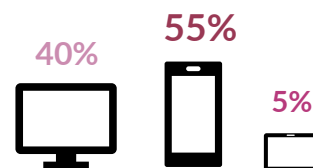
www.languedoc-coeur-herault.fr

41,7k utilisateurs
en 3 ans

113k pages vues
en 3 ans

PROFIL

 **25-64** ans



 **Montpellier**
Paris Lyon

• 2019 :

- site **traduit en anglais** (14% de l'audience est étrangère – USA, Belgique, Chine)
- Nouvelles rubriques : **contenus + expérientiels** (J'ai testé pour vous ; La cuvée du mois, etc..)

• 2020 : Mission d'accompagnement sur

référencement naturel (choix des mots clés, des légendes photos) pour en améliorer la visibilité → audience doublée en 1 an

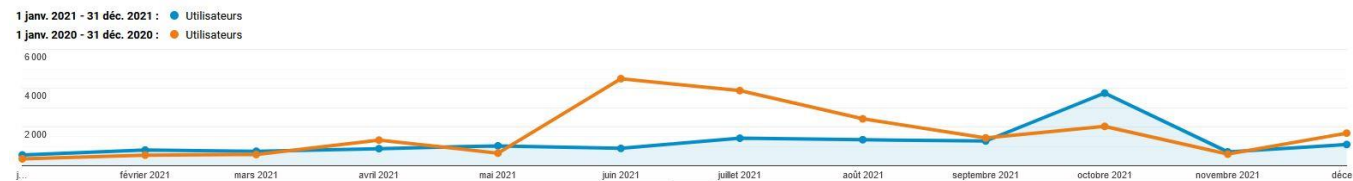
Pages les + visitées (2021)

- Les marchés
- Les cépages caractéristiques
- Les hébergements
- Le Comporte
- Fascinant Week-End

Pics

- 2020 : Saison estivale
- 2021 : sept – oct : communication Fascinant Week-End

→ Corrélation avec les Facebook Ads payantes et les publications FB



LA CUVÉE DE SEPTEMBRE : L'ESPOIR, ROUGE 2020
Accueil - Les Vins - La cuvée du mois - La cuvée de septembre - L'Espoir, Rouge 2020

Tous les mois, nous parlons à la rencontre d'un(e) vigneron(ne) pour qu'il/elle nous présente l'une de ses cuvées coup-de-cœur. Cépages utilisés, arômes, histoire(s), accord mets & vins... Il s'agit pour nous de vous faire découvrir le grand plaisir.

Ce mois-ci, c'est Audrey Borel, directrice technique du Mas Conscience, qui nous présente sa cuvée : "L'Espoir".
On s'en délecte d'avance !

La cuvée du mois de septembre :
L'ESPOIR, ROUGE 2020
(Mas Conscience)



"L'alcool d'été est dangereux pour la santé, à consommer avec modération."

MAS CONSCIENCE
EN QUELQUES CHIFFRES

- Date de création : 2020 (premier en 2020)
- Surface cultivée : 15 Ha
- Volume annuel : 400 hl
- Nombre de salariés : 2 (+ 2 stagiaires)
- Le Petit : le vignoble est conduit en agriculture biologique et en biodynamie

Plus d'infos : [ICI](#)

Cépages(s) : 25% Cinsault, 25% Carignan, 25% Syrah, 25% Grenache

Descriptif du vin (matière en bouche) :
Blanche croissante, pleine de fruits rouges et noirs frais, suivis de notes d'épices, de la rondeur, des tanins fondus et une belle longueur en bouche avec beaucoup d'élégance et de royauté.

Quelle histoire se cache derrière cette bouteille ?
Créé en 2020, premier millésime de la nouvelle époque, ce vin se veut porteur d'Espoir pour les années à venir... ce "quatre-quart" permet aux 4 cépages de s'exprimer au fur et à mesure de la dégustation et du vieillissement du vin. On part sur le Cinsault (fruits rouges), on passe par le Carignan (fruits noirs) puis on continue avec les épices et les notes de ganaches (Syrah/Grenache).



Bilan 2019-2021

PROMOTION & COMMUNICATION

Animation des réseaux sociaux - Instagram



2050 abonnés

146 publications en 3 ans

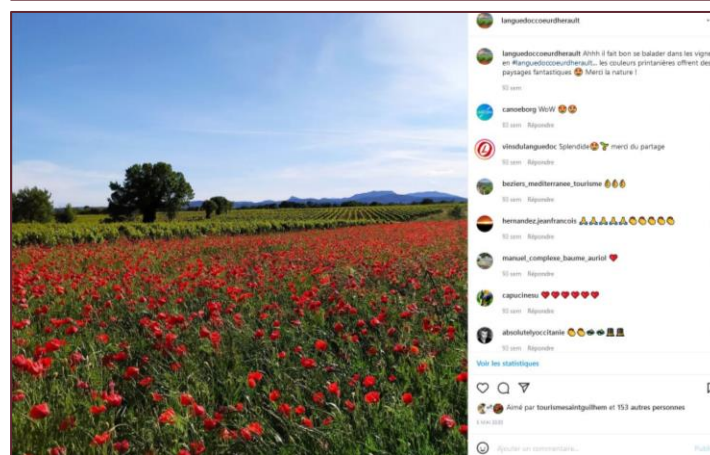
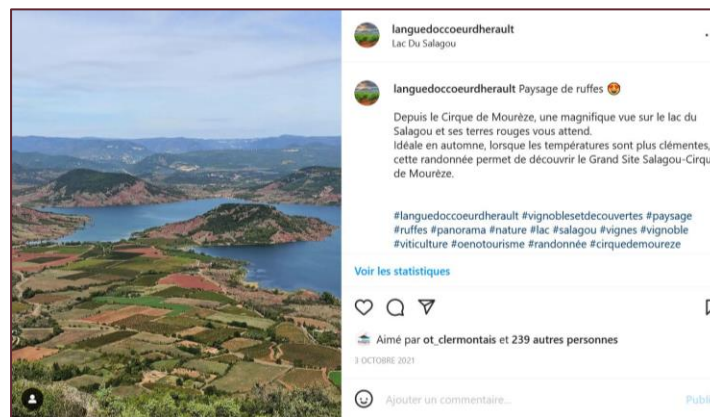
1 post/semaine en moyenne

