



**LANGUEDOC  
CŒUR  
D'HÉRAULT**

# BILAN DES ACTIONS

## 2019-2021



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



# SOMMAIRE

**1 - Animation du réseau**

**2 - Promotion & Communication**

**3 – Structuration & Stratégie**



**LANGUEDOC  
COEUR  
D'HÉRAULT**

# ANIMATION DU RÉSEAU



LANGUEDOC  
COEUR  
D'HÉRAULT

# ANIMATION

## Gouvernance de la mission

**10** Comités de direction

avec les OT

**10** Comités techniques

avec les OT

**1** Rencontres du label

17/06/2019 au  
Domaine de la  
Dourbie

**2** Commissions  
Tourisme

01/2020 au Château  
Bas d'Aumelas - 33  
*participants*

05/2021 en visio - 43  
*participants*

**1** Webinaire de  
présentation label

avec les OTI



### Contexte COVID-19

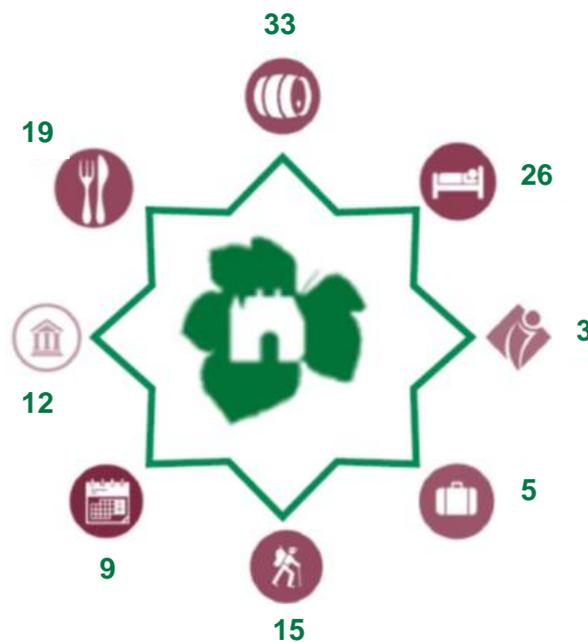
Compte tenu de la crise sanitaire, les temps forts de rassemblement entre membres du réseau n'ont pu être maintenus durant les années 2020 et 2021.

### Adaptation → soutien des pros à travers :

- Création rubriques dédiées aux aides sur site Internet
- Animation du groupe privé FB
- Visite aux nouveaux membres (14 visites)

# ANIMATION

## Evolution des partenaires au cours des 3 années



Répartition des professionnels labellisés par filière en 2021

2018	2019	2020	2021	Evolution 2018-2021
34 caveaux	33 caveaux	36 caveaux	33 caveaux	-2,94%
18 restaurants	14 restaurants	17 restaurants	19 restaurants	+5,55%
24 hébergements	24 hébergements	28 hébergements	26 hébergements	+8,33%
12 sites patrimoniaux	12 sites patrimoniaux	12 sites patrimoniaux	12 sites patrimoniaux	=
11 prestataires d'activités	12 prestataires d'activités	13 prestataires d'activités	15 prestataires d'activités	+36,36 %
2 offices de tourisme	3 offices de tourisme	3 offices de tourisme	3 offices de tourisme	+50 %
5 agences réceptives	6 agences réceptives	6 agences réceptives	5 agences réceptives	=
8 événements	8 événements	11 événements	9 événements	+12,50 %
<b>114 LABELLISES</b>	<b>112 LABELLISES</b>	<b>126 LABELLISES</b>	<b>122 LABELLISES</b>	<b>+7,02 %</b>

