

Dossier de candidature Label Vignobles & Découvertes



LANGUEDOC
COEUR
D'HÉRAULT

Demande de renouvellement du droit d'usage de la marque
Partie 1 : Rapport de réalisation

SOMMAIRE

PARTIE 1 : LE RAPPORT DE REALISATION

- **Le périmètre de la destination p. 4**
- **Le nom de la destination p. 5**
- **L'animation du réseau p. 5**
 1. Gouvernance et fonctionnement du réseau p. 5
 2. Vie du réseau : évolution des partenaires au cours des 3 années p. 9
 3. État des lieux des actions d'animation du réseau depuis l'obtention du label (décembre 2015) p.10
 1. Définition des bases de notre positionnement et mise en place d'éléments de langage en collaboration avec les labellisés p.10
 2. Les guides de l'ambassadeur #1 et #2 p.12
 3. Les eductours p.13
 4. La lettre numérique réseau « Vignobles & Découvertes » p.18
 5. Les formations p.19
 6. L'accompagnement technique et financier aux porteurs de projets « Vignobles & Découvertes » de la destination p.21
- **La promotion et la communication p.22**
 1. Usage du panneau p.22
 2. Mise en place d'une charte d'utilisation des supports de communication p.22
 3. Les dépliants et supports de communication de la destination p.22
 1. Reportage photos et vidéo p.22
 2. Le document d'appel p.23
 3. Les chevalets p.24
 4. Les verres p.24
 5. Les drapeaux p.24
 6. Les autres supports en cours de réalisation p.24
 4. **Communication numérique p.25**
 1. Site internet dédié p.25
 2. Page Facebook dédiée p.26
 3. Page Instagram dédiée p.27
 4. Partenariat avec le blog « Sucré, Salé en Languedoc » p.28
 5. **Promotion/commercialisation p.29**
 1. Plan marketing en partenariat avec l'ADT34 p.29
 2. Participation à des salons commerciaux p.32
 6. **Partenariat avec des projets oenotouristiques p.34**
 1. La Fête de la Gastronomie « Goût de France, les 21, 22 et 23 septembre 2018 p.34
 2. « Escapade Nature sans voiture » avec le Réseau des Grands Sites de France p.35
 3. L'Oenotour de l'Hérault p.36
 4. Le week-end des Oeno-randos p.37
- **L'écoute client et la démarche de progrès p.38**
 1. Les outils d'écoute client mis en place p.38
 1. Questionnaires Qualité des Offices de Tourisme partenaires p.38
 2. Page dédiée « Evaluation / Qualité » sur le site Internet de la destination p.38
 3. Participation à l'enquête régionale de clientèle p.39
 2. Dispositif d'évaluation interne et démarche de progrès p.40
- **Bilan de réalisation par rapport au prévisionnel 2015 p.44**
- **Motivation et expression libre p.49**

«Ces vieilles pierres font de chacun de nous, le propriétaire d'une immense collection d'art à ciel ouvert...»



Le nom de la destination

Le nom « *Languedoc, Cœur d'Hérault* » a été préconisé puis débattu et validé à l'unanimité par les professionnels, les représentants du monde touristique et viticole, élus, partenaires et professionnels du territoire lors des différentes réunions de sensibilisation et de concertation autour de la candidature en 2015.

Le périmètre n'ayant pas été modifié, aucune évolution sur le nom de la destination n'est demandée dans le cadre du renouvellement de candidature.



**LANGUEDOC
CŒUR
D'HÉRAULT**

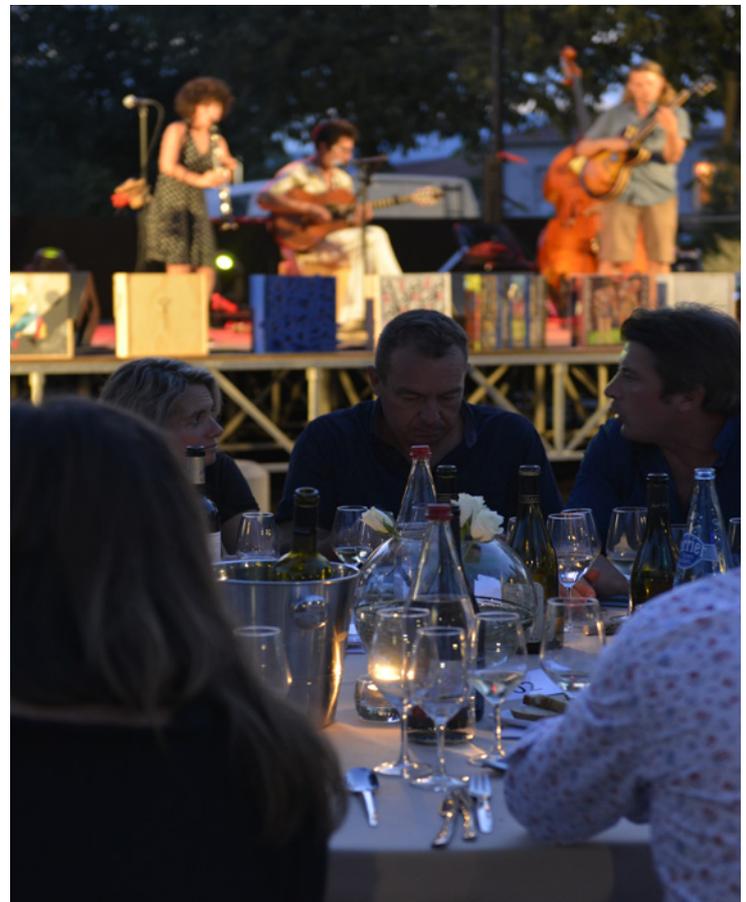
L'animation du réseau

1. Gouvernance et fonctionnement du réseau

La destination *Languedoc, Cœur d'Hérault*, est pilotée par le Pays Cœur d'Hérault en lien étroit avec les 3 **Offices de tourisme du territoire, Hérault Tourisme** (réfèrent touristique) et le **CIVL** (Conseil Interprofessionnel des Vins du Languedoc – réfèrent viticole). Tout au long de l'année, des temps de travail, de concertation et de décision sont organisés avec ces partenaires et les bénéficiaires de la marque :

- **Comité technique mensuel** avec les 3 Offices du tourisme intercommunaux (travail sur des propositions, préparation des réunions, suivi des actions...).
- **En fonction des projets, des groupes de travail** sont organisés dans l'année pour assurer leur mise en œuvre, leur suivi ou leur évaluation. Ils peuvent associer si besoin d'autres partenaires (chambres consulaires, organisations interprofessionnelles agricoles, collectivités locales...).
- **Les « Rencontres du label »** réunissent chaque année début juin l'ensemble des professionnels labellisés et partenaires dans un lieu bénéficiaire de la marque. Ce temps convivial accueille les nouveaux labellisés (remise officielle des plaques), mais permet aussi de concerter sur les projets en cours, imaginer les futurs projets de la destination, et surtout resserrer les liens entre prestataires...

- En fin d'année, un **Comité de pilotage** réunit encore une fois tous les bénéficiaires de la marque et les partenaires pour dresser le bilan de l'année écoulée et acter les projets de l'année suivante pour la destination.



Au cours des trois dernières années, les partenaires ont été réunis 2 fois par an à l'occasion des réunions suivantes :

● **Le 6 juin 2016 : 1^{ères} Rencontres du label, à la Famourette (Aniane), 92 personnes présentes.**

Ces premières rencontres correspondent au lancement officiel de la destination *Languedoc, Cœur d'Hérault*.

Lors de cette journée, une table ronde sur le label s'est tenue avec des partenaires institutionnels du département, puis une présentation du patrimoine viti-vinicole du Cœur d'Hérault a été faite par Marine Robillard, « Anthropolinks » et Marie-Ange Lasmènes, « Paroles Paroles », rédactrices de l'étude sur le recensement du patrimoine viti-vinicole en Cœur d'Hérault.

Les partenaires labellisés ont reçu leur plaque Vignobles & Découvertes à l'issue de cette journée.

● **Le 15 novembre 2016 : 1^{er} comité de pilotage, au Relais du Salagou (Salelles-du-Bosc), 25 personnes présentes.**

L'ordre du jour était le suivant :

- bilan 2016 et perspectives 2017,
- proposition d'ajouts de partenaires au sein de la destination,
- point d'info sur la méthode de recensement du patrimoine agricole sur le Grand Site du Salagou-Cirque de Mourèze.