605 personnes touchées par post en moyenne

Top 4

- Paysage de ruffes, vue sur le Salagou depuis le Mont Liausson
- L'Abbaye de Gellone à Saint-Guilhem-le-Désert
- Les vignes et les coquelicots
- Vue sur la mer de vignes depuis le Château d'Arboras

→ Les paysages et Grands Sites



#languedoccoeurdherault

Bilan 2019-2021

PROMOTION & COMMUNICATION

Animation des réseaux sociaux - Facebook



1684 abonnés

900 publications en 3 ans

25 post/mois en moyenne

542 personnes touchées par post en moyenne

409k utilisateurs atteints en 2020-2021

58k interactions en 2020-2021

1 Groupe privé pour les professionnels V&D

UTILISATEURS LOCAUX

Montpellier Gignac
Clermont-l'Hérault
Béziers Lodève

Top 4 post ayant touché le + de monde

- Accueil camping-cars au Mas René Guilhem (9779)
- Balade vigneronne à saint-Guilhem-le-Désert (7964)
- Déploiement du Comporte aux ambassadeurs (4616)
- Le Prix Leader, vote pour le Comporte (4460)

@LanguedocCoeurHerault

Post 1: Balade vigneronne à Saint-Guilhem-le-Désert
Ce dimanche 26 septembre, au détour d'une balade dans les ruelles du village, venez à la rencontre d'une quinzaine de vigneronnes de l'appellation IGP Saint-Guilhem-le-Désert. Parmi eux, trois de nos labellisés Vignobles & Découvertes : CastelBarry Coopérative Artisanale - Montpeyroux, Domaine La Voûte Du Verdus et Mas Conscience vous feront déguster leurs derniers millésimes. Voir plus

Post 2: AVIS AUX CAMPING-CARISTES !
Partir sur la route des vignobles pour les vacances ça vous tente ? Le Mas René Guilhem, à Clermont-l'Hérault, tout près du lac du Salagou peut accueillir jusqu'à 6 campings-cars sur son terrain en simultané. Sur place : eau potable pour la consommation et non potable pour douche et toilettes. Accueil jusqu'à 19h. Réservations au 06 80 42 94 13. 2 nuits maxi. Gratuit. Patrice et Pierre, les vigneronnes, seront ravis de vous faire découvrir leurs cuvées... Voir plus

Post 3: [LE COMPORTE]
Nous sommes heureux de vous annoncer que les sacs Le Comporte, le sac à dos vigneron sont en train d'être déployés sur notre destination Vignobles & Découvertes ! Cette semaine, 12 ambassadeurs ont reçu leurs sacs à dos. Retrouvez très prochainement la liste de tous les ambassadeurs chez qui vous pouvez emprunter le sac le temps d'une journée : <https://bit.ly/3A1pcm...> Voir plus

PROMOTION & COMMUNICATION

Plan Marketing en partenariat avec Hérault Tourisme

Objectifs :

- Renforcer la notoriété du Cœur d'Hérault
- Toucher de nouveaux clients

11 Newsletter Pays Cœur d'Hérault à destination du bassin de vie créées en 3 ans

Newsletter Pays Cœur Hérault- Bassin de Vie (010421)
<https://fr.info.herault-tourisme.com/07%3D093-2139-4984-fd7434df-4748>

Prospects	TOTAL
Nombre de destinataires	22 877
Taux d'ouverture	50,8% (11 615)
Taux de réactivité	14,8% (1 720)
Taux de désabonnement	0,2%

Résultats très positifs pour cette newsletter bassin de vie malgré le contexte et confirmé à avoir plus de 50,2% de taux d'ouvertures soit plus de 11 615 consultations. La réactivité sur les contenus est bonne à presque 15% (1 720 clics générés). A noter les bonnes performances de la vidéo de libère, carte de l'offre séjour et le jeu qui témoignent des attentes de découvertes et envie d'illustrer de la part des cœursiens.

225k destinataires en 3 ans
51% taux d'ouverture moyen

21 Facebook Ads réalisées en 3 ans
Booster événements, APN, activités post-confinement

388k personnes touchées en 3 ans

Languedoc Cœur d'Hérault
 Sponsorisé

Découvrez 15 fascinantes expériences dans nos vignobles à l'heure de l'été indien !

LANGUEDOC-COEUR-HERAULT.FR
Fascinant Week-end en Languedoc, Cœur d'Hérault En savoir plus

J'aime Commenter Partager

5 Newsletter Pays Cœur d'Hérault à destination de la France créées en 2019

40k destinataires
27% taux d'ouverture moyen

→ pas réitérées pour les années suivantes (insatisfaisant)

1 Campagne webmarketing 4 séjours à gagner en Cœur d'Hérault sous forme de jeu concours (2021)
24k Visites engendrées sur le site

Plaisirs d'Hérault
 Publié par David Queffelec le 2 juin à 11:10

Les Offices de Tourisme du Clermontais, du Lodévois & Larzac et de la Vallée de l'Hérault vous offrent un séjour d'exception pour 2 personnes !

HERAULT-TOURISME.COM
Gagnez une escapade pour 2 en Cœur d'Hérault - Tourisme En savoir plus

217 53 commentaires 46 partages

PROMOTION & COMMUNICATION

Plan Marketing en partenariat avec Hérault Tourisme

Terre de Vins

1 Hors-série Terre de Vins
Spécial « *œnotourisme dans l'Hérault* » Avril 2020

➔ Partenariat entre Hérault Tourisme et **6 destinations V&D de l'Hérault**

6 vigneron interviewés en Languedoc, Cœur d'Hérault (sur 30 au total)

 **10k** abonnés ont reçu leur numéro
+ ventes en kiosque

HÉRAULT | LANGUEDOC CŒUR D'HÉRAULT



Languedoc Cœur d'Hérault...
Il bat pour l'excellence

SITUÉE AU CENTRE DE L'HÉRAULT, CETTE DESTINATION EST À LA FOIS MONTAGNE, VALLEÉ, CAMPAGNE, ET S'OFFRE COMME UN KALEIDOSCOPE DE CULTURES, DE PAYSAGES, DE PATRIMOINE BÂTI, DE FEMMES ET D'HOMMES PASSIONNÉS ET PASSIONNANTS...
Par Dominique Horns - Photographies Emmanuel Penth

