



---

MISSION D'ACCOMPAGNEMENT AU  
RENOUVELLEMENT DU LABEL VIGNOBLES &  
DECOUVERTES

---

**COMPTE RENDU D'ATELIER – ATELIER 4**

Lundi 11 avril 2022 (Mourèze)

**COMMUNICATION & PROMOTION**

# ATELIER 4 – LANGUEDOC CŒUR D'HERAULT

Thème : Communication de l'Offre

**Date :** 11/04/2022

**Lieu :** Hôtel Val de Mourèze, Mourèze

**Personnes présentes :**

- Valérie AFFRE - PAYS CŒUR D'HERAULT
- Noëlle BARDOU – LES PEPITES DE NOELLE
- Marie-Christine et Claude BIDOLET – MAS LORiot
- Emeline GARCIN – PAYS CŒUR D'HERAULT
- Jean-Pierre KERRIEN – AUBERGE DE VAL MOUREZE
- Laura MAUREL – OFFICE DE TOURISME DU CLERMONTAIS
- Magali LEON-PHILIP- PAYS CŒUR D'HERAULT
- Jean-François POUGET – HERAULT TOURISME

**Ordre du jour :**

- ✓ Ateliers collaboratifs autour de la communication & promotion

\*\*\*

**Introduction :**

Magali LEON PHILIP rappelle que les actions de communication ont pour but de valoriser l'offre et les acteurs de la destination oenotouristique auprès du grand public, mais aussi de contribuer à développer la notoriété du réseau. Dans le cadre du plan d'actions 2019-2021, les actions de communication et d'animation de réseau étaient prioritaires. Bien que le contexte de ces dernières années n'ait pas permis de développer toutes les actions souhaitées, notamment en termes d'évènementiel, de très nombreuses actions de communication ont été mises en place.

Les actions de communication auront toujours une place plus importante au sein du plan d'actions 2022-2024 et un travail autour d'une co-construction du plan marketing entre les destinations et Hérault Tourisme doit être amorcé. C'est ce que nous allons développer aujourd'hui.

En effet, Mr Jean-François POUGET, directeur marketing d'Hérault Tourisme, expose la stratégie marketing d'Hérault Tourisme, sur les prochaines années : Un plan marketing visant un positionnement haut de gamme en utilisant le principe du marketing « statuaire ». Hérault Tourisme se concentre désormais sur le contenu visuel (photo,video)et texte, et le « storytelling » des territoires. Il indique que cette stratégie et surtout ces contenus seront co-construits avec les destinations Vignobles et Découvertes, à travers notamment ce label.

Le débat est animé et les participants ajoutent aussi que certaines offres restent à créer, à imaginer et surtout à valoriser :

- ✓ Une offre famille, « une vraie , pas seulement une table de coloriage dans un coin du caveau »

- ✓ Une offre accessible en mobilité douce, notamment à vélo (chaudière), mais qui ne soit pas incompatible avec l'achat de cartons de vins.
- ✓ Le développement de l' « Oenovélo », au même titre que les « Oenorandos », dont le choix des circuits devrait être co-construit entre les acteurs de la filière oeno, le service aménagement des routes et le SCOT.

L'objectif de cet atelier :

- ✓ **Faire le bilan des actions mises en place.** Avant la crise, de nombreuses actions ont été mises en place.
- ✓ **Trouver comment améliorer les actions déjà mises en place.** Il est en effet important d'évoluer dans une démarche d'amélioration continue.
- ✓ **Mettre en place de nouveaux outils pour de nouvelles actions,** afin d'améliorer la communication et l'affirmation du positionnement de la destination.
- ✓ **Désaisonnaliser l'offre événementielle,** afin d'améliorer la communication et l'affirmation du positionnement de la destination tout au long de l'année mais aussi de créer des offres oenotouristiques annuelles.
- ✓ **Construire une offre événementielle plus durable,** afin d'ancrer l'identité et le positionnement de la destination et les valeurs de la destination dans toutes ses actions.