● **Le 19 juin 2017 : 2^e Rencontres du label, à la Méridienne des Sens (Clermont-l'Hérault), 50 personnes présentes.**

L'ordre du jour était le suivant :

- restitution de la mission de valorisation et de mise en récit des patrimoines oenotouristiques du Cœur d'Hérault : « quels éléments de langage ? »,
- remise des plaques Vignobles & Découvertes aux nouveaux labellisés,
- la journée s'est terminée par une dégustation-déjeuner-spectacle « à travers vignes...à travers lignes » avec la compagnie l'Esquif.



«Le plus important
c'est la qualité des
échanges
humains que l'on
donne à celui qu'on
accueille...»



● **Le 5 décembre 2017 : 2^e comité de pilotage, à la Cave Coopérative de Saint-Saturnin-de-Lucian, 35 personnes présentes.**

L'ordre du jour était le suivant :

- bilan 2017 et perspectives 2018 (budget, plan d'actions),
- présentation des outils de communication du label (site Internet, reportage photo et vidéo, plaquette...),
- proposition de suppression et d'ajout de partenaires au sein de la destination labellisée Vignobles & Découvertes,
- point sur les projets en cours : Inter-Grands Sites, Grands sites d'Occitanie...



● **Le 4 juin 2018 : 3^e rencontres du label, au Château Rieutort (Saint-Pargoire), 65 personnes présentes**

L'ordre du jour était le suivant :

- introduction : contexte sur l'oenotourisme et le label Vignobles & Découvertes par la DIRECCTE,
- témoignage de la destination « Pays Haut Languedoc et Vignobles »,
- bilan de la destination en images,
- table-ronde et débat sur la stratégie à mener dans les 3 ans à venir,
- lancement du site internet de la destination www.languedoc-coeur-herault.fr
- remise officielle des plaques aux nouveaux labellisés.



● **Le 14 décembre 2018 : 3^e comité de pilotage, à la Salle du Conseil de la Communauté de Communes du Lodévois et Larzac (Lodève)**

L'ordre du jour était le suivant :

- bilan des actions 2018,
- renouvellement du label Vignobles & Découvertes (avec intervention d'Hérault Tourisme),
- proposition de suppression et d'ajout de partenaires au sein de la destination,
- plan d'actions 2019 focus sur l'évènement « Les Floréales du Vin ».



Les compte-rendus de chaque réunion sont envoyés aux partenaires ainsi qu'aux référents viticoles et touristiques.

 **Cf. annexes pages 1 à 173.**

La destination participe également à des **réseaux externes** pour s'impliquer dans des projets oenotouristiques à l'échelle départementale et régionale :

- **Atelier « Vignobles & Découvertes »** qui réunit les destinations labellisées ou en cours de démarche, sous la coordination d'Hérault Tourisme (échanges de pratiques, projets de promotion et de communication communs...)
- **Comité technique « Oenotour »** (projet départemental primé aux Iter Vltis Awards 2018)
- **Commission « Agri-Oenotourisme » du Comité Régional du Tourisme** : concertation dans le cadre du nouveau Schéma régional du Tourisme.

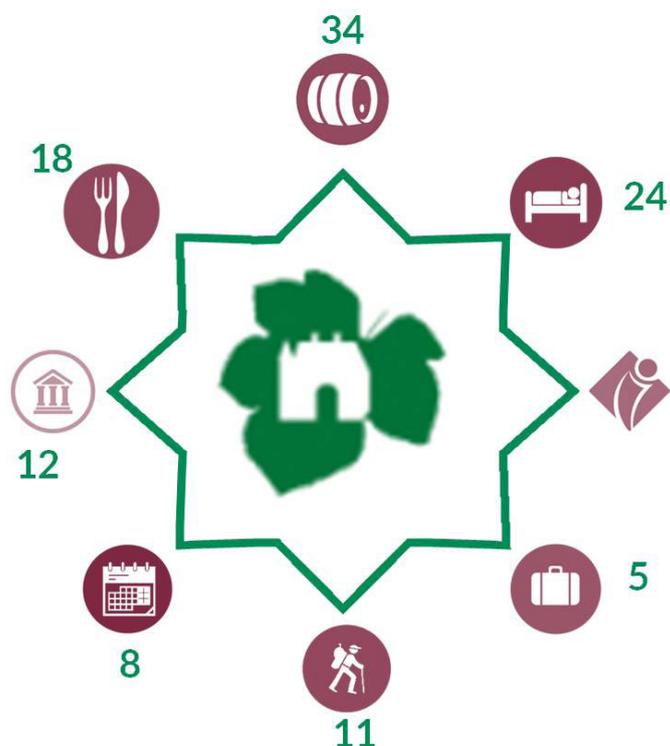
« On écrit
une
histoire... »



2. Vie du réseau : évolution des partenaires au cours des 3 années

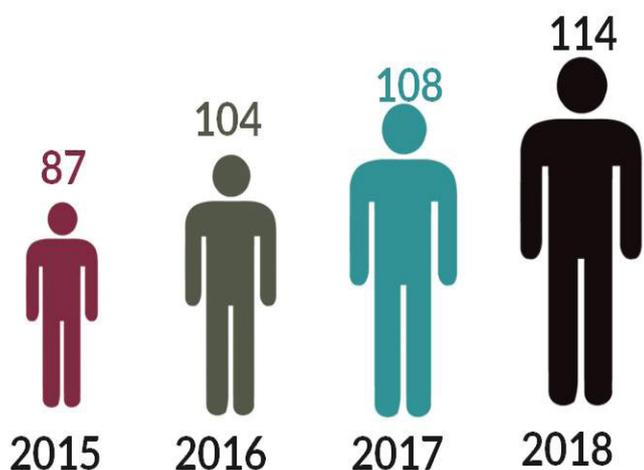
En 2015, lors de notre première candidature, il y avait 87 prestataires et évènements labellisés sur notre destination. **Aujourd'hui, il y en a 114.**

2015	2016	2017	2018	Évolution 2015-2018
21 caveaux	25 caveaux	26 caveaux	34 caveaux	+61,90 %
13 restaurants	18 restaurants	18 restaurants	18 restaurants	+38,46 %
18 hébergements	18 hébergements	18 hébergements	18 hébergements	+33,33 %
13 sites patrimoniaux	13 sites patrimoniaux	13 sites patrimoniaux	12 sites patrimoniaux	- 7,69 %
7 prestataires d'activité	10 prestataires d'activité	11 prestataires d'activité	11 prestataires d'activité	+57,14 %
2 offices de tourisme	2 offices de tourisme	2 offices de tourisme	2 offices de tourisme	=
5 agences réceptives	5 agences réceptives	5 agences réceptives	5 agences réceptives	=
8 évènements	8 évènements	8 évènements	8 évènements	=
87 LABELLISÉS	104 LABELLISÉS	108 LABELLISÉS	114 LABELLISÉS	+31,03 %



Répartition des professionnels labellisés par filière en 2018

«C'est l'excellence sans prétention et avec simplicité...»



3. État des lieux des actions d'animation du réseau depuis l'obtention du label

1. Définition des bases de notre positionnement et mise en place d'éléments de langage en collaboration avec les labellisés.

Lors du dépôt de sa candidature, la destination **Languedoc Cœur d'Hérault** a révélé une offre d'excellence s'appuyant sur des valeurs d'authenticité, de développement durable et de qualité des patrimoines.

Son positionnement s'articule autour de 4 piliers essentiels :

Les vins – Les paysages – Les patrimoines – Les hommes.

Suite à une étude sur le patrimoine viticole en Cœur d'Hérault, lancée en amont de sa candidature en 2014, le Pays Cœur d'Hérault, porteur de la destination, a décidé de faire un plan d'actions reposant notamment sur la volonté de valoriser et mettre en récit les patrimoines oenotouristiques du territoire.

L'objectif étant de collecter les mémoires orales et disposer d'une base documentaire (fonds sonores, photos, archives...) pour ensuite **renforcer la mobilisation des partenaires et partir de leurs témoignages pour construire ensemble un discours partagé et fédérateur**. Ce « discours » sera la ligne directrice à tous les outils de communication assurant la promotion de la destination : reportage photo et vidéo, guide oenotouristique, portail web...

Ainsi en février 2017, la destination a confié cette mission à l'équipe de «Paroles, Paroles» et AOC Tourisme avec Marie-Anges Lasmènes, ethnologue, et France Gerbal-Médalle, formatrice.

Leur travail s'est décomposé en trois temps :



Une enquête ethnologique a été réalisée auprès de 9 caves et domaines partenaires dans le cadre du label Vignobles & Découvertes, soit une cave coopérative et deux domaines indépendants par communauté de communes.