# ANIMATION

## Les educteurs

**3** educteurs sur le territoire



**1 programme de visites :** 1 hébergement + 1 site + 1 restaurateur + 1 découverte de vins

**Objectifs :** mieux connaître l'offre au sein même du réseau & se rencontrer



**1** à la découverte de la Vallée de l'Hérault

21/10/2019 - 18 participants

**1** à la découverte du Lodévois & Larzac

28/10/2019 - 21 participants

**1** à la découverte du Clermontais

04/11/2019 - 24 participants



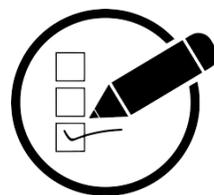
# ANIMATION

## Les educteurs

+60 participants

Caveaux	6
Hébergements	10
Restaurants—bars à vins	0
Sites patrimoniaux	4
Offices de Tourisme	9
Structures réceptives	3
Prestataires d'activité	2
Autres	2
<b>TOTAL de structures participantes sur les trois journées (pour une soixantaine de participants)</b>	<b>36</b>

3 Questionnaires de satisfaction



- Organisation, rythme, diversité et choix des visites
- Rencontre avec les professionnels du label
- Découverte des lieux, activités et participants très enrichissante
- Ambiance et convivialité



- Problème de disponibilité toute la journée
- Peu de vigneron
- Aucun restaurateur (*en dehors des hôtes*)

# ANIMATION

## La lettre numérique

**28** newsletters  
envoyées  
en 3 ans

**37%** taux d'ouverture  
moyen

**217** inscrits

- 2020 : la lettre devient mensuelle
- 2021 : nouveau format → 4 rubriques + structurées



#34

Janvier 2022

View this email in your browser



### Bonne année !

Nous adressons à chacun d'entre vous nos meilleurs vœux pour cette nouvelle année, qui nous l'espérons sera plus douce que les deux précédentes. Pour 2022, nous souhaitons pouvoir affirmer notre engagement pour un oenotourisme plus durable et avoir tout relancer les moments de rencontre et de partage qui sont chers à la vie du réseau !

Nous vous proposons en cliquant sur le lien ci-dessous une rétrospective 2021 des actions clés de la destination Languedoc, Cœur d'Hérault, mois par mois :

[Voir la rétrospective 2021](#)



### L'INTERVIEW DU MOIS

Roman Guibert du Mas de Daumas Gassac

Ce mois-ci, c'est Roman Guibert, directeur du Mas de Daumas Gassac, situé sur les hauteurs d'Aniane, qui nous présente sa cuvée "Rosé Frizant", inspirée lors d'une escapade italienne... Ce millésime effervescent enchante votre hiver !

[Lire l'interview](#)

- 4 rubriques :
- la Une
  - l'interview du mois
  - 4 articles sur l'actualité
  - le Zoom



### L'AIDE

Fonds solidarité gel 2021

À la suite de l'épisode exceptionnel de Gel des 7 et 8 avril derniers, le Département et la Chambre d'agriculture de l'Hérault ont mis en place un Fonds de solidarité, avec le soutien des collectivités territoriales, afin d'aider les filières arboricoles et viticoles particulièrement impactées.

Cette procédure concerne les caves particulières et les caves coopératives. Vous avez jusqu'au 14 janvier 2022 pour remplir votre dossier en ligne.

Voire contact :

[maeva.durpaire@herault.chamberagri.fr](mailto:maeva.durpaire@herault.chamberagri.fr)

[Accéder au dispositif](#)



### LE DISPOSITIF

Évolution du Pass Agrivalorisation

Depuis le début de la crise sanitaire, la Région Occitanie s'est mobilisée pour venir en aide prioritairement à ceux qui en avaient le plus besoin avec différents dispositifs d'aides. Dans ce contexte, et afin de continuer à soutenir l'économie régionale, les Pass et Contrat Agrivalorisation et Agritourisme font l'objet de plusieurs ajustements en 2022. Désormais, ils ne formeront plus qu'un seul "Pass Agrivalorisation et Accueil à la Ferme".

En tant que viticulteur, vous pouvez être accompagné sur des dépenses stratégiques de valorisation et sur des dépenses d'oenotourisme hors commercialisation.