---

## WORKSHOP 1 : BILAN ET PLAN D'ACTIONS

---

Après une présentation par le Pays Cœur d'Hérault du Bilan des actions 2019-2021 ainsi que la présentation physique de certains outils de communication, les participants sont répartis en 2 groupes.

Chaque groupe a pour objectif de compléter son diagramme de la façon suivante :

---

### Les actions de communication

" **On continue ...** " : Tout ce qui fonctionne et que l'on souhaite continuer

" **On arrête ...** " : Tout ce qui ne fonctionne pas

" **On ne connaît pas ...** " : Les actions que l'on ne connaissait pas

" **On améliore...** " : Les actions etc. dont on ne tire pas assez de résultats positifs, qu'il faudrait améliorer mais que l'on souhaite garder. Notez vos idées pour faire évoluer les actions de communication

" **On tente ...** " : Proposez de nouvelles idées

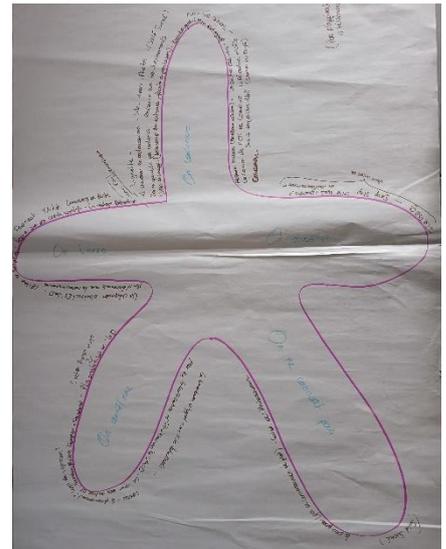
---

#### 1. Groupe 1

" **On continue ...** " :

- ✓ La création de contenu vidéo et les photos de qualité, car il y a beaucoup de retours et que c'est simple à partager sur les réseaux
- ✓ La communication sous format numérique car les retours sont bons et c'est plus écologique
- ✓ Les cartes des vins qui sont faciles à distribuer dans les OT, mais en y ajoutant des routes à faire à pied et à vélo
- ✓ Le site internet de la destination
- ✓ Le partenariat avec Salé, Sucré
- ✓ Le chevalet pour la restauration

- ✓ La présence et la labellisation d'évènements Vignobles et Découvertes
- ✓ Le Supplément qualitatif de Terre de Vins
- ✓ L'insertion dans Vign'ette
- ✓ Le sac 1 bouteille
- ✓ Les cartes des randos du pays
- ✓ La communication très efficace de l'Office de Tourisme Intercommunal Lodévois & Larzac



#### " On arrête ... " :

- ✓ Les Ice Bags
  - ✓ Les Dropstops
- Commentaire : Ces outils sont peut-être utiles pour certains acteurs non présents à l'atelier

#### " On ne connaît pas ... " :

- ✓ Sucré-Salé
- ✓ La possibilité de se faire prêter les drapeaux
- ✓ Le Guide de l'Ambassadeur

#### " On améliore... " :

- ✓ Les cartes Rando et Vélo du pays en y incluant les acteurs de la filière Vignobles et Découvertes, car ces cartes sont très distribuées en OT
- ✓ La brochure d'appel en y incluant la liste des labellisés, elle aussi très distribuée en OT car jugée qualitative
- ✓ Le nombre d'évènements labellisés Vignobles et Découvertes, qui doit devenir plus important
- ✓ La communication et le relais des Offices de Tourisme Intercommunaux du Clermontais et de St-Guilhem-le-Désert - Vallée de l'Hérault
- ✓ La communication autour des formations et des ateliers
- ✓ Instagram
- ✓ Le site internet
- ✓ Le développement de l'utilisation des verres avec le logo Vignobles et Découvertes. Un Co financement pourrait être envisagé sur l'achat de verres entre le vigneron, et le Pays. Pour que cela fonctionne, les participants proposent que les couts soient partagés sur l'achat de verres, et que les vignerons aient la possibilité de rajouter leur logo sur ces verres V&D.

