



# LANGUEDOC CŒUR D'HÉRAULT

VENDEDI  
> DIMANCHE  
**22 > 24**  
**MARS**  
**2019**

Plus de  
30 activités  
autour des  
vignobles



LABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ - À CONSOMMER AVEC MODÉRATION



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



## Réunion Bilan Goût de France 18/04/2019

Novel Id à Saint-André-de-Sangonis



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



---

## PRESENTS

PAYS CŒUR D'HERAULT  
PAYS CŒUR D'HERAULT  
OFFICE DE TOURISME SAINT-GUILHEM-VALLEE DE L'HERAULT  
OFFICE DE TOURISME DU CLERMONTAIS  
OZONE VTT  
PEPITES DE NOELLE  
DOMAINE DE BELLEFONTAINE  
ESPACE CANTERCEL  
CAVE DE SAINT SATURNIN  
CAVE DE SAINT SATURNIN  
DOMAINE ALEXANDRIN  
CASTELBARRY  
DOMAINE DE PELICAN  
DOMAINE DE PELICAN

MAGALI  
AMELIE  
ANTONNELLA  
PAULINE  
SYLVIA  
NOELLE  
SYLVIE  
ANNICK  
REGINE  
BERNADETTE  
JEROME  
SEBASTIEN  
SOLENE  
ISABELLE

LEON-PHILIP  
GOBIN  
KADOUCHE  
GOUDEAU  
JACQUOT  
BARDOU  
TABAR  
LOMBARDET  
QUINONERO  
GAZEL  
HERMET  
LEMOINE  
THILLAYE DU BOULLAY  
THILLAYE DU BOULLAY

---

## EXCUSES

OFFICE DE TOURISME DU LODEVOIS & LARZAC  
APPHYLANTHE RANDONNEE  
CAPITELLE DES SALLES  
DOMAINE DU BOIS BORIES  
CAMPING CLUB DU SALAGOU  
DOMAINE DE LA GRANDE SIESTE  
MOULIN DES OLIVETTES



## ORDRE DU JOUR

- **Rappel du contexte et des objectifs de l'événement**
- **Les actions de communication déployées**
  - *> présentation du reportage photos de Mehdi Hemart & du teaser vidéo*
- **Bilan (effectué à partir du questionnaire en ligne envoyé aux pros participants)**
- **Echanges**

*Visionnez la présentation : Cf. document PDF en pièce jointe*

*Visionnez le reportage photos de Mehdi Hemart (photographe professionnel missionné pour l'évènement) :*  
*<https://myalbum.com/album/cQ6vYu0YKz29>*

*Téléchargez le teaser vidéo de Mehdi Hemart : <https://vimeo.com/332259177>*

*Visionnez le teaser vidéo de Goût de France (national) : <http://k6.re/35RSb>*

*Visionnez les photos prises par les pros participants :*  
*<https://photos.google.com/share/AF1QipNGDOPbyiOUIIT3UeiwgBvfgULJ1pYUwaJfUFSURjUzjFdAZH0yCJyIVMuimYJKdew?key=SVZ6UWdMekR0dk9fQklPcXc1OFRhNmxvRUhEb3pn>*

## RELEVÉ D'ÉCHANGES SUR LES POINTS À AMÉLIORER/MODIFIER

### • SOIRÉE DE LANCEMENT

Faire une soirée de lancement a semblé pertinent pour la majorité des participants mais le format n'était pas le mieux adapté pour faire venir du public. Le fait que la 1ère partie de soirée soit dédiée aux partenaires et à la presse a pu en « rebuter » certains : impression d'être à un évènement privé.

De même au vue des différents retours, *il semble plus judicieux pour une prochaine édition de coller la soirée de lancement au week-end de l'évènement, de ne pas proposer d'animations dans la journée du vendredi (ne fonctionne pas) mais de débiter par un concert gratuit en début de soirée (côté plus festif, peut attirer plus de monde) et de proposer un lieu plus « central ».*

### • SUPPORTS DE COMMUNICATION & DIFFUSION

Les professionnels présents ont félicité l'équipe du Pays pour les actions de communication mises en place au vu du temps imparti. Des suggestions ont été faites pour la prochaine édition :

*-Le visuel général doit être retravaillé* Couleurs pas assez « punchy », ne fait pas assez ressortir le côté printemps, paysages, Cœur d'Hérault...

*-Le programme pourrait être sous forme de carte (+ pratique) avec :*

**Au verso :** des itinéraires par jour, pour visualiser où se trouve chaque activité (mettre des pictos selon la thématique) et ce qu'il est possible de combiner le même jour + détails des animations autour de la carte —*ex carte « De ferme en ferme »*

**Au recto :** les infos pratiques, un récap des activités par jour ou thématiques...

*-La diffusion des programmes doit être revue.* Au lieu de faire une campagne d'affichage, un budget pourrait être alloué à une personne pour faire de la diffusion toute une semaine sur le secteur du Cœur d'Hérault (commerces et lieux de passage) + sur Montpellier.