### LES FORMATIONS

Programme des Vignerons Indépendants

Les Vignerons Indépendants de l'Hérault proposent à leurs adhérents un nouveau programme de formations pour le 1er trimestre 2022, sur diverses thématiques (Juridique, MVE, Communication, Oenotourisme, etc.). Ces formations sont ouvertes à tous les vignerons indépendants adhérents ou non au syndicat.

Les contenus détaillés et bulletins d'inscription sont sur demande en fonction de votre statut (exploitant ou salarié) auprès d'Anne Bérué.

Voire contact : [aberieu@vigneronsindépendants34.com](mailto:aberieu@vigneronsindépendants34.com)

[Télécharger le programme](#)



### L'APPEL A PROJET

Vous avez une idée innovante ?

L'Oenotourisme Lab, premier Lab national dédié à l'innovation oenotouristique, lance son 3ème Appel à Projet. Il s'adresse à des start-ups, des étudiants, des entrepreneurs et des porteurs de projets innovants dans le domaine de l'oenotourisme. Les porteurs de projets retenus intégreront le programme d'incubation à partir du premier trimestre de l'année 2022, pour une durée de six mois. Ils bénéficieront d'un accompagnement sur-mesure gratuit (en présentiel ou en ligne) auprès d'experts, en termes de conseils techniques sur le développement des concepts proposés ou la recherche de financements. Vous avez jusqu'au 10 janvier 2022 pour candidater.

[Postuler](#)



### LE ZOOM

Le Comporté : quelles perspectives ?

Les 6 et 7 décembre derniers, l'équipe Tourisme du Pays Cœur d'Hérault s'est rendue en Vidourte Camargue (Gard). En cette fin d'année, l'hiver était au bilan. Après avoir dans un premier temps consacré certains ambassadeurs du sec à dos vigneron afin de faire un premier point sur leur expérience ; nous nous sommes ensuite réunis avec les destinations partenaires pour dresser le bilan du projet de coopération "Le Comporté" et aborder ses perspectives.

Nos priorités en ce début d'année, restent la communication et le lancement officiel du Comporté au mois d'avril... nous vous tiendrons informés !

[Découvrir](#)

[Retrouver les animations de la destination dans l'Agenda](#)

# PROMOTION & COMMUNICATION



 LANGUEDOC  
COEUR  
D'HÉRAULT

# PROMOTION & COMMUNICATION

## Le site internet

[www.languedoc-coeur-herault.fr](http://www.languedoc-coeur-herault.fr)

41,7k utilisateurs en 3 ans

113k pages vues en 3 ans

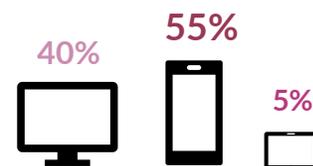
### • 2019 :

- 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

## PROFIL

 25-64 ans



 **Montpellier**  
Paris Lyon

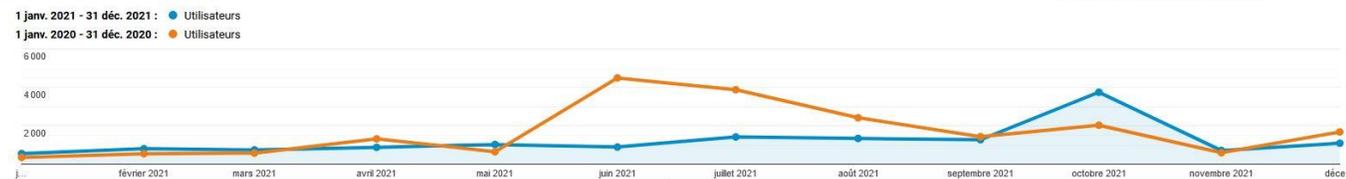
## Pages les + visitées (2021)

- 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 meilleur de la région.

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'origine 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](#)

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

Quelle histoire se cache derrière cette bouteille ?  
Créé en 2020, premier millésime de la nouvelle équipe, 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 folioles et les notes de ganjiques (Syrah/Grenache).