Cette étude a été orientée selon deux principaux axes de recherche afin de collecter des données qualitatives sur :

- l'histoire des structures interrogées
- les valeurs qu'elles souhaitent transmettre à travers leur positionnement et leur représentation du territoire.

A l'issue de ces rencontres, l'ethnologue a réalisé des portraits de chacun et trié chaque récit par thématique.

Parallèlement, une recherche d'archives documentaires et iconographiques a été menée dans le but de constituer un fonds documentaire spécifique au patrimoine viticole capitalisant l'ensemble des données collectées.

De même, une enquête par questionnaires a été menée afin de collecter un maximum de données. Celle-ci a été administrée auprès de deux échantillons de population :

- Les visiteurs du Cœur d'Hérault (40 réponses)
- Les partenaires professionnels du label V&D (33 réponses)

 Cf. annexes pages 174 à 264.

Ce travail de collecte de données a débouché sur 3 ateliers de Storytelling à destination des labellisés :

Atelier 1 : « Partage de connaissances »
Lundi 24 avril 2017 à la Cave coopérative de Saint-Félix de Lodez

09h30–12h30 : L'oenotourisme et le label Vignobles et Découvertes. Etude de cas concrets de destinations déjà labellisées. Atelier participatif sur la notion de « Label Vignobles & Découvertes ».

12h30–14h00 : Déjeuner-dégustation 1 lieu / 1 terroir.

14h00–17h00 : Le Cœur d'Hérault, des patrimoines communs / Les éléments à retenir.

Atelier 2 : « Représentations du territoire et éléments de langage »

Lundi 15 mai 2017 à la Cave coopérative de Saint-Saturnin de Lucian

09h30-12h30 : Analyse des résultats obtenus par questionnaires : les valeurs que les partenaires « Vignobles & Découvertes » ont envie de transmettre. Atelier participatif : les éléments de langage.

12h30-14h00 : Déjeuner-dégustation 1 lieu / 1 terroir

14h00-17h00 : Analyse des résultats obtenus par questionnaires : les pratiques oenotouristiques des visiteurs. Échanges libres.

Atelier 3 : « Synthèse et préconisations »

Lundi 29 mai 2017 au Relais du Salagou (Salelles- du-Bosc)

09h30-12h30 : Présentation de la synthèse de l'étude et des ateliers et échanges libres autour des résultats.

12h30-14h00 : Déjeuner-dégustation 1 lieu / 1 terroir

14h00-17h00 : Les forces et les faiblesses de la dynamique oenotouristique sur le territoire.

Atelier participatif : comment améliorer la structuration de l'offre ? Préconisations.

Ces ateliers ont permis aux professionnels labellisés d'interagir et de s'approprier les éléments de langage, tels que :

Un territoire engagé

(Préservation des paysages, sauvegarde des patrimoines, valorisation d'une production locale et responsable, échange autour d'un métier qui passionne...)

Des professionnels fiers

(La qualité et la diversité des paysages reconnus, un enracinement dans un esprit rural accessible, du travail fourni pour révéler le meilleur des richesses locales, une ouverture au dialogue pour s'investir collectivement sur le territoire et accueillir l'autre...)

La renaissance d'un vignoble de qualité

(Des paysages façonnés et entretenus par l'homme, un patrimoine de pierres sèches qui ponctuent le vignoble et structure les espaces, une révolution qualitative enclenchée dans les années 70 pour valoriser le potentiel et le savoir-faire des vins du Languedoc, une prise de conscience pour améliorer la viticulture locale...)

Des rencontres sincères

(Des paysages puissants et contrastés, à la fois forts, doux et bucoliques, une culture rurale construite autour de l'échange, une attention portée au vin dès la taille, une proximité avec le vigneron...)

= Un territoire déPAYSant où l'on prend le temps de vivre des rencontres

Suite à ces travaux, nos outils de communication ont été réalisés et un dernier atelier de restitution « Savoir raconter le territoire » s'est tenu le 14 mai 2018.



2. Les guides de l'ambassadeur #1 et #2

Afin de faciliter la mise en réseau des partenaires, un **premier guide** de l'ambassadeur a été réalisé en 2017.

Véritable « bible » pour les professionnels, il est distribué à chaque nouvel entrant dans le réseau. Dans ce document, on retrouve une présentation du label et de la destination, le nom de chaque structure porteuse de la marque par catégorie, avec à côté : son interlocuteur principal, son contact téléphonique et son e-mail. Le guide est mis à jour régulièrement et disponible sur le site web de la destination.

Un **second guide** « Raconter le territoire » a été réalisé et met en lumière le travail de mise en récit de nos patrimoines oenotouristiques. Cet outil est fait pour aider les professionnels à s'approprier un langage commun.

 **Cf. annexes pages 265 à 292.**

Un **troisième guide** est en cours de construction. Il se nommera « Savoir Déguster », en référence à l'atelier du 8 octobre dernier (cf. 5. les formations) ; de même l'an prochain un **4^{ème} guide** « Savoir communiquer » en référence à l'atelier prévu en 2019 sortira.

Ces guides permettent de garder une trace des formations qui ont été proposées aux partenaires.

« Cette capacité
à accueillir de
manière individuelle
et personnelle
est primordiale... »



LANGUEDOC COEUR D'HÉRAULT

Guide de l'Ambassadeur #1

L'utilisation du label / Le réseau des labellisés

LANGUEDOC, COEUR D'HERAULT



LANGUEDOC COEUR D'HÉRAULT

Guide de l'Ambassadeur # 2

La Mise en récit de nos patrimoines oenotouristiques

LANGUEDOC, COEUR D'HERAULT



3. Les éductours

Au cours de ces 3 années, les professionnels labellisés ont eu l'opportunité de participer à deux éductours organisés et financés par la destination. Le premier à Gaillac en 2017 et le second à Bordeaux en 2018.

Les objectifs de ces voyages de découvertes étaient nombreux : créer une dynamique de groupe, apprendre à se connaître, prendre du recul sur son activité et voir ce qui se fait dans d'autres régions/destinations.

Les commentaires des participants vont d'ailleurs dans ce sens. Les réponses aux questionnaires de satisfaction post-éductours soulignent notamment les liens qui se sont créés entre les professionnels labellisés de la destination, et la synergie que cela engendre.

 Cf. annexes pages 293 à 298

Eductour Bastides et Vignoble de Gaillac

Date : Lundi 27 mars 2017

Nombre de participants : 39 participants

Le Pays Coeur d'Hérault et ses partenaires ont organisé une première journée de formation et d'échanges à Gaillac, dans le cadre du label national «Vignobles & Découvertes», attribué à la destination oenotouristique du Coeur d'Hérault.

Une journée riche en rencontres :

- Accueil à la Maison des Vins de Gaillac hébergée dans l'Abbaye Saint-Michel.
- Table ronde / échanges sur l'oenotourisme et la démarche Vignobles & Découvertes en gaillacois.
- Déjeuner accord mets et vins au Domaine Vayssette et visite du sentier d'interprétation de la vigne et du paysage.
- Visite de la cave de Labastide de Levis et présentation de son «Parcours de Légende» / Dégustation des vins de Gaillac.

Cette journée bien constructive a permis aux professionnels labellisés et partenaires de se nourrir des expériences sur un autre territoire et d'échanger sur leur vision de l'oenotourisme.

Caveaux	8
Hébergements	10
Restaurants-Bars à vins	6
Sites Patrimoniaux	2
Offices de Tourisme	7
Structures réceptives	6
Activités	2
Autres	8
Total (supérieur au nombre de participants car certains participants sont représentés dans plusieurs catégories)	49

Les participants ont été très satisfaits de cette journée, ils lui ont attribué une note de 4,4/5.

Les points positifs de la journée :

- Organisation de la journée, accueil.
- Meilleure connaissance des professionnels du réseau.
- Echange avec une autre destination sur des idées oenotouristiques, des thématiques communes.

Les points négatifs :

- Manque de temps pour approfondir quelques sujets de discussions.
- Manque d'implication des participants. Suggestion : faire, pour un prochain eductour, des petits groupes.

«Prenez le temps...»