Du pas de l'Escalotte, permettant d'accéder au plateau du Larzac, à la bucolique vallée de l'Hérault, la douceur de vivre s'apprivoise au rythme de ses vignobles, de ses grands sites tels les impressionnants cirques de Narbonne et de Moutiers, de ses abbayes romanes comme l'emblématique ensemble de Saint-Guilhem-le-Désert ou encore l'incroyable lac du Salagou, où eau et terres rouges créent un paysage digne du fauvisme. En ces terres, la vigne appartient à l'histoire, et nul ne saurait imaginer vivre sans elle. C'est dans l'Antiquité qu'elle trouve ses racines, et, si les aléas du temps ont quelquefois ostré contre elle, tel le Phénix, elle a su renaitre de ses cendres. Une renaissance où l'excellence s'est donnée pour mission de s'imposer envers et contre tout ! Mission accomplie. Les appellations du terroir, Terrasses-du-Larzac, Clairette-du-Languedoc, Languedoc-Cabrières, Languedoc-Grès-de-Montpellier, Languedoc-Montpeyroux, Languedoc-Pézomas, Languedoc-Saint-Sauveur et les indications géographiques protégées Saint-Guilhem-le-Désert, Pays-d'Hérault, Pays-d'Oc ne cessent de faire parler d'elles, avec des nectars qui portent haut et loin l'étendard de la réussite et de l'écoresponsabilité. Filières sous la bannière Vignobles & Découvertes, quelque 100 professionnels, hôteliers, restaurateurs, grands sites, producteurs de gourmandises et vigneron jouent à fond cette carte environnementale nécessaire pour assurer un véritable avenir à ce pays de cocagne ! ■

6 | 



Bilan 2019-2021

PROMOTION & COMMUNICATION

Partenariat avec le blog « Sucré, salé en Languedoc »

<http://sucré-salé-en-languedoc.fr>

Mathilde Bavoillot

Ancienne attachée de presse à
Hérault Tourisme



1,6k abonnés sur
Facebook



Blog dédié aux
coups de cœur
gastronomiques
et vignerons

1

Rubrique

Spéciale Vignobles &
Découvertes



20

professionnels

V&D interviewés
13 vignerons
7 restaurateurs

Sucré Salé en Languedoc, mais pas que...
D'ici et d'ailleurs

Accueil / Vignobles & Découvertes * / Sucré / Salé / Bonnes adresses * / Mes recettes / Pas que... / Me contacter

SUIVEZ MOI SUR FACEBOOK

SUIVEZ L'ACTUALITÉ DU BLOG !

E-mail *

Prénom

1 Le Domaine de Ferrussac, à la rencontre d'un éleveur-vigneron.

C'est une visite que j'avais programmée depuis un moment et puis... Le Domaine de Ferrussac sur le Larzac méridional m'a toujours donné comme une envie de n'y arrêter. J'y suis passée souvent lorsque je randonnais sur la Séranne, par cette jolie route qui offre tellement de trésors...

A deux pas l'église romane d'Astros, puis un peu plus loin des dolmens, menhirs et lavognes avant d'arriver au hameau du Coulet resté authentique.

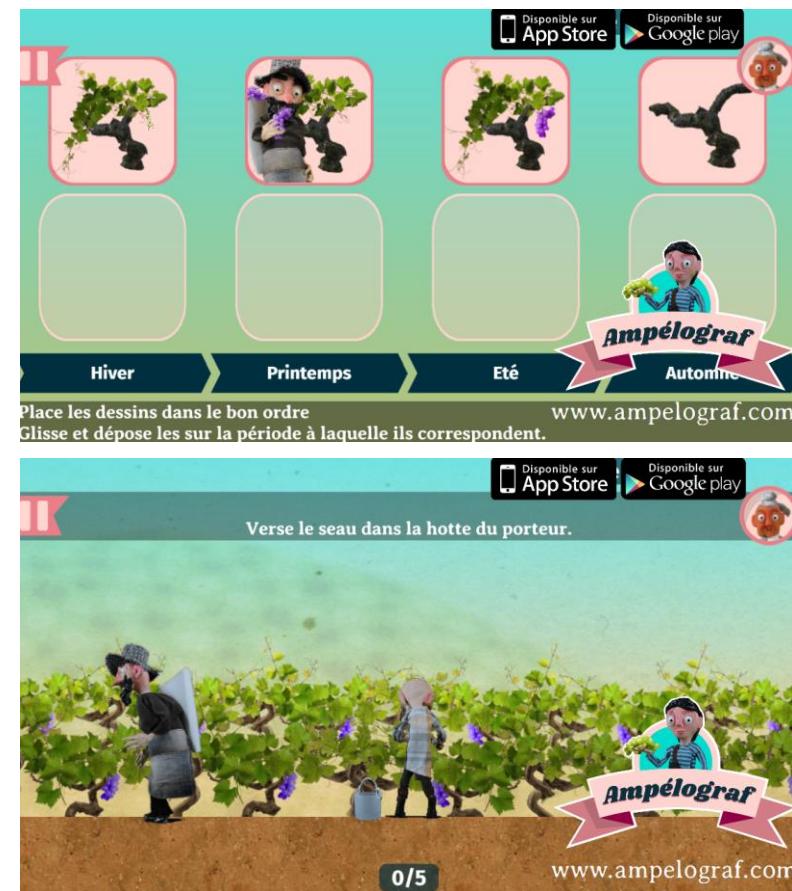
PROMOTION & COMMUNICATION

Test de l'application « Ampélograf »

1 jeu éducatif
*pour découvrir la
vigne en s'amusant*

100 passeports
commandés
début 2020

➔ **Test non concluant**
Clientèles pas intéressées



PROMOTION & COMMUNICATION

De nouveaux outils de communication créés



1000 drop stop



250 ice-bags



2000 Sacs porte-bouteille

PROMOTION & COMMUNICATION

Développement de l'oenotourisme à vélo



2020

Travail sur le développement du cyclotourisme en Cœur d'Hérault

en collaboration avec l'Université d'Avignon

- Réalisation d'un diagnostic
- Orientation stratégiques et fiches actions

1 Valorisation du chaucidou créé par le Département de l'Hérault dans le Magazine Terres de vin *Mars 2021*

Entre Gignac et Aniane, vers les domaines viticoles, circuit de 5km qui peut être relié avec la voie cyclable vers le Pont du Diable