# PROMOTION & COMMUNICATION

## Animation des réseaux sociaux - Instagram



2050 abonnés

146 publications en 3 ans

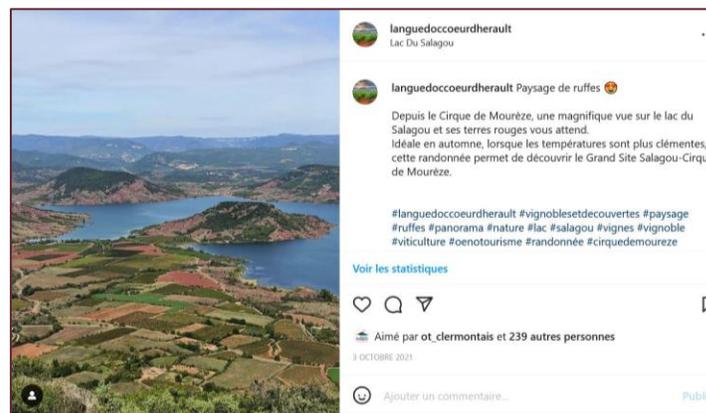
1 post/semaine en moyenne

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

# 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

**Languedoc Coeur d'Hérault**  
24 septembre 2021 · G

[EVENEMENT] ✨  
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 vignerons 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

**Languedoc Coeur d'Hérault**  
6 février 2021 · G

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 vignerons, seront ravis de vous faire découvrir leurs cuvées... 🍷🍷🍷  
Plus d'infos : <https://www.languedoc-coeur-herault.fr/ann.../mas-rene-guilhem>  
Et pour retrouver la présentation de la "Cuvée Elise" par Patrice sur notre site : <https://www.languedoc-coeur-herault.fr/la-cuvee-de-novembre...>  
#campingcar #plaisirdherault #languedoccoeurherault #domaine #vignoblesetdecouvertes #clermontherault

**Languedoc Coeur d'Hérault**  
7 août 2021 · G

[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/3Ajpcz...> Voir plus

7 964 Personnes touchées 426 Interactions 1 commentaire 42 partages

9 779 Personnes touchées 929 Interactions 5 commentaires 79 partages

4 616 Personnes touchées 521 Interactions 14 commentaires 17 partages

# 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 savoir 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 libre, carte de l'offre séjour et le jeu qui témoignent des attentes de découvertes et envie d'interaction de la part des cibles.

- 14
- 225
- 33
- 66
- 20
- 73
- 44
- 47
- 189
- 8
- 45
- 73
- 12
- 142
- 254
- 67

**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 Hérault** 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, VALLEE, 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'Escalote, 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 romaines 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 enven 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 vignerons jouent à fond cette carte environnementale nécessaire pour assurer un véritable avenir à ce pays de cocagne ! ■