La journée en images



Eductour Bordeaux

Date : Lundi 19 mars et mardi 20 mars 2018

Nombre de participants : 30 participants

Malgré un départ matinal (4h15 du matin) tous nos participants ont fait preuve d'enthousiasme tout au long du voyage : **visite de la cité du vin, visite guidée de Bordeaux** sous un froid et un vent polaires. La première soirée s'est terminée dans un bar à vin «**Un château en ville**», récemment ouvert par le **Château l'Estrille** pour proposer à leurs hôtes la dégustation exclusivement de leurs vins, accompagnés de planches aux saveurs du terroir. Une ambiance conviviale et feutrée pour rencontrer et échanger avec l'**Office de Tourisme de Bordeaux et Gironde Tourisme** (porteur du label en Gironde).

Le deuxième jour, place au partage d'expériences avec la visite de trois domaines, essentiellement féminins, aux approches œnotouristiques très différentes :

- **Château Larrivet-Haut Brion** : visite traditionnelle, présentation des belles découvertes proposées à leurs visiteurs (cuves ovoïdes décorées, jardin de paysagistes), dégustation autour du chocolat ;
- **Château Portets** : château familial classé aux Monuments Historiques, qui présente l'histoire familiale du domaine et la culture du vin sous forme d'une scénographie conviviale, nous a accueillis pour le déjeuner avec un repas «retour du marché».
- **Château Gravas** avec Florence Bernard la propriétaire, un personnage haut en couleurs qui propose une exposition annuelle dans les chais, des événements gourmands et musicaux.

Caveaux	4
Hébergements	7
Restaurants-Bars à vins	3
Sites Patrimoniaux	1
Offices de Tourisme	4
Structures réceptives	3
Activités	5
Autres	7

Les participants ont été très satisfaits de cette journée, ils lui ont attribué une note de 4,8/5. La visite des domaines est ce qu'il leur a le plus plu.

Les points positifs :

- Organisation
- Sélection judicieuse des prestataires
- Visites ludiques et diversifiées
- Enrichissement personnel et professionnel
-> se rendre compte de ce qui démarque le Pays Cœur d'Hérault des autres destinations

Les points négatifs :

- Très dense
- Pas assez de temps pour la Cité du Vin
- Trop court

«Quand on aime
le vin,
on aime manger,
ça fait partie de
sa vie.
C'est un art
de vivre...»

Les 2 jours en images





4. Lettre numérique réseau «Vignobles & Découvertes»

Depuis décembre 2017, tous les labellisés reçoivent la lettre numérique bimestrielle du réseau. Cette lettre fait office de fil rouge et permet aux labellisés d'être au courant des actions en cours menées par la destination, mais également d'être au fait des actualités à venir des professionnels labellisés. Elle participe activement à la vie du réseau.

Elle se compose des rubriques suivantes :

- Edito
- Animation du Réseau
- Communication
- Commercialisation
- L'actu des pros du réseau (agenda)

A ce jour (7 newsletters envoyées), nous enregistrons un taux d'ouverture moyen de 40%.

 Cf. annexes pages 299 à 329



Newsletter - Octobre 2018

[View this email in your browser](#)



La lettre numérique du réseau "Vignobles & Découvertes"
Destination Languedoc, Cœur d'Hérault

#6 Edito

L'été est derrière nous, les vendanges aussi...

Si l'automne pointe le bout de son nez, pas question pour nous de se reposer ! En effet, vient l'heure du renouvellement du label et du bilan de nos actions... (dépôt de notre candidature à Atout France avant les vacances de Noël). Nous remercions d'ailleurs ceux qui ont pris quelques minutes de leur temps pour répondre à notre questionnaire d'évaluation. Nous vous ferons un bilan détaillé lors de notre comité de pilotage fin décembre.

La rentrée est synonyme également de rendez-vous professionnels immanquables. Pour nous, ce sera le salon "Destination Vignobles" les 15, 16 et 17 octobre et les premières Assises Nationales de l'Oenotourisme le 20 novembre prochain. On vous explique tout dans la lettre !

Bonne lecture et à bientôt !

Animation du Réseau

Retour sur la Fête de la Gastronomie - Goût de France

Fin septembre, notre destination participait pour la première fois à la fête de la Gastronomie-Goût de France. 7 labellisés Vignobles & Découvertes (La Chocolaterie du Blason, Oli d'Oc, Castelbarry, Virgile Joly, Le Restaurant le Pressoir, La Vinothèque de la Maison du Grand Site de France au Pont du Diable et le Château Rieutort) ont répondu présents. Portes ouvertes, marchés, quizz, dégustations, accords mets & vins... étaient proposés au public.

Si pour la plupart, cette première édition a été une réussite auprès des locaux (grâce aux relais qu'ils ont pu faire en amont), nous notons le manque de communication et de visibilité de l'évènement, notamment dans les médias et affichages publics.

Nous avons d'ailleurs fait un point au Comité Régional du Tourisme d'Occitanie qui encourageait les destinations Vignobles & Découvertes à s'investir. Nous espérons un soutien plus important de leur part pour une prochaine édition.

Convaincus toutefois du réel attrait des visiteurs pour ce type de manifestation, nous souhaitons mettre les bouchées doubles l'an prochain et profiter de cet évènement national pour relancer les Floréales du Vin et mettre en avant tous les labellisés Vignobles & Découvertes. Nous reviendrons très prochainement vers vous pour établir ensemble un programme. **Vous pouvez d'ores et déjà retenir les dates, ils s'agit du 22,23 et 24 mars 2019.**

A noter, le même week-end se tiendra le cross national des pompiers au lac du Salagou. Plus de 3000 personnes venues de toute la France sont attendues sur le territoire, une belle opportunité pour nous de faire découvrir notre destination !

5. Les formations

2015	2016
	 
<p>Afin de correspondre aux critères exigés par le label, un travail a été fait (en amont de la candidature en 2015) avec les restaurateurs pour traduire leurs menus et cartes des vins en anglais.</p> <p>13 restaurateurs ont bénéficié de cet accompagnement.</p>	<p>En février 2016, une formation « accueil en anglais » a été organisée avec la Chambre d'Agriculture de l'Hérault. Cette formation s'est déroulée sur 3 jours et a eu lieu chez des caveaux labellisés.</p> <p>Le 8 février au Clos de l'Amandaie, à Aumelas « Présenter son domaine et ses activités en anglais »</p> <p>Le 22 février au Château Vaillé, à Sallelles du Bosc « Animer la visite de sa cave en anglais »</p> <p>Le 29 février, au Vignoble des 2 Terres, à Saint Félix de Lodez « Vendre ses vins au caveau en anglais »</p> <p> Cf. annexes pages 330 à 331.</p> <p>4 caveaux ont participé à cette formation.</p>

2017	2018
	
<p>Du 11 avril au 24 mai 2017, la mission Tourisme du Pays Cœur d'Hérault a accueilli dans ses locaux un stagiaire sommelier conseil en formation à l'Université du Vin*, à Suzes-la-Rousse Bernard Bardou.</p> <p>Anciennement responsable de la Maison des Vins du Languedoc, il a su proposer un accompagnement personnalisé aux restaurateurs afin de :</p> <ul style="list-style-type: none"> réaliser un diagnostic (avis carte des vins, période d'ouverture, compétence de l'équipe pour parler des vins, traduction en langues étrangères, type de cuisine, label qualité obtenu, référencement dans un guide...) les conseiller dans l'élaboration de leur carte des vins, leur proposer des accords mets & vins, et les appuyer dans la création d'événementiels autour du vin. <p>9 restaurateurs ont bénéficié de cet accompagnement.</p>	<p>Suite à une demande formalisée par les professionnels labellisés lors de différentes rencontres, une formation « Savoir Déguster » a été organisée le 8 octobre dernier, au Domaine de la Grande Sieste, à Aniane.</p> <p>En petits groupes, les labellisés ont participé à 3 ateliers :</p> <ul style="list-style-type: none"> l'art de la dégustation, la connaissance du terroir, les domaines de la destination Vignobles & Découvertes. <p>La matinée s'est clôturée par le « défi des œnologues » où chaque équipe a dû créer sa propre cuvée (assemblage de mono-cépages, création d'une étiquette, choix du nom, mise en place d'une histoire autour du vin...).</p> <p>32 partenaires labellisés y ont participé.</p> <p>A noter, le fait de travailler en petits groupes a favorisé l'échange entre les professionnels.</p>

* L'Université du vin de Suzes-la-Rousse est une structure éducative professionnelle dédiée à la connaissance et à la culture du vin, créée en 1978 avec le soutien des organisations vigneronnes, vitivinicoles, territoriales et universitaires.