→ Projet de commercialisation de cette offre, en partenariat avec l'OTI



PROMOTION & COMMUNICATION

Carte route des vins

1 Carte « Languedoc, Cœur d'Hérault sur la route des vins »

En cours de finalisation



Partenariat avec **Hérault Tourisme** et les **Syndicats d'appellations viticoles**

3 Circuits en voiture

1 Circuit en itinérance douce

Nos atouts valorisés :



AOC-AOP du territoire



Patrimoine paysager, architectural et viticole



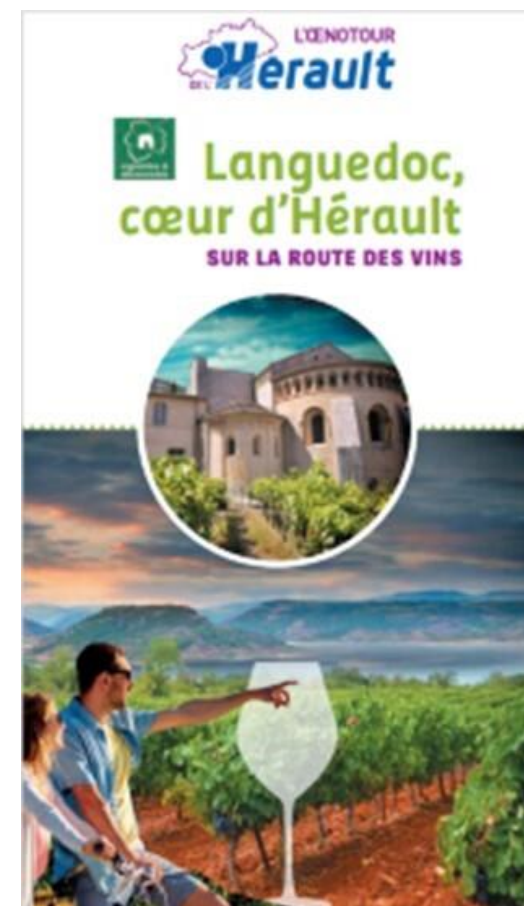
Labellisés V&D



3 Grands sites



Itinérance douce, notamment les oenorandos



PROMOTION & COMMUNICATION

Représentation de la destination sur des salons & foires



23 FEVRIER > 3 MARS 2019



6 juin 2019 (Montpellier)



26-29 septembre 2019 (Montpellier)

PROMOTION & COMMUNICATION

Parution dans la presse

1 publication payante dans Vign'ette Juillet 2019

Mensuel gratuit spécialisé sur l'actualité du vin

10k exemplaires distribués chez les cavistes, bars à vins et OT



aux alentours de Montpellier

4 labellisés interviewés en Languedoc, Cœur d'Hérault

Vign'ette

Laifo à consommer sans modération

OENOTOURISME
Une destination « Coups de cœurs »
L'œnotourisme s'appuie sur une offre d'excellence en termes de prestations : activités sportives et de pleine nature, sites patrimoniaux naturels... P.5

INFOS PRATIQUES
Comment garder son vin frais l'été ?
Alors que tout le monde parle de températures caniculaires, une question reste en suspens... P.8

FRONTIGNAN
Mon muscat et moi
Wikimuscats dévoile les premiers résultats du grand inventaire participatif des muscats de Frontignan... P.9

OENOTOURISME
La région mise sur l'Occitanité !

Le Comité Régional du Tourisme Occitanie Sud de France a initié, depuis plusieurs mois, une grande concertation auprès des professionnels du tourisme des secteurs publics et privés de la Région. L'objectif : fédérer tous les acteurs du secteur autour d'un projet commun et ambitieux affiché par la présidente de Région, Carole Delga : installer l'Occitanie dans le top 10 des Régions... P.3

MONTEPELLIER HÉRAULT

N°21 - JUILLET 2019

Languedoc, Cœur d'Hérault : une destination remarquée et remarquable

Chaque mois retrouvez dans Vign'ette votre

AGENDA DES SORTIES : JUILLET

Les meilleures sorties #viticultrices sont en page 12



4 OENOTOURISME N°21 - JUILLET 2019

Languedoc, Cœur d'Hérault : une destination remarquée et remarquable

La destination Vignobles & Découvertes Languedoc Cœur d'Hérault vient tout juste d'obtenir le renouvellement de son label pour 3 ans. Explications avec Louis Villaret, président du Pays Cœur d'Hérault.



Vous venez d'obtenir pour 3 ans le renouvellement du label Vignobles & Découvertes. Pourquoi est-ce si important pour la destination Languedoc Cœur d'Hérault ?

Depuis l'obtention du label en 2015, nous avons beaucoup travaillé sur l'animation et la structuration du réseau (près de 40% d'augmentation du nombre de labellisés en 3 ans), la professionnalisation des acteurs et les outils de promotion de la destination.

Ce renouvellement vient récompenser l'engagement des professionnels et permet à la destination Languedoc, Cœur d'Hérault de s'ancre au niveau national au côté des 70 destinations labellisées.

La destination Languedoc, Cœur d'Hérault est régulièrement citée comme exemple par les fondateurs du Label Vignobles et Découvertes. Pour quelles raisons fait-elle référence en particulier ?

Nous ne le saurons pas, c'est une bonne nouvelle pour nous ! Mais en tout cas, lors de notre oral de renouvellement à Paris, le jury a salué le dynamisme de la destination et le travail de structuration et de promotion autour du label. Il est clair qu'il a été pour nous un vrai outil de structuration et que nous concentrons nos actions uniquement sur les professionnels labellisés. C'est un vrai pari pris qui nous permet de travailler de façon plus qualitative.

Le jury a d'ailleurs été très surpris de voir que notre site internet était entièrement consacré à la promotion des professionnels labellisés : nous sommes apparemment une des seules destinations en France à le faire !

Quels sont les projets et les priorités pour les trois prochaines années ?

D'un point de vue stratégique, nous souhaitons conforter le positionnement « slow » de la destination, en s'appuyant sur 4 thématiques identitaires : les paysages, le patrimoine, les activités de pleine nature et la culture.