6 | 



# 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.

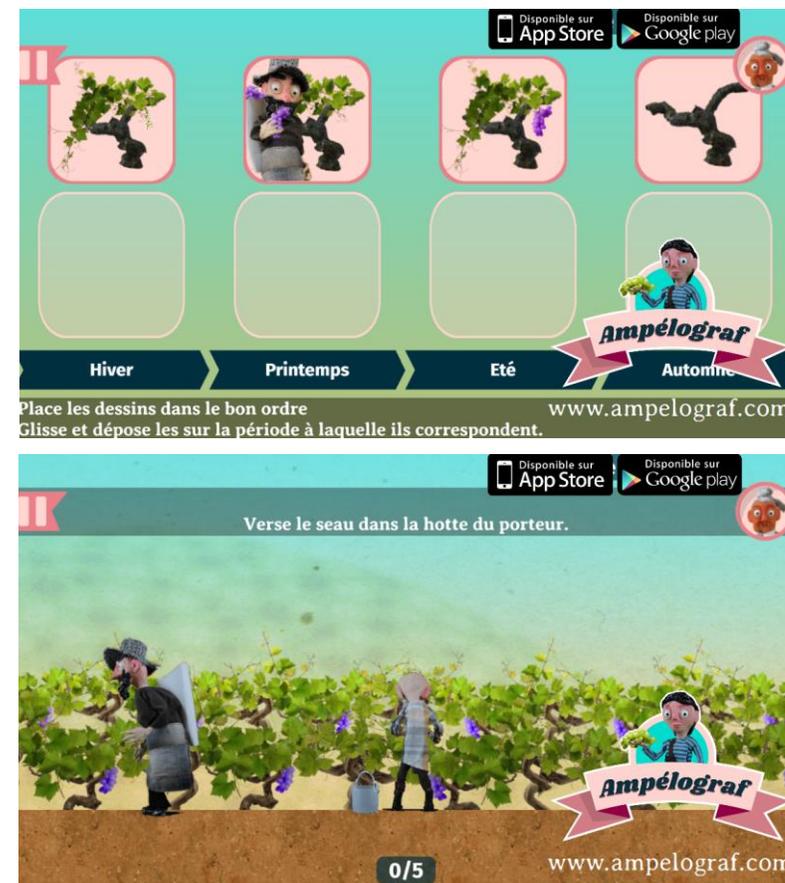
# PROMOTION & COMMUNICATION

## 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



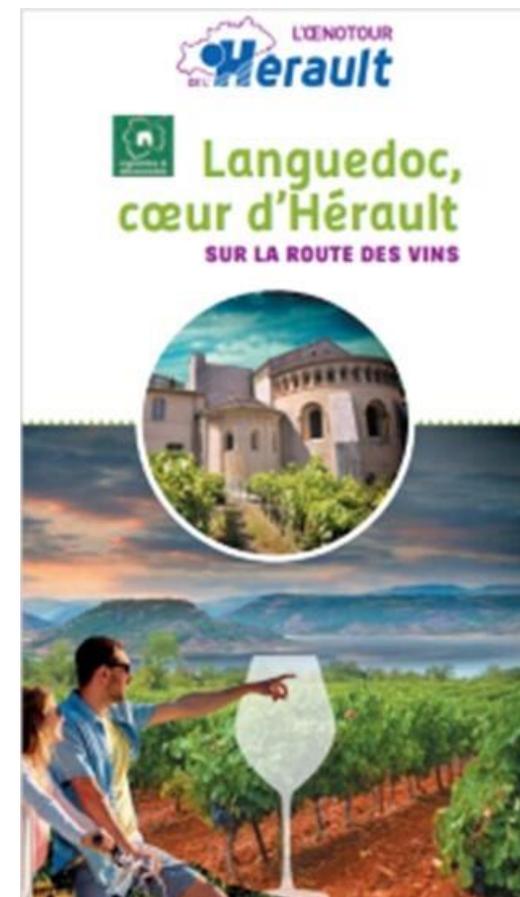
**Labellisés V&D**



**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 prestataires : 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 tempêtes caribéennes, 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**

**OENOTOURISME**  
**Un dispositif d'animation du réseau**  
L'animation et la promotion de la destination sont assurées à travers un programme d'actions variées, destinées

**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.

**Un dispositif de communication**  
Le programme inclut également des actions visant à développer, à travers une communication

Chaque mois retrouvez dans Vign'ette votre

**AGENDA DES SORTIES : JUILLET**

Les meilleures sorties #viticultrales 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 vrai 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 concrétisons 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

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



#### 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.

aux professionnels, telles qu'un atelier de rencontre entre vignerons et restaurateurs 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.

#### Un dispositif de communication

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

<b>33</b> Caves dont 3 nouvelles	<b>14</b> restaurants	<b>12</b> lieux à visiter dont 1 nouveau	<b>2</b> Grands Sites de France labellisés	<b>12</b> activités dont 1 nouvelle	<b>3</b> randonnées et 4 routes des vins dont 1 nouveau
<b>24</b> labels personnels dont 2 nouveaux	<b>1</b> Million de Tourisme dont 1 nouveau	<b>8</b> événements dont 1 nouveau	<b>8</b> événements dont 1 nouveau	<b>8</b> événements dont 1 nouveau	<b>8</b> événements dont 1 nouveau

La destination Languedoc, Cœur d'Hérault a obtenu le renouvellement de son label pour 3 ans.