Atelier «Savoir déguster» en images



6. Accompagnement technique et financier des porteurs de projet de la destination

Tout au long de l'année, le Pays Cœur d'Hérault coordonne et soutient les projets publics et privés du territoire. Il propose notamment une aide technique ainsi que de l'ingénierie financière à travers différents outils :

- **Le programme européen LEADER**, qui participe au financement de projets locaux privés. Ce dispositif financier est notamment articulé autour de l'axe « Valorisation et promotion des richesses et savoir-faire du Cœur d'Hérault ». Il permet d'aider les professionnels du tourisme à s'adapter aux clientèles du marché et rendre encore plus lisible et visible la destination.

Un appel à projets « Tourisme » a permis de soutenir la création et le développement d'hébergements de groupes ou d'activités innovantes en Cœur d'Hérault.

 **Cf. annexes pages 338 à 346**

Le label Vignobles & Découvertes ayant été positionné comme un critère qualifiant, plusieurs porteurs de projets labellisés ont pu être financés grâce au programme Leader : études préalables à la réhabilitation de la cave coopérative de Saint-Jean-de-la-Blaquière, création d'un parcours spéléo dans la grotte de Clamouse, rénovation du caveau de Saint-Saturnin-de-Lucian et Montpeyroux, activités de vélos et trottinettes électriques dans les vignes, etc.

- **La pépinière d'entreprises du Pays Cœur d'Hérault**, qui est un outil structurant territorial d'accompagnement de projets innovants ou à fort potentiel de développement. L'accompagnement s'inscrit dans la durée (2 ans avant la création jusqu'à 5 ans après la création). Certains labellisés de la destination sont intégrés en pépinière : l'agence Escapéo (activités nature) ou encore Cantercel (site expérimental d'architecture et gîte labellisé).

La mission «Tourisme» du Pays, qui anime le label Vignobles & Découvertes, accueille les labellisés et les accompagne vers les partenaires et outils financiers adéquats en fonction de leur projet.



 Voir dossier de presse en annexe.

1. Usage du panonceau

Chaque nouveau bénéficiaire de la marque « Vignobles & Découvertes » reçoit de la destination et de ses référents le panonceau du label. A la date du dépôt de candidature, **92 des 106 partenaires* font usage du panonceau soit 87 %** (*les évènements n'étant pas concernés).

Les professionnels n'ayant pas apposé le panonceau sur leur devanture/façade ont évoqué pour la plupart des problèmes techniques pour la fixer (ex. baie vitrée à l'entrée du domaine), ou de législation (ex. bâtisse classée au titre des Monuments Historiques...).

Concernant le problème des baies vitrées, certains nous ont soumis l'idée de proposer des adhésifs à la place des plaques.



2. Mise en place d'une charte d'utilisation des supports de communication

Au cours de ces trois ans, la destination *Languedoc, Cœur d'Hérault* s'est structurée et de nombreux outils et supports de communication ont vu le jour. Afin d'aider les professionnels labellisés, nous avons créé une charte d'utilisation des supports de communication. Ce document présente tous les outils et supports mis à leur disposition et explique dans quel cadre les utiliser/demander.

 Cf. annexes pages 347 à 350.

3. Les dépliants et supports de communication de la destination

1. Reportage photos et vidéo

Dans le cadre de la mise en œuvre du plan d'actions de la destination, le Pays Cœur d'Hérault a souhaité disposer d'une photothèque thématique et d'un film court afin d'assurer la qualité de communication de la marque, auprès de son réseau de professionnels labellisés et de ses visiteurs. Ainsi entre juillet et octobre 2017, le photographe Olivier Diaz de Zarate a sillonné le territoire et ses 77 communes.

Ses clichés et son film reposent sur les éléments de langage et valeurs fondatrices de la destination (engagement, fierté, renaissance, sincérité) et font la part belle :

- **aux paysages naturels**

Les Grands Sites, les paysages viticoles et oléicoles, la géologie, la garrigue, les reliefs, le ciel, le soleil, le vent...

- **aux caves coopératives et particulières**

Portraits d'acteurs économiques : vignerons, maîtres de chais, propriétaires ; vue de l'environnement, des gestes métier, illustration de la convivialité...

- **aux hébergements & à la restauration**

Valorisation du vin, des produits locaux, – portraits de chefs, sommelier..., vues d'ambiances

- **au patrimoine**

Valorisation des sites patrimoniaux du territoire en lien avec le label « Vignobles & Découvertes »

- **aux activités**

Valorisation des activités des prestataires labellisés, notions de rencontre et de partage : dégustations, cours et stages d'œnologie ; balades...

- **évènementiels**

Valoriser les évènements liés au vin comme le Festival des vins d'Aniane, les visites œnotouristiques, les marchés, les soirées-concerts dans les domaines viticoles.

Ce reportage photographique a servi de base à la création des différents supports et outils de communication de la destination.

Il est disponible sur demande pour les partenaires bénéficiaires de la marque.

Le film de promotion de la destination « Languedoc, Cœur d'Hérault » est visible depuis le début d'année sur la plateforme Vimeo (1234 vues au 10/12/2018) ; sur la page d'accueil du site internet et la page Facebook de la destination. Il a été partagé 136 fois.

Il est également à la disposition des labellisés. Ex. L'huilerie Oli d'Oc la diffuse en boucle dans son magasin.



2. Le document d'appel

Sorti en janvier 2018, ce document se nomme « Prenez le temps ». Il met en avant les différentes facettes de l'offre oenotouristique en *Languedoc, Cœur d'Hérault* et son positionnement « slow tourisme ». La part belle est faite aux visuels issus du reportage photos et les phrases sont tirées des entretiens avec les vignerons de la destination. Il est traduit en anglais.

Edité en 7.000 exemplaires, ce document est diffusé aux professionnels bénéficiaires de la marque et aux Offices de Tourisme partenaires.

 Cf. annexes pages 351 à 352.



3. Les chevalets

Edité en 2.000 exemplaires à la même période que le document d'appel, ce support souhaite la « Bienvenue au cœur de notre vignoble ». Il a été distribué à tous les labellisés et doit être mis à l'accueil de chaque établissement, ainsi que sur les tables pour les restaurants, et dans les chambres pour les hébergements.



4. Les verres

1500 verres estampillés *Languedoc, Coeur d'Hérault* ont été commandés par la destination en avril 2018 et proposés gracieusement aux labellisés organisant des dégustations.

Ces verres de dégustation permettent aux professionnels de proposer des dégustations de qualité dans des verres adaptés, tout en participant à la promotion de la destination et du label.

A ce jour, 32 labellisés (domaines, hébergeurs, restaurateurs) se sont montrés intéressés pour obtenir ces verres et 924 verres ont été distribués.

*A noter, certains labellisés, présents depuis la genèse de la destination en avaient reçu avant le dépôt de la candidature via le club Floréales du Vin.



5. Les drapeaux

Début 2018, la destination a créé deux drapeaux flamants destinés à être utilisés lors d'événements professionnels ou grand public. Ces drapeaux peuvent être empruntés par les labellisés.



6. Les autres supports en cours de réalisation

Une carte viticole de la destination (format sous-main), des drop stop, ice-bags et sacs-porte bouteille (pour assurer une consommation responsable) aux couleurs de la destination sont en cours de réalisation.

Ils seront prêts pour la saison 2019.

4. Communication numérique (internet et réseaux sociaux)

1. Site internet dédié

Le site www.languedoc-coeur-herault.fr a été mis en ligne et présenté aux partenaires le 4 juin 2018, lors des rencontres annuelles du réseau.

Ce site répertorie les fiches Tourinsoft de tous les partenaires labellisés, propose une carte interactive de la destination, met en avant les horaires d'ouverture des caveaux, les événements des labellisés, présente la destination et ses particularités (les vins, les paysages, les patrimoines, les hommes), met à disposition du visiteur des brochures en téléchargement.... Evolutif, une grande part est dédiée au rédactionnel et aux images.

Actuellement effectif en français, sa version anglaise sera opérationnelle courant 2019.

Un travail de référencement a également été lancé en fin d'année pour améliorer sa visibilité.

Voici les chiffres des 6 premiers mois (du 04/06/2018 au 03/12/2018) :

- 2 166 visites
- 1 465 visiteurs
- 10 312 pages vues
- 93,66% de visiteurs français
- Nombre moyen de pages vues/visite : 4,76 pages vues par visite
- Temps moyen de passage sur le site : 5 min et 22 sec



2. Page Facebook dédiée

Créé le 7 mars 2013 pour promouvoir l'évènement « **Les Floréales du vin** » proposé par le Pays Cœur d'Hérault, cette page Facebook est depuis 2016 dédiée à la promotion de la destination Languedoc, Cœur d'Hérault :

- Interaction avec les labellisés et les visiteurs.
- Promotion des animations organisées par la destination.
- Valorisation de l'actualité des labellisés.
- Promotion du site internet.
- La page Facebook compte à ce jour près de **550 abonnés et un total de 580 publications.**
- En moyenne, il y a 3 publications/semaine depuis 2018 (1,65 /semaine depuis 2013).