#### " On tente ... " :

- ✓ La création d'un chéquier d'activités V&D
- ✓ La création d'évènement avec les restaurateurs
- ✓ De l'affichage dans la ville de Montpellier
- ✓ Des Podcasts
- ✓ Le développement de Tik Tok
- ✓ Des cendriers de poche (écocoresponsabilité, consommation responsable)
- ✓ La présence de la destination sur des évènements sportifs
- ✓ Un catalogue de la destination, comme en Pic Saint Loup, en format papier de qualité

## 2. Groupe 2

### " On continue ... " :

- ✓ Les évènements dont le Fascinant Week End
- ✓ Tous les documents de communication existants (photos, documents d'appel, carte)
- ✓ Le supplément Terre de Vins
- ✓ Les verres
- ✓ Le comporte

### " On arrête ... " :

- ✓ La communication segmentée
- ✓ Les chevalets

### " On ne connaît pas ... " :

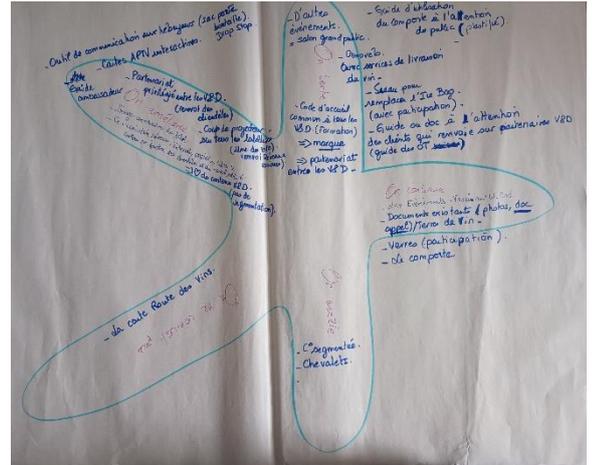
- ✓ La carte de la Route des Vins

### " On améliore... " :

- ✓ Les outils de communication pour les hébergeurs (sacs porte bouteille, drop stop)
- ✓ Les cartes APN interactives
- ✓ Le Guide de l'Ambassadeur
- ✓ Les partenariats entre les destinations V&D (renvoi de clientèle)
- ✓ Les « coups de projecteur » sur les labellisés, que ce soit sur le site internet ou sur les réseaux sociaux
- ✓ L'image et la connaissance du Label
- ✓ La communication sur les réseaux, sur internet et en format papier en ciblant mieux le contenu en fonction des clientèles et du canal utilisé

### " On tente ... " :

- ✓ La création d'autres évènements comme un salon Grand Public
- ✓ Un guide d'utilisation du Sac Comporte à l'attention du public (plastifié)
- ✓ La communication des oenovélos et d'un service de livraison du vin
- ✓ De remplacer l'Ice bag par un seau à glace (en demandant une petite participation à l'achat)
- ✓ Un code d'accueil commun à tous les labellisés (cela peut se traduire par une formation). Ce code d'accueil doit valoriser la marque et les partenariats entre labellisés.
- ✓ Un guide ou un document qui renvoie les clients sur les partenaires Vignobles et Découvertes (ex : guide des OT)



---

## WORKSHOP 2 : DESAISONNALISATION DE L'OFFRE EVENEMENTIELLE

---

Les participants ont individuellement listé sur des post-it verts, les évènements du territoire en lien avec le vin, puis sur des roses, les évènements du territoire qui ne sont pas liés au vin, mais pourraient l'être.

Ils les ont ensuite placés dans la roue des saisons, afin de faire un état des lieux de l'offre événementielle sur le territoire.

### Commentaires :

Le constat est intéressant car les participants dépeignent une destination extrêmement riche en évènements. La majorité d'entre eux sont liés au vin. On remarque aussi que les participants ont une très bonne connaissance de l'offre événementielle du territoire, ce qui indique que la communication de cette offre, les touche.



En revanche, il apparaît aussi clairement que l'offre événementielle du territoire se concentre sur l'été et sur les ailes de saison, avec seulement un évènement lié au vin en hiver : le Marché de Noël du Festival des Vins d'Aniane.