# 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

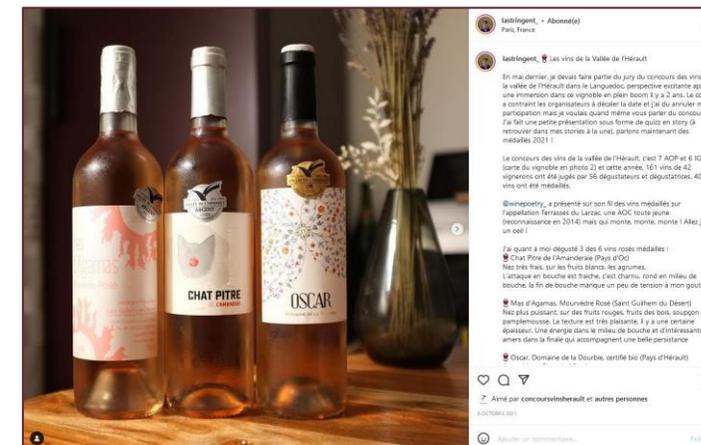


**1** publication Instagram  
**3,8k** personnes touchées

**+** **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

# 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*

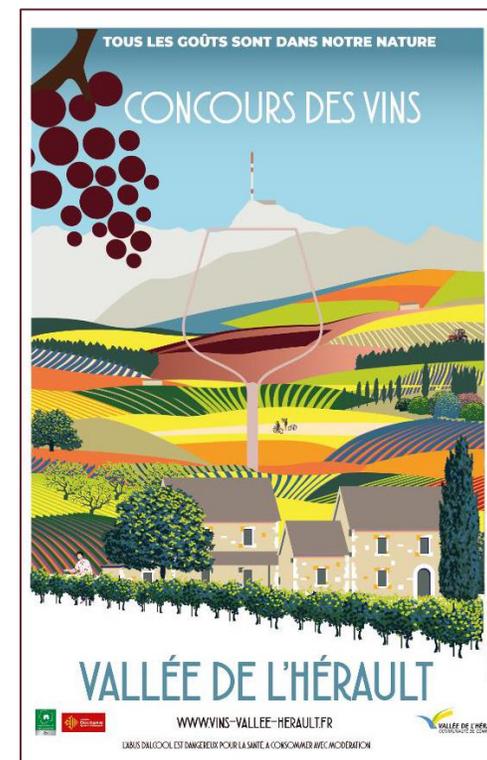
**9** labellisés interviewés  
*en Languedoc, Cœur d'Hérault*



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

# 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

## 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 œnotouristique pour 2 personnes en Languedoc, Cœur d'Hérault durant le FWE

1 Conférence de presse

3 articles presse + 1 interview radio



# 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



LE BUISSON D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ, À CONSOMMER AVEC MODÉRATION

# STRUCTURATION & STRATÉGIE



 LANGUEDOC  
COEUR  
D'HÉRAULT

# STRUCTURATION & STRATEGIE

## Vers un œnotourisme durable

### 1 Axe stratégique prioritaire de la destination

**Fonds Tourisme Durable** 2021

Plan France Relance

Appel à Manifestation d'Intérêt par l'ADEME

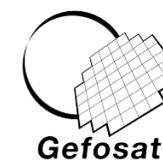
Accompagner les **hébergement touristiques** et **restaurateurs** dans leur projet de **transition écologique** en les soutenant financièrement



**5**  
**Diagnostics**  
réalisés chez des pros V&D

**1** journée de sensibilisation  
aux énergies renouvelables *Nov 2021*

*destinée aux restaurateurs et hébergeurs V&D*



réalisée en partenariat  
avec Gefosat

**11** **Professionnels**  
présents



Le Pays Cœur d'Hérault met les labellisés V&D au cœur de cette démarche, **en accompagnant prioritairement les professionnels du réseau.**