«... Écouter notre
histoire singulière...»

Lien : <https://www.facebook.com/florealesduvin/>

facebook

Adresse e-mail ou mobile: amelie.gobin@coeur-he Mot de passe: [] Connexion

Informations de compte oubliées ?

LANGUEDOC COEUR D'HÉRAULT

vignobles & découvertes

Languedoc, Cœur d'Hérault

Les Floréales du vin @florealesduvin

Accueil

Publications

Avis

Vidéos

Photos

À propos

Communauté

Évènements

Vidéos en direct

Infos et publicités

Créer une Page

J'aime Partager Envoyer un message

Envoyer un message

Publications

Les Floréales du vin Hier à 02:57 · []

[Navettes et parking gratuit au Pont du Diable pour les vacances] 🇪🇺 🇫🇷 🇫🇷

Du 20 octobre au 4 novembre, les navettes au départ du Pont du Diable et en direction de la grotte de Clamouse et de Saint-Guilhem-le-Désert reprennent du service ! Gratuités, elles fonctionneront tous les jours de 11h à 17h30, avec un départ prévu toutes les 30 minutes. Et comme une bonne nouvelle n'arrive jamais seule...Le parking du Pont du Diable, est lui aussi gratuit! 😊

Crédit Photo : Antonnella Ka... Afficher la suite

J'aime Commenter

1 partage

Rechercher publications sur la Page

Les Floréales du vin Vins et vignobles à Clermont Hérault, Languedoc-Roussillon, France

LANGUEDOC COEUR D'HÉRAULT

À PROPOS LES FLOREALES DU VIN

Our Story

La destination "Languedoc, Cœur d'Hérault" constitue un authentique territoire viticole, marqué par ...

Afficher plus

Communauté Tout afficher

525 personnes aiment ça

525 personnes suivent ce lieu

À Propos Voir tout

3. Page Instagram dédiée

La destination anime également une page Instagram sous l'hashtag : **#languedoccoeurdherault**.

Créée le 15 juin 2018, la page dédiée comptabilise en quelques mois déjà **531 abonnés** et **46 publications**.

En moyenne, il y a 2 ou 3 publications par semaine. En pleine expansion, ce réseau social permet de toucher un autre public, plus jeune et connecté !



Instagram



4. Partenariat avec le blog « Sucré salé en Languedoc »

Afin de toucher de nouveaux internautes, la destination *Languedoc, Cœur d'Hérault* a développé un partenariat avec la bloggeuse Mathilde Bavoillot, ancienne attachée de presse à Hérault Tourisme.

Amoureuse de son terroir et des bonnes choses, Mathilde nous fait découvrir à travers son blog <http://sucré-salé-en-languedoc.fr/>, ses recettes, ses coups de cœur culinaires, ainsi que ses bonnes adresses de restaurants et de caveaux. Tous les caveaux et restaurants labellisés de la destination ont ainsi la possibilité de bénéficier d'une visite-rencontre avec la bloggeuse, qui en extrait un article visible sur son site. 11 caveaux ont déjà manifesté leur intérêt pour ce partenariat.

Sucré Salé en Languedoc, mais pas que...

D'ici et d'ailleurs

Accueil / Sucré / Salé / Bonnes adresses / Mes recettes / Pas que... / Agenda / Me contacter



Sucré, salé en Languedoc, envie de vous réveiller les papilles...

SUIVREZ-VOUS SUR FACEBOOK



«... Les gens se sentent bien !
Les gens nous disent qu'ils
se sentent comme chez eux,
parce qu'ils peuvent descendre
en pyjama
pour aller prendre
le petit-déjeuner...»

5. Promotion et commercialisation

1. Plan Marketing en partenariat avec l'ADT 34

Afin de renforcer la notoriété et l'image du Cœur d'Hérault et de ses sites, des actions de promotion ont été mises en place ces trois dernières années à l'échelle de la destination grâce à l'appui d'Hérault Tourisme. Le plan d'actions a été revu chaque année en fonction des objectifs. Pour exemple, le plan d'actions 2017 :

- **Campagne e-marketing Bassin de vie :**

Dans l'objectif de communiquer sur les offres de loisirs de proximité et enrichir la base de données partenariales, 6 activités par trimestre ont été proposées sous forme de jeu-concours. Un plan média complète le dispositif (posts et publicités Facebook notamment). Plus de 10.000 visites générées.

- **Envoi de 3 newsletters « Pays Cœur d'Hérault » :**

Auprès de 30.000 prospects sur des thèmes spécifiques (Grands Sites, loisirs nature, patrimoine...), avec des idées de sorties à la journée, courts séjours et agenda des événementiels.

- **Campagne Web Marketing France :**

Mise en avant de la destination Cœur d'Hérault via 6 activités thématiques (375.000 visites en 2017 dont 22% de parisiens) et envoi de 5 newsletters dédiées reprenant les offres de séjours, vidéos, événementiels... auprès de 130.000 destinataires.

- **Campagne E-newsletter « Europe » :**

Dans l'objectif de renforcer la notoriété et la visibilité de la destination Hérault à travers les offres produits auprès des marchés prioritaires européens, envoi d'e-news thématiques à près de 4 millions de destinataires (prospects Atout France).

- **Campagnes « Facebook ads » :**

Campagne de référencement à l'année sur Facebook pour diffuser et cibler l'offre de loisirs selon les profils de clientèles et secteurs géographiques (25 campagnes réalisées en 2017).

En 2018, un budget a été spécifiquement alloué pour valoriser le label Vignobles & Découvertes de la destination sur la plateforme Facebook.



6 « Facebook Ads » ont pu être réalisées :

Facebook Ad 1 : mise en avant des Journées des Producteurs à la Baume Auriol

Cible choisie : les 27-65 ans de : Montpellier, Lodève, Béziers, Rodez, Toulouse

Date parution : 03/08/2018

Nombre de personnes touchées : 39 520 personnes

Nombre de clics : 979 clics

The screenshot shows a Facebook post from the page 'Plaisirs d'Hérault', which is sponsored. The text of the ad reads: 'Le 10 août, à la Maison du Grand Site du Cirque de Navacelles : dégustez toutes les saveurs de notre terroir : vins AOC Terrasses du Larzac, olives, charcuterie, fromages et bien d'autres délices ...'. Below the text are two images: one showing a glass of red wine and a plate of food, and another showing a large spread of various products including bottles, jars, and bread. At the bottom of the ad, it says 'TOURISME-LODEVOIS-LARZAC.FR', 'Découvrez les saveurs du Lodévois et Larzac', and 'Le 10 août à la Maison du Grand Site de la Baume...'. The Facebook interface elements like 'J'aime la Page', 'J'aime', 'Commenter', and 'Partager' are also visible.



Facebook Ad 2 : Mise en avant du programme de la Fête de la Gastronomie

Cible choisie : les 25-70 ans de : Montpellier, Lodève, Béziers, Bédarieux /Haut Languedoc, Pic Saint Loup

Date parution : 10 et 17 septembre 2018

Nombre de personnes touchées : 29 552 personnes

Nombre de clics : 1 776 clics

Facebook Ad 3 : Mise en avant des ateliers de dégustation à la Vinothèque au Pont du Diable pour les vacances de la Toussaint

Cible choisie : les 30-65 ans de : Montpellier et 50 km aux alentours, Béziers et 50 km aux alentours.

Date parution: le 12 octobre 2018

Nombre de personnes touchées : 27 833 personnes

Nombre de clics : 500 clics



Plaisirs d'Hérault

Sponsorisé · 🌐

👍 J'aime la Page

Les 21,22 et 23 septembre, venez chez nos labellisés Vignobles & Découvertes. Dégustations, accords mets & vins, portes ouvertes d'une chocolaterie, fête de la AOP Lucques... Ce week-end aura du goût !



LANGUEDOC-COEUR-HERAULT.FR

En Cœur d'Hérault, on fête la gastronomie !

Un week-end pour déguster et savourer les vins et...

En savoir plus

👍 J'aime

💬 Commenter

➦ Partager



Tourisme Saint Guilhem Vallée de l'Hérault

Sponsorisé · 🌐

La sommelière de la vinothèque du pont du Diable vous invite à découvrir les différentes facettes des vins.