Il y a donc toute une offre à construire pour désaisonnaliser l'activité.

Certains participants soulignent d'ailleurs que c'est « le serpent qui se mord la queue », puisqu'il y a un lien de cause à effet entre l'activité événementielle et l'offre œnotouristique du territoire :

- Il y a peu d'offre de restauration, d'hébergement et d'activité en hiver => Difficultés de mettre en place une offre événementielle désaisonnalisée
- Il y a peu d'offre événementielle en hiver => Difficultés de mettre en place des offres de restauration, d'hébergement et d'activités en hivers car il y a peu de fréquentation.

Voici les évènements identifiés par les participants, par saison :

→ Printemps

*En lien avec le vin*

- ARBORAS – **Vino Trail des Terrasses du Larzac** – 10 Avril 2022 - <https://www.facebook.com/VinotrailAOCTerrassesDuLarzac/>
- MONTPEYROUX – **Toutes Caves Ouvertes** - 17 Avril 2022 - <https://montpeyroux34.com/toutes-caves-ouvertes-3/#:~:text=La%20manifestation%20E2%80%9CToutes%20Caves%20Ouvertes,vins%20et%20tous%20les%20C3%A9picuriens%20!>
- ANIANE - **Concours des Vins de la Vallée de l'Hérault** – 21 et 22 avril 2022 (réservé aux professionnels et dégustateurs amateurs) - <https://www.vins-vallee-herault.fr/>

- SUR TOUT LE TERRITOIRE – **Pique-Nique des Vignerons Indépendants** – 4-5-6 Juin 2022 - <https://www.piqueniquevigneron34.com/>
- Balades sensibles chez les vignerons (aucune information trouvée)

#### *Sans lien avec le vin*

- SALAGOU - **Triathlon du Salagou** – 14 et 15 Mai 2022 - <http://trisalagou.montpelliertriathlon.com/>
- SAINT JEAN DE FOS – ANIANE – CEYRAS – CELLES - **Fête de la Nature** – 18 au 22 Mai 2022 - <https://fetedelanature.com/selections-thematiques/la-fete-de-la-nature-en-occitanie>
- CLERMONT L'HERAULT – **Salagou Mania** – 16 et 17 Avril - <https://www.facebook.com/salagoumania/>

→ Eté

#### *En lien avec le vin*

- EN TERRASSES DU LARZAC – **Circulade Vigneronne en Terrasses du Larzac** – 1 et 2 Juillet 2022 - <https://reservations.languedoc-aoc.com/evenement/circulade-vigneronne-en-terrasses-du-larzac-86>
- CLERMONT L'HERAULT - **Les nocturnes du Salagou** – 8 et 22 Juillet / 5 et 19 Aout 2022 - [https://www.tourisme-occitanie.com/fr/fiche/fete-et-manifestation/les-nocturnes-du-salagou-clermont-l-herault\\_TFOFMALAR034V51YBGG/](https://www.tourisme-occitanie.com/fr/fiche/fete-et-manifestation/les-nocturnes-du-salagou-clermont-l-herault_TFOFMALAR034V51YBGG/)
- ANIANE – **Festival des Vins d'Aniane** – 22 au 24 Juillet 2022 - <https://www.festivaldesvinsdaniane.com/>
- FONTES – **Fêtes du Rosé** – Mi-juillet, Mi-aout - <https://www.france-voyage.com/evenements/fontes-commune-11897.htm#:~:text=F%C3%AAte%20locale%20et%20foraine%20%3A%2015,du%20Ros%C3%A9%20%3A%20mi%20Dao%C3%BBt>
- MONTPEYROUX – **Soirées « Je dis vin »** - Mi-juillet , Mi-Aout - <https://montpeyroux34.com/>
- SUR TOUT LE TERRITOIRE – **Marchés nocturnes « Place au Terroir »** Juillet à Septembre - <https://www.languedoc-coeur-herault.fr/les-marches-en-coeur-d-herault>