Deux enjeux constituent le fil rouge du programme d'actions : développer le numérique et promouvoir la consommation responsable.

27 actions sont ainsi prévues sur les trois prochaines années à travers 3 axes : l'animation du réseau, la promotion et la communication, l'accueil client et la démarche projets. En outre, nous allons notamment travailler sur la commercialisation et développer des actions en lien avec la culture et l'œnotourisme à vélo. ■

Bilan des trois années de labellisation

En trois ans de labellisation, la destination Languedoc Cœur d'Hérault a mis en place de nombreuses actions d'animation, de promotion et de professionnalisation de son territoire.

Un dispositif d'animation du réseau

La destination Languedoc Cœur d'Hérault propose un dispositif d'accompagnement des prestataires vers la professionnalisation de l'accueil et la mise en conformité vis-à-vis des exigences de la démarche, avec par exemple : une formation de l'accueil en anglais pour les cavistes, un accompagnement des restaurateurs par un sommelier-consultant (cartes des vins, accords mets et vins, événements...), la traduction des menus et des cartes dans tous les restaurants labellisés, un atelier « Savoir raconter le territoire » ou encore un atelier « Savoir déguster ».

Un dispositif de communication

L'animation et la promotion de la destination sont assurées à travers un programme d'actions variées, destinées



aux professionnels, telles qu'un atelier de rencontre entre vigneron et restaurateur ainsi que des journées de rencontre et d'échange entre professionnels labellisés et des éducateurs. L'objectif : faire naître de nouvelles idées et valoriser l'existant.

Le programme inclut également des actions visant à développer, à travers une communication

ciblée, la notoriété de la destination. Des opérations marketing sont ainsi programmées chaque année, en partenariat avec Hérault Tourisme. La destination a également créé un site internet dédié en 2 langues (www.languedoc-coeur-herault.fr), mis en place une page Facebook et Instagram, ainsi que deux guides de l'ambassadeur (guide des bonnes pratiques).

Ce positionnement stratégique comprend, en outre, des événements permettant de valoriser la destination, tels que « Cœur de France en Languedoc, Cœur d'Hérault », organisés les 22, 23 et 24 mars 2019.

Un dispositif d'évaluation

Enfin, le positionnement d'excellence de la destination implique depuis trois ans, la mise en œuvre d'outils d'analyse de la satisfaction clients et d'évaluation des actions réalisées afin d'analyser les points d'amélioration. ■



Bilan 2019-2021

PROMOTION & COMMUNICATION

Partenariat avec le Concours des vins de la Vallée de l'Hérault

1 accueil influenceur
Wine Poetry
spécialisé vin 🍷

10,3k abonnés sur
Instagram

➡ **Juré au Concours** les
20-21 mai 2021

**Organisation d'un
séjour découverte
du territoire et de
l'offre V&D**

8 professionnels V&D
l'ont accueilli

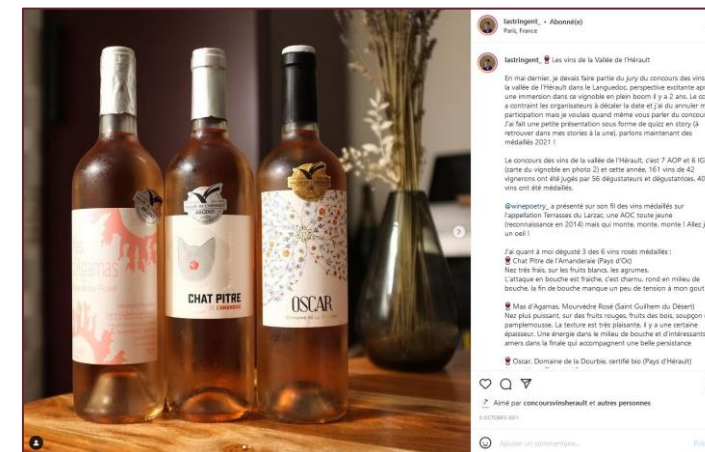


1 publication Instagram
3,8k personnes touchées

+ **1** live Instagram
2,1k personnes touchées

1 article blog
164 lectures

+ Envoi **3** cuvées médaillées
à l'influenceur **L'Astringent**



1 publication Instagram
1,5k personnes touchées

9k abonnés sur
Instagram

+ **16** Stories Instagram

Bilan 2019-2021

PROMOTION & COMMUNICATION

Partenariat avec le Concours des vins de la Vallée de l'Hérault

1 Hors-Série Vign'ette consacré à la destination
Mensuel gratuit spécialisé sur l'actualité du vin

9k exemplaires
aux alentours de Montpellier

9 labellisés interviewés
en Languedoc, Cœur d'Hérault



Juillet 2021



3 articles web 180°C
sur les pros V&D
revue culture food
Sept - déc 2021



1 jeu concours sur le site
Terre de Vins

Mensuel national sur le vin

1 séjour oenotouristique
pour 2 lors du Fascinant
Week-End

7,7k participants

Bilan 2019-2021

PROMOTION & COMMUNICATION

Le Comporte, le sac à dos vigneron

1 **Projet collaboratif**
Coopération Leader
entre 4 destinations V&D



1 **Projet créatif, éthique et durable**

Entièrement imaginé forme, ergonomie, matières du sac et son contenu.

Démarche responsable, privilégiant les artisans locaux, les matières recyclées et écologiques. Fabriqué par l'atelier d'insertion à Montpellier.

Un sac unique, portant le prénom d'un(e) vigneron(ne) sur la pochette réalisée à partir de leurs vêtements de travail.