SAINTGUILHEM-VALLEEHERAULT.FR

Ateliers d'initiation à la dégustation

Apprendre à décrire un vin, comprendre à quelle...

En savoir plus

👍 J'aime

💬 Commenter

➦ Partager



Facebook Ad 4 : Mise en avant de la vidéo et du site internet www.languedoc-coeur-herault.fr

Cible choisie : les 30-54 ans de : Carcassonne, Toulouse, Bordeaux, Lyon, Clermont Ferrand et les villes à 100km à la ronde de Lodève

Date parution : 12 octobre 2018

Nombre de personnes touchées : 41 295 personnes

Nombre de clics : 5 474 clics

Facebook Ad 5 : Mise en avant du site www.languedoc-coeur-herault.fr et sa rubrique « S'évader »

Cible choisie : les 27-65 ans de : Montpellier, Lodève, Béziers, Rodez, Toulouse

Date parution : 03/08/2018

Nombre de personnes touchées : 39 520 personnes

Nombre de clics : 979 clics

Plaisirs d'Hérault
Sponsorisé · 🌐

Prenez le temps en Languedoc, Cœur d'Hérault !



Pour une pause authentique, c'est ici !

Partez à la rencontre de nos vignerons, vivez nos paysages, pique-niquez dans les vignes, goûtez aux saveurs de notre terroir et découvrez notre histoire à votre rythme...

En savoir plus

👍 J'aime

💬 Commenter

➦ Partager

Plaisirs d'Hérault
Sponsorisé · 🌐

👍 J'aime la Page

Profitez des couleurs automnales pour découvrir le Languedoc, Cœur d'Hérault... Vélo, oenorando, petit train à travers les vignes, visites, activités poterie... à vous de choisir !



LANGUEDOC-COEUR-HERAULT.FR

Des idées d'activités pour toute la famille !

Visite patrimoniale, pause détente, activités sportives,...

En savoir plus

👍 J'aime

💬 Commenter

➦ Partager

Facebook Ad 6 : Mise en avant du week-end de Pleine Nature à Cabrières

Cible choisie : les 30-50 ans de : Montpellier, Narbonne, Carcassonne, Nîmes...+villes à +ou- 2h de Clermont-l'Hérault

Date : 9 novembre 2018

Nombre de personnes touchées : 25 607 personnes



Office de Tourisme du Clermontais

Sponsorisé · 🌐

Les 17 et 18 novembre venez découvrir à pied ou à VTT un terroir d'exception : un week-end 100% Pleine Nature et Gastronomique à Cabrières



CLERMONTAIS-TOURISME.FR

Le temps d'un week-end, la pleine nature s'invite à Cabrières.

En savoir plus

J'aime

Commenter

Partager

2. La participation à des salons commerciaux

Salon Vinisud

Créé en 1994, le salon montpellierain VINISUD s'est affirmé comme la vitrine du premier vignoble mondial, la Méditerranée. Chaque édition rassemble la majorité des producteurs de vins méditerranéens et acheteurs professionnels de tous les continents : 20.000 visiteurs / acheteurs (dont 6.000 internationaux) lors de la dernière édition.

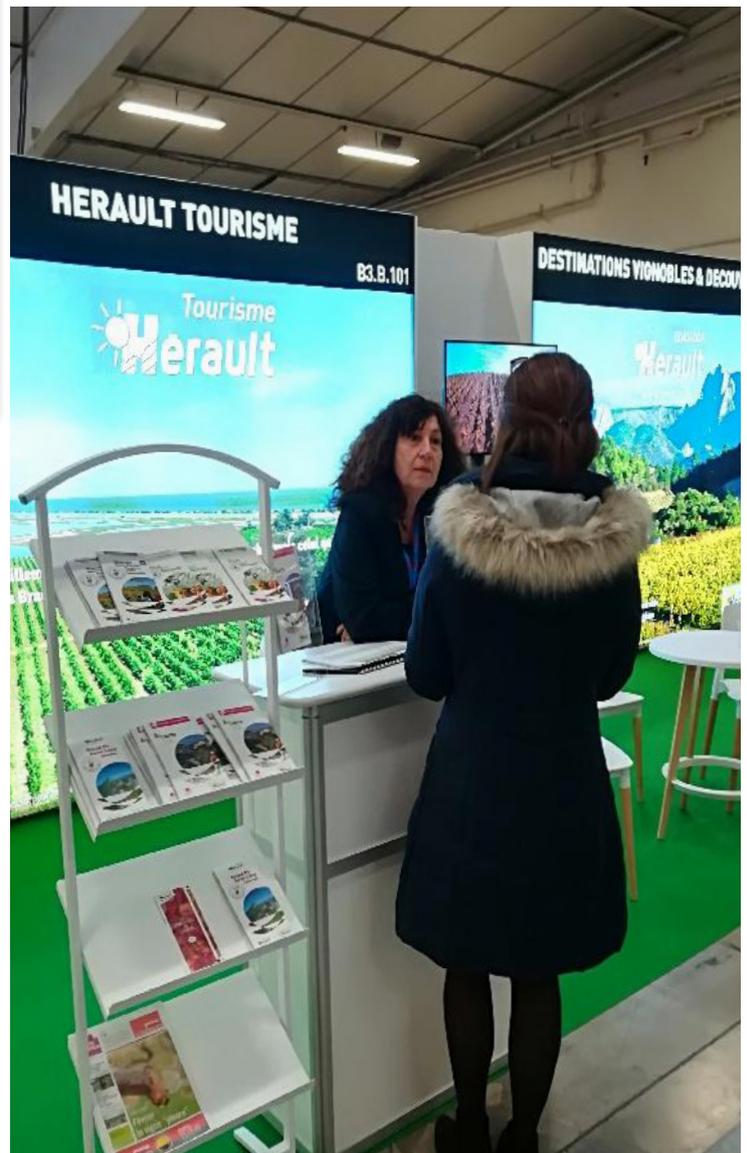
En 2017 et 2018, la destination Languedoc, Cœur d'Hérault était présente sur l'espace Wine Mediterranean Tourism du salon Vinisud, sous la bannière d'Hérault Tourisme, et avec ses partenaires : autres territoires Vignobles & Découvertes, Gîtes de France, Chambre d'Agriculture et Comité Départemental de la Randonnée Pédestre.

De nombreux contacts ont été pris avec la presse, les importateurs, les réceptifs, vigneron, consultants, étudiants, photographes, restaurants, offices de tourisme, cavistes... Lors de la dernière édition, deux moments particulièrement forts ont animé le stand :

- **Le lancement de l'Oenotour** par Kleber Mesquida, Président du Conseil Départemental de l'Hérault, une semaine avant une présentation à Paris pour le salon de l'Agriculture.

- **La visite de M. Alexandre Lazareff** à l'origine avec M. Paul Dubrulle de la création du Conseil Supérieur de l'Oenotourisme et en 2009 du label National Vignobles & Découvertes.

M. Alexandre Lazareff était très satisfait de voir le label Vignobles & Découvertes mis à l'honneur dans ce salon : «C'est un acte fort de communication révélateur du dynamisme de ce territoire vis à vis de l'oenotourisme»



Destination Vignobles

Les 16 et 17 octobre derniers, se tenait à Bordeaux la 6^{ème} édition du workshop «Destination Vignobles». Destinée à promouvoir les vignobles français auprès des Tours Opérateurs étrangers et organisée par Atout France, cette manifestation a pour vocation d'accroître la mise en marché de la « France des vignobles et des vins ».

Le service commercial d'Hérault Tourisme qui faisait partie des exposants avait pour mission de faire la promotion des offres oenotouristiques des différentes destinations Vignobles & Découvertes du département dont « Languedoc, Cœur d'Hérault ».

«... Simplement
appréciez notre
rencontre...»

Visite de Jean Baptiste Lemoine, Secrétaire d'état auprès du ministre de l'Europe et des Affaires étrangères Jean-Yves Le Drian, sur le stand d'Hérault Tourisme



6. Partenariat avec des projets oenotouristiques

1. La Fête de la Gastronomie « Goût de France, les 21, 22 et 23 septembre 2018

Le Comité Régional du Tourisme Occitanie, chargé de relayer l'évènement national de la Fête de la Gastronomie sur la région, a sollicité en mai 2018 les destinations labellisées Vignobles & Découvertes pour mettre en avant l'offre oenotouristique de l'Occitanie pendant 3 jours.