#### Commentaires : A rajouter

- Les estivales de Saint Jean de la Blaquière
- Marché Nocturne de producteurs du pays du Caylar
- Marchés des Producteurs à Saint Pargoire
- Marché de Popian
- Marchés du partage à Arboras

#### *Sans lien avec le vin*

- TERRITOIRE LODEVOIS LARZAC – **Festival Resurgence** – 21 au 24 Juillet 2022 – Programmation de Juin à septembre - <https://www.festival-resurgence.fr/festival-resurgence-edition-2022>
- SUR TOUT LE TERRITOIRE - **Itineraire Bis – Sonambule** – Juin à Aout – Renouvelé en 2022 ? - <https://www.lesonambule.fr/>
- MOUREZE – **Festival de Mourèze** – 27 au 30 Juillet 2022 - <https://www.festivaldemoureze.com/>
- CLERMONT L'HERAULT – **Le Salagou en Chansons** – 5 au 7 Aout 2022 - <https://www.lesalagouenchanson.fr/>
- SAINT JEAN DE FOS – **Terre Vivante** – Marché des potiers de Saint Jean de Fos – 13 et 14 Aout 2022 - <http://www.potiersdestjeandefos.com/>
- MOUREZE – Mourèze fait son cirque – Aucune information trouvée
- VILLENEUVETTE – Festival de Villeneuve – Arrêté depuis 2019

#### Commentaires : A rajouter

- Festival Festum

→ Automne

#### *En lien avec le vin*

- LES VAILHES – CLERMONT L'HERAULT – PAULHAN – NEBIAN – **La Barula** – fin Septembre - <https://www.theatre-lesillon.fr/agenda/la-barrula/>
- MONTPEYROUX - **Les régionales de Montpeyroux** – 3<sup>ème</sup> jeudi d'Octobre <https://www.facebook.com/LesRegaladesdeMontpeyroux/>
- SUR TOUT LE TERRITOIRE - **Fascinant Week End** – 13 au 16 Octobre 2022 - <https://www.fascinant-weekend.fr/>
- Fête de l'Oenorando – Aucune information trouvée

#### *Sans lien avec le vin*

- SUR TOUT LE TERRITOIRE - Les journées du Patrimoine – 17 et 18 Septembre 2022 - <https://www.culture.gouv.fr/Nous-connaitre/Evenements-nationaux/Journees-Europeennes-du-Patrimoine>
- SAINT GUILHEM LE DESERT – Saison musicale des Amis de Saint Guilhem – De Septembre à Décembre - <http://www.amisdestguilhem.fr/>
- LE POUGET- Les internationaux du cœur d'Hérault (équitation) – Novembre - <https://www.cc-vallee-herault.fr/commun/actualites-109/equitation-9eme-internationaux-du-coeur-d-herault-3560.html?cHash=cdedb438c50ecb70c42ef11709966a64>
- Lake Race Salagou – Pas depuis 2019

→ Hivers

*En lien avec le vin*

- ANIANE – Le Noël du Festival des Vins d'Aniane – Décembre -

*Sans lien avec le vin*

- SUR TOUT LE TERRITOIRE – Marchés de Noël

*Commentaires : A rajouter*

- CLERMONT L'HERAULT – Féeries de Noël
- 

---

### WORKSHOP 3 : EVENEMENTS ET ENGAGEMENT DURABLE

---

L'animatrice rappelle que lors du premier atelier de renouvellement, les participants ont souhaité faire évoluer le positionnement de la destination vers un positionnement de destination « Durable ».

Les participants ont donc proposé des idées pour rendre les événements Vignobles et Découvertes « plus durables ». Nous les avons ensuite classées par thèmes.