*-Les publications et publicité Facebook et Instagram sont à garder, voire à renforcer.*

---

## RELEVÉ D'ÉCHANGES (SUITE)

-La communication était un peu tardive. L'idée serait d'avoir tous les supports au moins deux semaines + vite.

- **RELATIONS PRESSE & MEDIAS**

Pistes évoquées : Essayer d'avoir un créneau dans une émission de France Bleu Hérault en amont de l'évènement, faire venir France 3, faire venir des bloggeurs, instagrameurs...

- **MODE DE RESERVATION / PASS**

Si au départ la plupart des pros souhaitaient continuer à gérer leur réservation, l'idée d'une plateforme commune en ligne a tout de même été évoquée.

En effet, celle-ci présenterait de nombreux avantages.

### **D'une part pour les visiteurs:**

- facilité de paiement
- visualisation en temps réel des disponibilités & places restantes pour chaque activité
- possibilité de réserver plusieurs activités en une seule fois (tarifs préférentiels-pass si plusieurs activités prises)

### **Pour les pros :**

- sécurité d'être payé (certains pros ont eu des personnes qui ont annulé et n'ont pas prévenu)
- pas besoin de manipuler de l'argent le jour j
- plus grande visibilité de son activité

**Le Pays doit se renseigner sur ce type de solution pour voir s'il est facile ensuite de reverser les sommes à chacun des professionnels participants.**

**-> A également été évoqué le fait d'uniformiser les dates limites de résa à 24h avant l'évènement.**

- **NOM & DATE**

Les pros présents étaient d'accord pour dire qu'il avait été judicieux d'utiliser le nom « Goût de France » cette année au vu des délais très courts que nous avons pour communiquer (pour rappel nous avons appris en janvier dernier que nous n'avions plus le droit d'utiliser le mot « Floréales du vin »), mais qu'il était **préférable de trouver un autre nom pour la prochaine édition** pour de nombreuses raisons :

- trop long
- ne reflète pas complètement la philosophie de notre évènement « *il faut qu'il y ait le mot vignobles, le concept de nature... »*
- peu connu du grand public (à voir si l'année prochaine Goût de France met les bouchées doubles au niveau de la communication nationale : radio, tv, teaser vidéo sur les réseaux sociaux...mais dans tous les cas on peut choisir un autre nom qui reflètera plus notre identité, et s'inscrire dans l'évènement national

-La date quant à elle est plutôt bien choisie par rapport au calendrier des manifestations déjà existantes et la disponibilité des professionnels mais le mois de mars est un mois incertain au niveau de la météo (nous avons été chanceux cette année !) et encore un peu hivernal. Ce n'est pas à cette saison que les vignes sont les plus belles. Certains ont suggéré de décaler l'évènement 3 semaines plus tard soit

---

## RELEVÉ D'ÉCHANGES (SUITE)

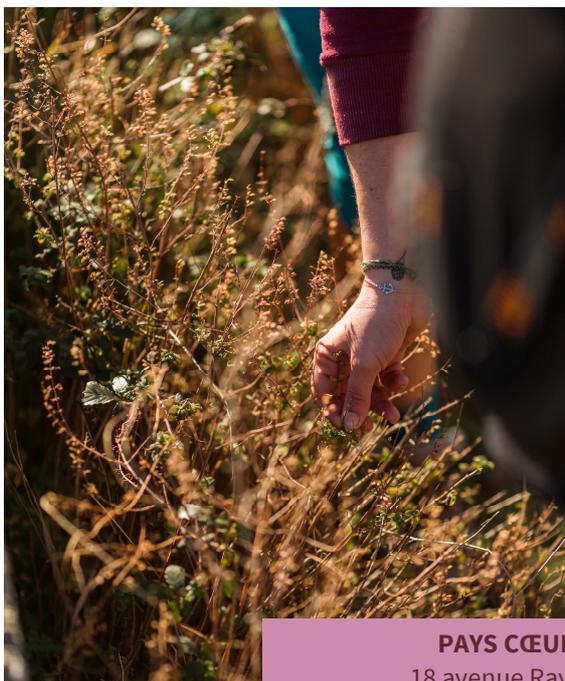
mi-avril (après le changement d'heures, meilleure luminosité). Ce qui voudrait dire que l'évènement ne s'inscrirait plus dans l'évènement national « Goût de France ».

La question reste à trancher.

Le Pays, quant à lui, va se renseigner auprès du Ministère en charge de l'évènement pour savoir ce qui est prévu pour 2019 et quand est-ce que leur vidéo de promotion (un caméraman missionné par le ministère des finances est venu sur notre territoire pendant l'évènement) sera diffusée et sur quels canaux.

➔ **Nous proposons d'organiser une réunion « Brainstorming » avec tous les pros qui ont participé à la 1ère édition et tous ceux qui souhaitent intégrer la prochaine édition pour trouver ensemble un nom qui corresponde à notre identité.**

**Une date vous sera proposée ultérieurement. Vous pouvez d'ores et déjà noter vos idées ;)**



**PAYS CŒUR D'HERAULT**

18 avenue Raymond Lacombe  
34800 CLERMONT L'HERAULT

04 67 44 44 47 / [tourisme@coeur-herault.fr](mailto:tourisme@coeur-herault.fr)