# STRUCTURATION & STRATEGIE

## Vers un œnotourisme durable

### 1 Axe stratégique prioritaire de la destination

### 2 interventions lors d'évènements importants

➔ Présentation des actions que nous menons en faveur d'un œnotourisme plus durable et responsable  
(*VinOmed* et *Convergences Touristiques*)

### + 1 Participation à l'Université d'été du Tourisme Durable (Le Havre)

*Septembre 2021*

#### VinOmed (Montpellier)

*26 octobre 2021*



Table ronde « Œnotourisme durable : où en est-on ? »



#### Convergences Touristiques (La Grande Motte)

*9 novembre 2021*



Mini-conférence « Accélérer un tourisme durable en Occitanie : leviers et opportunités ! »



# STRUCTURATION & STRATEGIE

## Etude Renforcement de l'attractivité touristique

### AXES STRATÉGIQUES

- 1** Mobiliser, accompagner et soutenir les habitants et les acteurs locaux pour les engager autour du projet touristique de territoire  
Lancée en juin 2019, une étude pour le renforcement de l'attractivité touristique de la destination a permis d'aboutir à :
  - 2** Mettre en œuvre une stratégie d'accueil et d'information touristique adaptée aux nouveaux usages et s'adressant à tous (résidents inclus)
    - ✓ Un **diagnostic**
    - ✓ Une **stratégie de développement et d'organisation touristique**
  - 3** Accompagner le développement d'une offre de tourisme durable 4 saisons typée Cœur d'Hérault, en lien avec le positionnement « arts de vivre »
    - ✓ Un **plan d'actions partagé** entre les OTI, coordonné par le Pays Cœur d'Hérault
  - 4** Construire les pratiques marketing de la destination pour une communication plus responsable et plus ciblée
  - 5** Inscrire la destination dans une logique d'excellence environnementale et bas carbone
- En cours de validation, **l'étude a permis de réaffirmer le positionnement « Art de vivre » de la destination, où la dynamique du label Vignobles & Découvertes et de son réseau a été pointée comme un axe fort.**