16 ambassadeurs
proposent le sac en LCH

34 Sacs à dos
distribués en LCH

1 **Projet innovant et ludique**

Pensé pour les familles, divisé en 2 parties :

l'Amusette, la besace pour enfant pour découvrir la nature et mobiliser tous ses sens

le sac à dos, pour les parents : dédié au vin et à la dégustation



Le concept :

découvrir en famille les vignobles de manière ludique en empruntant le sac **gratuitement** chez les professionnels **ambassadeurs V&D**



PROMOTION & COMMUNICATION

Événementiels – Goût de France 2019

3 jours de festivités
22-24 mars 2019

30 activités
proposées

27 professionnels
mobilisés

1K visiteurs sur
le weekend



Communication déployées :

16 articles
de presse

3 interviews
radio

4k flyers
distribués

+ **5k** programmes
tirés

1 reportage photos
durant l'évènement

3 Facebook Ads
51,5k personnes
atteintes

120 publications
Facebook
650 partages



PROMOTION & COMMUNICATION

Evènementiels – Fascinant Week-End 2020

4 jours de festivités
15-18 oct 2020

27 animations
proposées

17 maintenues
10 annulées

230 participants
sur le weekend
Principalement locaux



Participation moindre que Goût de France 2019 en raison du contexte sanitaire (jauges limitées, couvre-feu, climat anxigène et incertain)

Les points positifs :

 Communication
100% digitale

 Mise en réseau des
membres V&D –
création d'animations
communes

 Météo favorable

 Belles retombées
dans les médias
locaux

1 accueil influenceuse
DRINKxEAT

Spécialisée **food & vin** 

Organisation d'un **séjour découverte** du
territoire auprès de **10 professionnels V&D**

3 publications Instagram

 **+9k** personnes
touchées
+ stories Instagram en Une

1 article
blog 

 **1** reportage photos
durant l'évènement




PROMOTION & COMMUNICATION

Evènementiels – Fascinant Week-End 2021 *14-17 octobre 2021*

- 4** jours de festivités
- 24** animations proposées
- 13** maintenues 11 annulées
- 18** professionnels mobilisés



208 participants sur le weekend  **Principalement locaux**

Participation moindre que l'édition 2020 peut s'expliquer de 2 manières (année difficile pour les vignerons, projection incertaine compte tenu de la situation sanitaire et par apport à l'expérience de l'année précédente)

Les points positifs :

 **Communication 100% digitale**

 **Mise en réseau des membres V&D – création d'animations communes**

 **Météo favorable**

 **reportage photos durant l'évènement**

2 jeux concours
1 séjour oenotouristique pour 2 personnes en Languedoc, Cœur d'Hérault durant le FWE

1 Conférence de presse
3 articles presse + **1** interview radio



Bilan 2019-2021

PROMOTION & COMMUNICATION

Évènementiels – consommation responsable

1 partenariat avec le
Département de l'Hérault

2 évènements 2021
fournis gratuitement

1,3k éthylotests distribués



Dégustation - Vente de vins // Restauration produits locaux
Ambiance musicale avec le groupe « Coosie »



WWW.VINS-VALLEE-HERAULT.FR



L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ, A CONSOMMER AVEC MODÉRATION