---

Voici les idées que les participants proposent, afin d'organiser des événements ancrés dans une démarche de durabilité :

#### Thème 1 : Mobilité

- Vendre les vins à la fin des événements pour éviter aux acheteurs de revenir sur le territoire et donc de reprendre la voiture => *La proposition est logique mais l'intérêt de créer des événements et aussi de faire venir et revenir les oenotouristes sur le territoire, et ainsi créer une source de développement économique*
- Promouvoir le covoiturage en amont des événements (réseau Picholines)
- Faciliter l'accès à l'événement en vélo et proposer un parking adapté et gardé
- Promouvoir l'utilisation des Navettes

#### Thème 2 : Circuits courts

- Favoriser les circuits courts = producteurs, traiteurs, ... V&D locaux présents sur les événements
- Proposer de l'alimentation, de la restauration, issue de circuits courts
- Sourcer les produits et producteurs locaux pour la restauration

#### Thème 3 : Eco-Responsabilité

- Inciter le public à venir avec ses propres contenants
- Vendre des contenants et de la vaisselle réutilisable avec le logo Vignobles et Découvertes (Eco cups)
- Utiliser des contenants (pour le repas ou transport de bouteilles) à usage unique, recyclables
- Bannir le plastique dans la vaisselle utilisée
- Supprimer les bouteilles d'eau en plastique
- Proposer un point de collecte de bouchons pour les recycler
- Mettre des poubelles de tri ou arbres à tri, à disposition

#### Thème 4 : Consommation Responsable

- Promouvoir la consommation responsable
- Proposer des éthylo-tests
- Proposer des sacs porte bouteille pour emporter sa bouteille entamée

#### Thème 5 : Social/ Sociétal

- Créer une exposition sur le village et les habitants qui reçoivent l'évènement ou l'organisent
- Faire des habitants de véritables Ambassadeurs de la destination et de son positionnement
- Proposer un temps VIP, la veille de l'évènement, en avant-première, pour les habitants
- Proposer sur l'évènement des Master Class à l'attention des visiteurs
- Former les intervenants et professionnels aux pratiques durables
- Intégrer les habitants bénévoles dans l'organisation des évènements + Elus et ambassadeurs

#### Thème 6 : Gouvernance/Communication

- Limiter les supports papier
- Créer une charte d'engagement durable
- Proposer des toilettes sèches
- Communiquer auprès des commerçants en amont

#### Commentaires :

Pour aller plus loin, je vous invite à consulter les documents suivants

1. Par l'Institut Fédéral du Développement Durable (Belgique)

Guide pour l'Organisation d'un évènement durable

[https://www.developpementdurable.be/sites/default/files/document/files/guide\\_ed.pdf](https://www.developpementdurable.be/sites/default/files/document/files/guide_ed.pdf)

Checklist pour un évènement durable

<https://www.developpementdurable.be/fr/checklist-pour-lorganisation-dun-evenement-durable>

Votre évènement est-il durable ? Questionnaire

<https://duurzaamevenement.belgium.be/fr>

2. Par le gouvernement français

Guide pour des évènements durables Paris 2024

<https://medias.paris2024.org/uploads/2021/10/PARIS-2024-211001-GUIDE-EVENEMENTS-RESPONSABLES-fr.pdf>

3. Par Saint Etienne Métropole

Guide pour des évènements durables

<https://fr.calameo.com/read/000544113638a2ea5c039>

4. Par le gouvernement Canadien

Guide pour des évènements éco-responsables

<https://www.environnement.gouv.gc.ca/developpement/outils/guide-organisation-evenement-eco.pdf>

POLE TOURISME, CULTURE & PATRIMOINE

**Sydel du Pays Coeur d'Hérault**

Ecoparc Coeur d'Hérault - La Garrigue

9 rue de la Lucques - Bât.B

34725 St André de Sangonis

[tourisme@coeur-herault.fr](mailto:tourisme@coeur-herault.fr)

Standard : 04.67.02.01.01 - Ligne directe : 04

67 02 93 21

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



EURL ATOUT TERROIR

**Laetitia Mathieu**

Novel ID Cœur d'Hérault / 5 rue de la  
Lucques - 34725 SAINT ANDRE DE SANGONIS

[contact@atout-terroir.com](mailto:contact@atout-terroir.com)

06 95 09 00 47

[www.atout-terroir.com](http://www.atout-terroir.com)