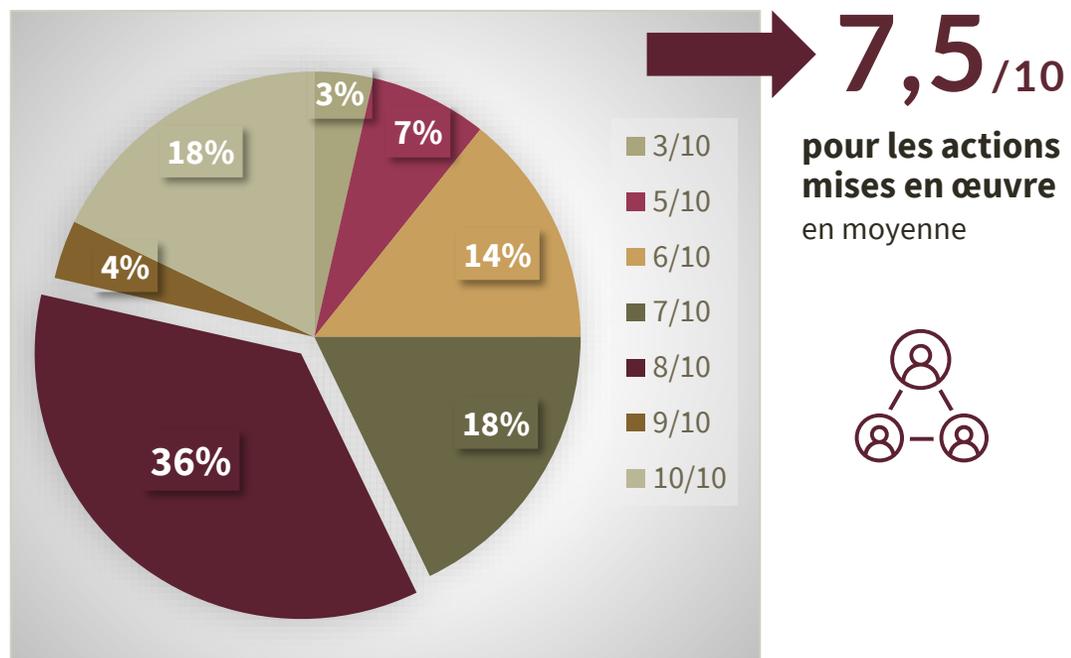
# RÉCAPITULATIF ÉVALUATION 2019-2021



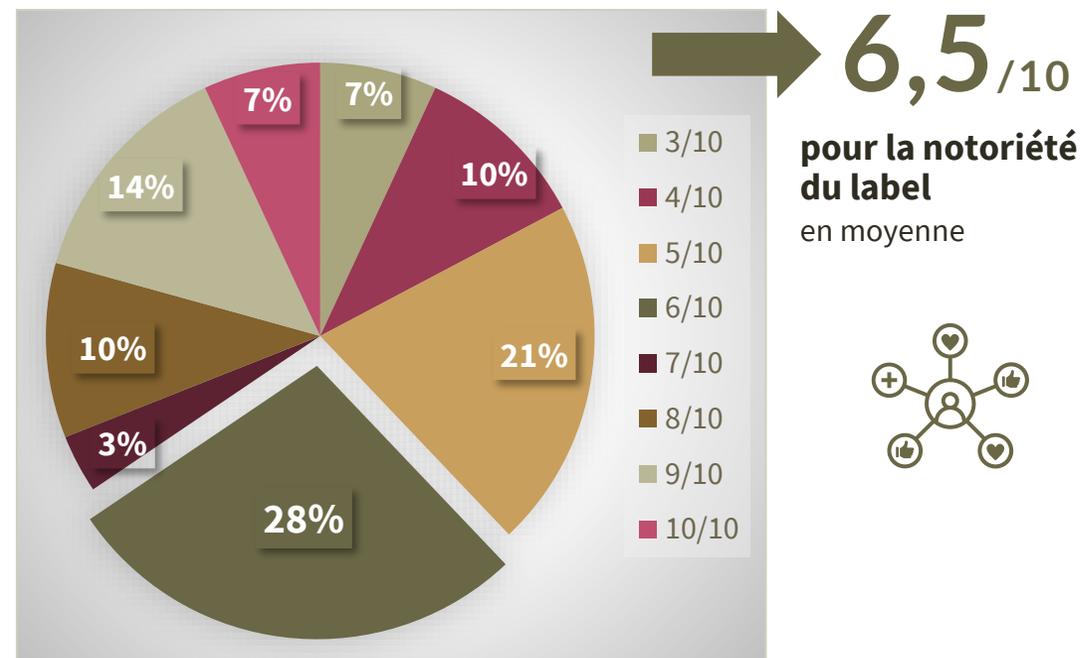
LANGUEDOC  
COEUR  
D'HÉRAULT

# SATISFACTION GLOBALE

## Animation du réseau



## Promotion & Communication



# SATISFACTION GLOBALE

## Le bilan

### APPORTS DU RÉSEAU

Informations sur le réseau  
Visibilité **Réseautage** Crédibilité  
Intégration dans le territoire  
Qualification de l'offre Notoriété  
Renommée collective Partenariats  
Intelligence collective

### EVOLUTION PRESTATIONS

 **46,5%** **Professionnels**  
ont fait évoluer leurs  
prestations et  
habitudes de travail



*Accueil clientèles étrangères  
Structuration de l'offre  
Développement expériences oeno  
Qualification accueil grâce connaissance territoire et labellisés  
Conseil vins locaux aux clientèles  
Appel aux labellisés pour évènements*

### POURSUITE DE LA DEMARCHE

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

### ATTENTES PRINCIPALES

- Renforcement des échanges entre labellisés
- Connaissance des membres pour renvoi clientèle
- Actions communes, partenariats, synergie
- Création carte exhaustive + circuits mobilités douces
- Plus de visibilité et de communication
- Création objets promotionnels
- Organisation évènements par V&D
- Apprentissage sur l'œnologie
- Intégration sites culturels