RÉCAPITULATIF ÉVALUATION 2019-2021



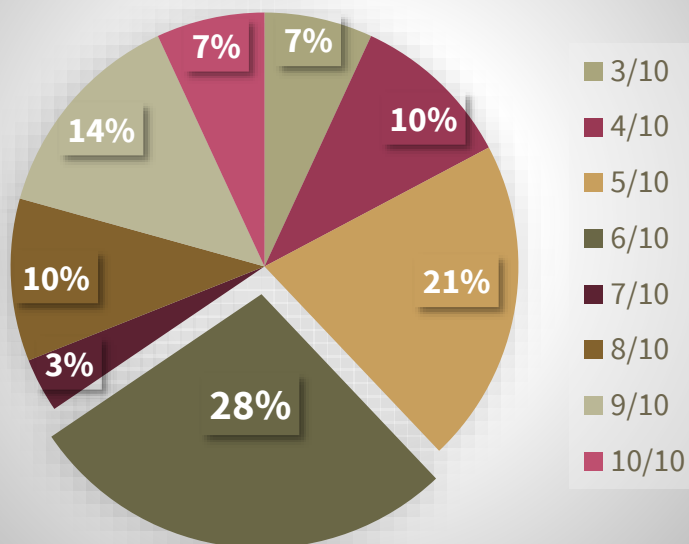
LANGUEDOC
COEUR
D'HÉRAULT

EVALUATION DES ACTIONS

Promotion & Communication

La promotion du label, une obligation pour les détenteurs de la marque

Satisfaction globale



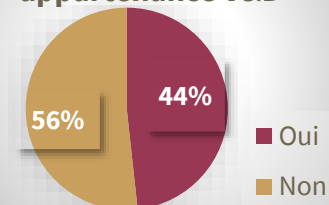
➔ **6,5 /10**

pour la notoriété du label
en moyenne

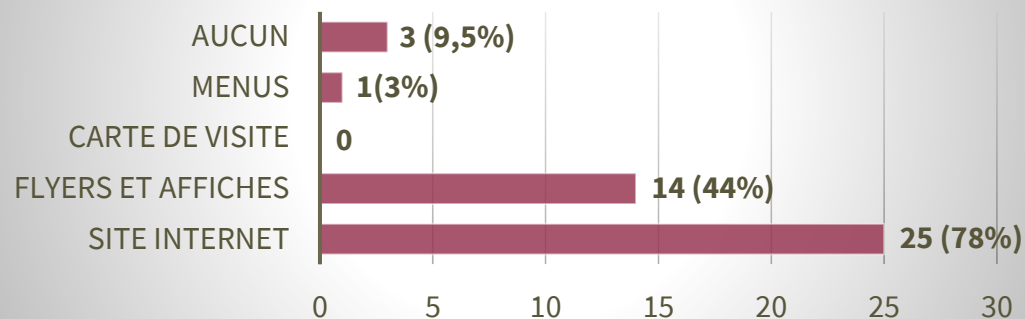


91% pros ont apposé la plaque V&D à l'entrée de leur établissement

Communication appartenance V&D



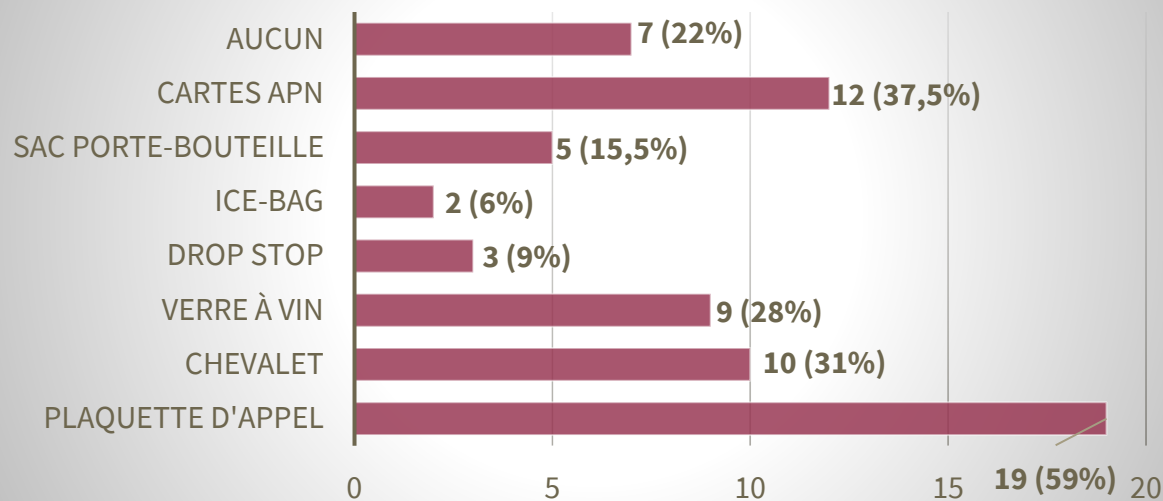
Figuration du logo V&D sur supports de communication



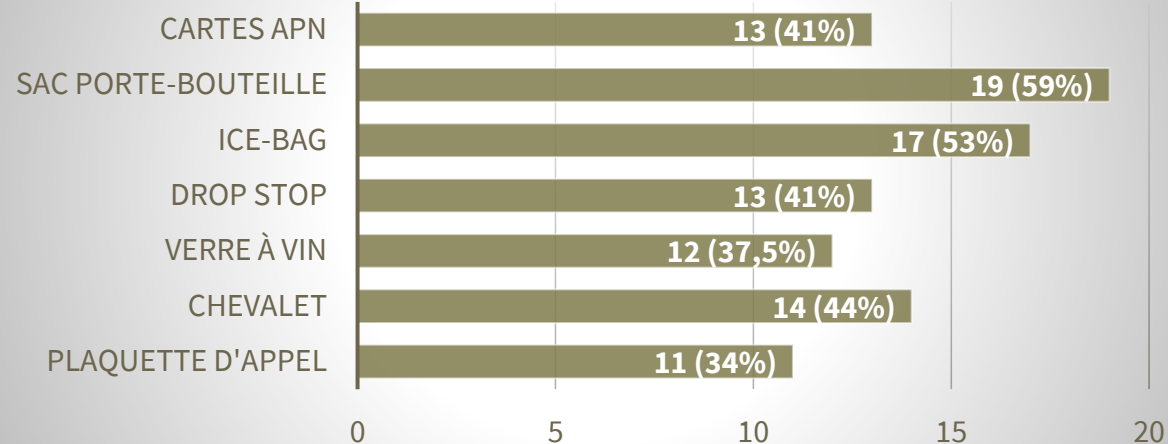
EVALUATION DES ACTIONS

Les supports de communication V&D

Possession des outils V&D



Non-connaissance des supports V&D



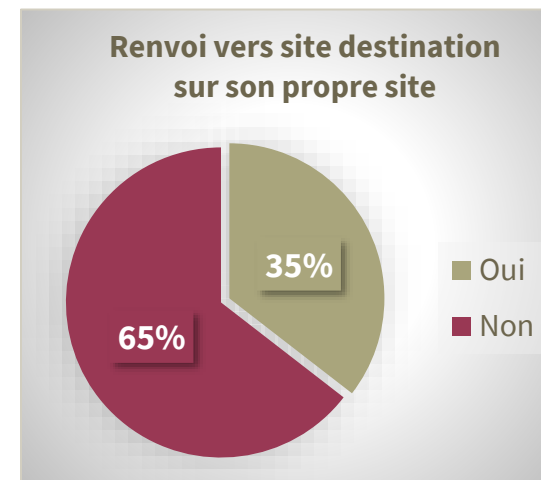
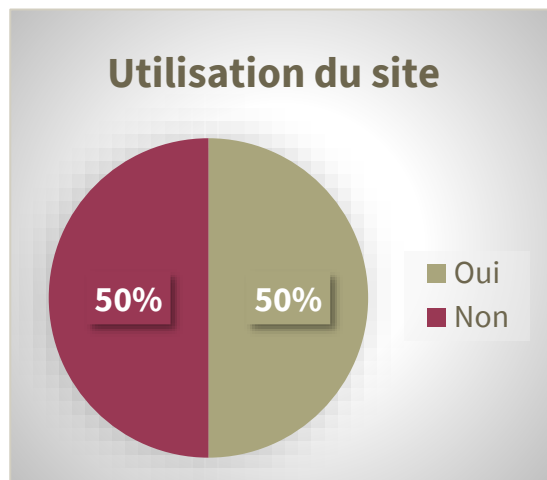
78% pros possèdent
au moins 1 outils de communication

EVALUATION DES ACTIONS

Le site Internet

100% pros connaissent
le site languedoc-coeur-herault.fr

MAIS

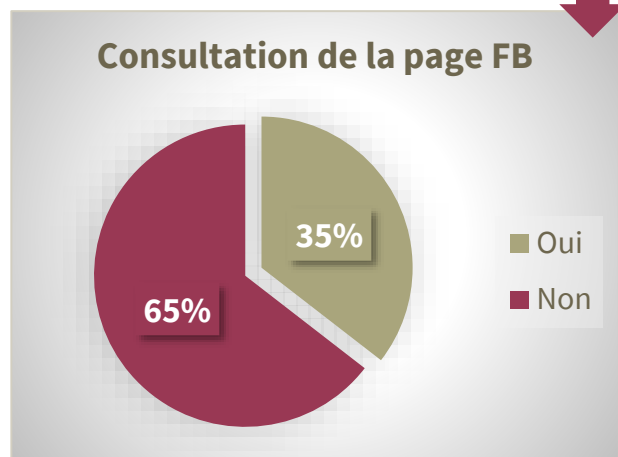


EVALUATION DES ACTIONS

Les réseaux sociaux

 **Page Facebook**
Languedoc, Cœur d'Hérault

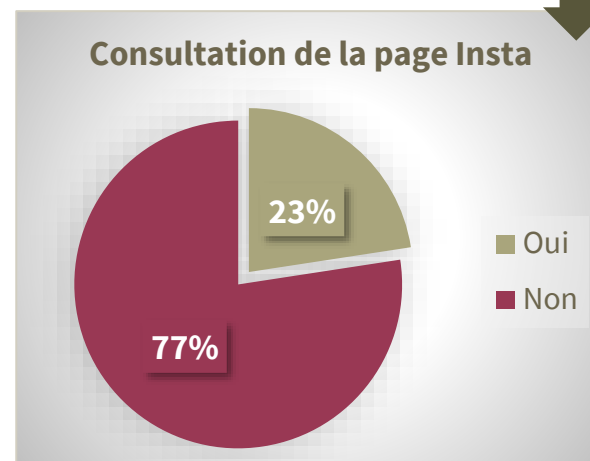
84% pros sont abonnés
à la page FB



1684 abonnés

 **Page Instagram**
@languedoccoeurdherault

34% pros sont abonnés
à la page Insta



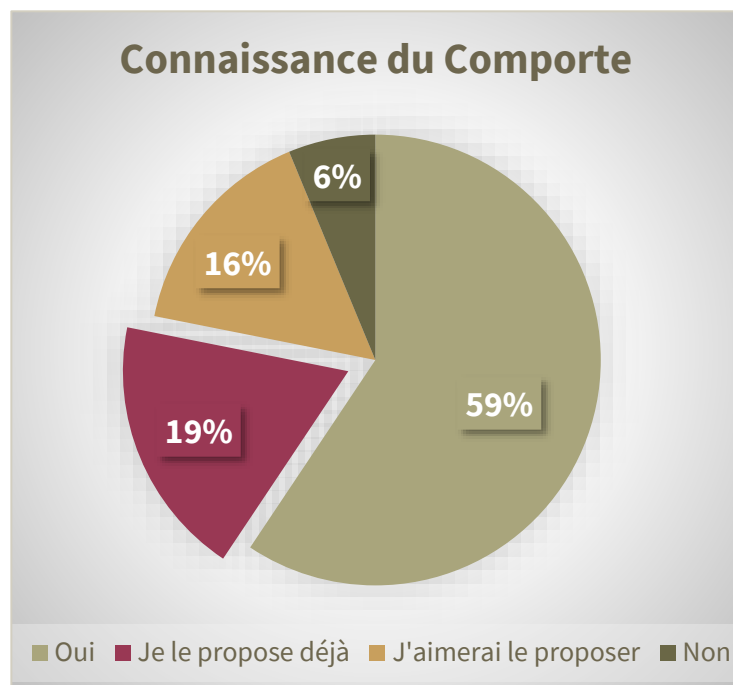
2050 abonnés

EVALUATION DES ACTIONS

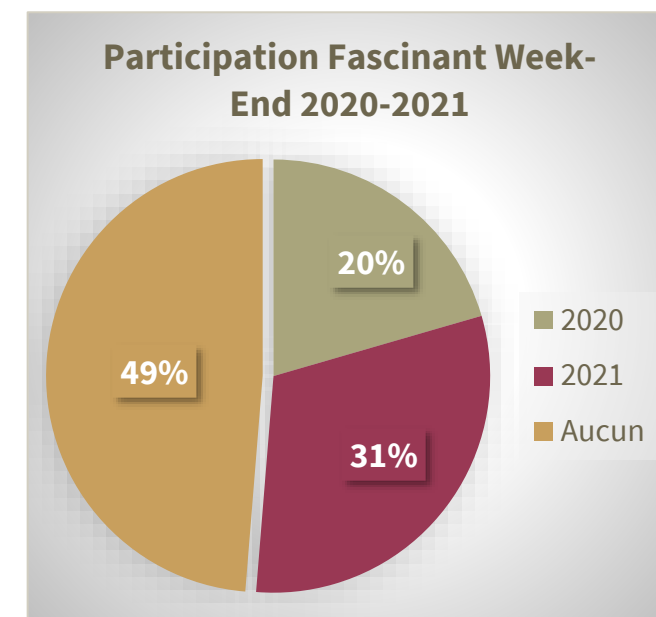
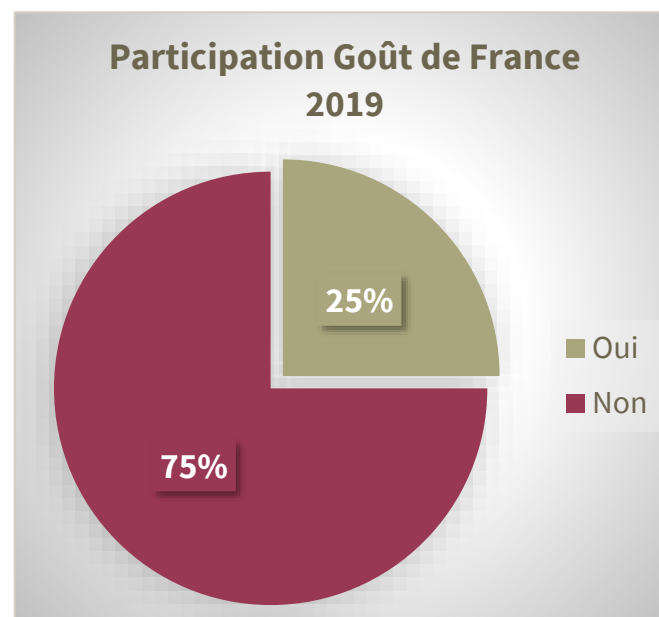
L'évènementiel

L'animation V&D à l'année :

Le Comporte, l'aventure est dans le sac



L'évènement emblématique V&D annuel



faible engagement dans les évènements

EVALUATION DES ACTIONS

L'évènementiel

APPORTS DU RÉSEAU



PROPOSITIONS FUTURES ACTIONS

- Fascinant Week-End
- Evènement estival
- Evènements tout au long de l'année
- Carte interactive avec toutes les structures
- Lien avec les sites culturels
- Réflexion commune avec autres structures

POURSUITE DE LA DEMARCHE

 **100%** répondants
souhaitent poursuivre
leur adhésion au label

ATTENTES PRINCIPALES

- Plus de visibilité et de communication
- Notoriété du label
- Promotion des activités de chacun
- Création objets promotionnels V&D
- Organisation évènements par V&D
- Actions communes, partenariats, synergie
- Création carte exhaustive + circuits mobilités douces