La destination «Languedoc, Cœur d'Hérault» avec ses 3 offices de tourisme intercommunaux a proposé suite à cet appel à candidature de fédérer ses professionnels labellisés autour de l'évènement et de communiquer sur les animations prévues (sur son site internet, sur ses réseaux sociaux, auprès de la presse...).



Ainsi, le week-end du 21,22 et 23 septembre dernier, 6 évènements se sont déroulés sur le territoire avec 7 professionnels labellisés :

- La Chocolaterie du Blason, à Clermont l'Hérault a ouvert les portes de son laboratoire au public.
- L'Huilerie Oli d'OC organisait la Fête de l'AOP Lucques.
- Le Domaine Virgile Joly, à Saint-Saturnin-de-Lucian, en collaboration avec le restaurant le Pressoir a organisé une après-midi autour de la naissance du millésime 2018, avec dégustation des jus à même la cuve, dégustation de la gamme bio avec en accords des amuses bouches, suivi d'un dîner avec accords mets & vins le soir.
- La Cave Coopérative de Castelbarry, à Montpeyroux, a organisé une initiation à la dégustation - analyse sensorielle.

- Le Château Rieutort, à Saint Pargoire a proposé un déjeuner sur le thème de la vigne avec des animations, suivi d'une dégustation de vins, visite de cave et accès à son spa. Une remise sur l'hébergement était également proposée aux participants.
- La sommelière de la Vinothèque et le chef de la Brasserie du Terroir, à la Maison du Grand Site de France au Pont du Diable, ont proposé un déjeuner accords mets & vins.

Cette première participation à la Fête de la gastronomie a été positive. Les professionnels ont perçu un réel intérêt de la part des locaux. L'idée en 2019 est de réitérer l'opération en relançant l'évènement « Les Floréales du Vin » avec tous les labellisés et en mettant en place un réel plan de communication pour toucher un plus grand nombre : locaux et visiteurs.



2. « Escapade Nature sans voiture » avec le Réseau des Grands Sites de France

Dans le cadre d'une convention, le Réseau des Grands Sites de France (RGSF), Hérault Tourisme et le Pays Cœur d'Hérault se sont engagés avec trois Grands Sites de France labellisés ou en projet (Cirque de Navacelles, Saint-Guilhem-le-Désert-Gorges de l'Hérault et Salagou-Cirque de Mourèze) à co-porter un projet d'itinérance.

Une première phase de diagnostic de l'offre d'itinérance douce et touristique (hébergement, restauration) existante, réalisée par Marika Arabi-Onnela, consultante, a permis de confirmer la possibilité d'itinérance à l'intérieur et entre les Grands Sites (liaisons transports en commun, vélo, pédestres...). Ce recensement et une première proposition d'itinéraires test ont été réalisés. Ils s'appuient uniquement sur les sentiers et modes de transport existants.

Un travail de concertation approfondi avec les acteurs du territoire a permis de définir un itinéraire précis et des offres de découvertes qui soient en cohérence avec les valeurs portées par les Grands Sites de France. Les professionnels labellisés Vignobles & Découvertes de la destination ont été particulièrement valorisés.

Un road book et une carte pour aider le voyageur à préparer son périple ont été créés, ainsi qu'une vidéo de promotion :

<https://www.youtube.com/watch?v=caks9sHwyvA>

Ce projet a reçu le soutien du ministère en charge du Tourisme / DGE et fait également partie du partenariat qui lie le RGSF avec la Caisse des Dépôts.

 Cf. annexes pages 357 à 369



3. L'Oenotour de l'Hérault

Sensible au développement du tourisme viticole, le Département a souhaité le soutenir et le valoriser en lançant un concept inédit : L'Oenotour de l'Hérault. Né d'une synergie entre viticulteurs, professionnels agricoles et du tourisme, l'Oenotour s'appuie sur un maillage de caveaux-étapes ambassadeurs de la richesse de leurs territoires qui s'engagent à promouvoir les pôles d'attractivité à proximité (sites et patrimoines, cultures et traditions, sports de nature, loisirs), proposent des séjours sur place ou à proximité et assurent une visibilité de l'offre œnotouristique aux alentours.

La destination *Languedoc, Cœur d'Hérault* est associée à la mise en œuvre de ce projet en faisant partie de son comité technique. Des liens

réguliers avec les services du Département et Hérault Tourisme ont pour objectif de valoriser au mieux la destination et ses professionnels à travers les différentes actions et outils de communication proposés par l'Oenotour.

Le 28 juin 2018, le département organisait la première Fête de l'Oenotour à l'Hôtel du Département de Montpellier. Sous forme d'un marché, chaque destination Vignobles & Découvertes de l'Hérault était représentée dans le jardin. Une belle occasion pour notre destination de toucher de nouveaux publics.

Ce projet a été lauréat de la sélection nationale Iter Vitis Awards 2018.

Département
Hérault
FÊTE

L'ŒNOTOUR
HÔTEL DU DÉPARTEMENT | MONTPELLIER
JEUDI 28 JUIN | 18H30

SOIRÉE SWING
AVEC HIPPOCAMPUS JASS GANG

AUTOUR DU MARCHÉ
VINCŒURS & SAVEURS

ENTRÉE LIBRE & GRATUITE

«... Goûtez au plaisir de nos vins...»

4. Le week-end des Oeno-randos

Les 17 et 18 novembre derniers, Cabrières et Pégairolles-de-l'Escalette étaient en fête pour le week-end de l'Oenorando. Organisé par la Fédération Française de Randonnée Pédestre de l'Hérault, les caves coopératives des deux communes (labellisées Vignobles & Découvertes) et les Offices de Tourisme du Clermontais et du Lodévois & Larzac, cet évènement avait pour objectif de mettre en exergue la dynamique de ce concept innovant. Pour l'occasion, un stand de documentation Vignobles & Découvertes étaient en libre service pour les randonneurs sur les sites de Cabrières et Pégairolles-de-l'Escalette.

** Pour rappel, les Oenorando sont des circuits créés par la FFRandonnées 34. Ils associent pratique de la randonnée, esprit convivial et rencontre subtile avec les vins de la région. La première à avoir vu le jour est celle de Cabrières et la dernière celle de Pégairolles ! Aujourd'hui, on en compte 15 sur le département dont 6 sur le Languedoc, Cœur d'Hérault !*



«... cette garrigue, ces petits mazets en pierres, cette diversité de paysages et de végétation...»



L'écoute client et la démarche de progrès

1. Les outils d'écoute client mis en place

Le positionnement d'excellence de la destination implique une mise en œuvre d'outils d'analyse de la satisfaction clients et d'évaluation des actions adaptés au contexte. Une capitalisation sur les outils déjà existants (questionnaires de satisfaction des offices de tourisme, démarche qualité...), ainsi que la mise en place d'un outil spécifique permettant aux visiteurs de s'exprimer ont été réalisés.

1) Questionnaires Qualité des Offices de Tourisme partenaires

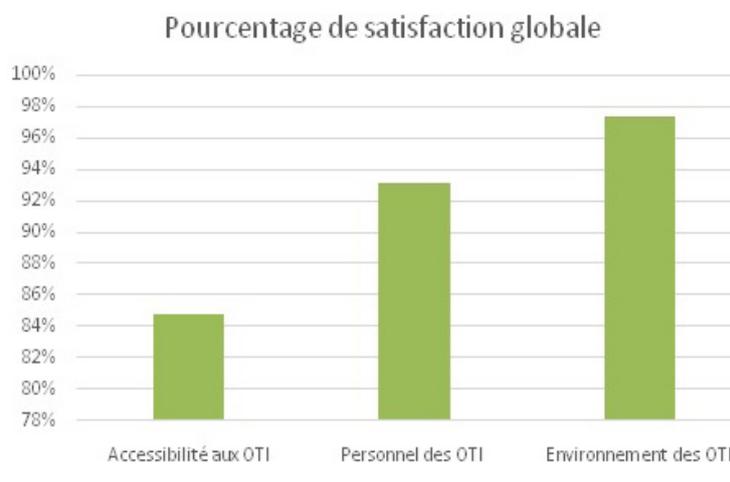
Dans un souci constant d'amélioration de l'accueil et des services rendus aux visiteurs, habitants et acteurs économiques de la destination **Languedoc, Cœur d'Hérault**, les trois Offices de Tourisme du territoire mettent en œuvre une politique qualité.

Cette démarche est un outil de progrès, un vecteur de professionnalisation des équipes et un signe de reconnaissance de leurs missions et de leurs métiers dans un environnement économique, technologique et territorial mouvant.

Il s'agit d'un véritable « projet d'entreprise » qui mobilise l'ensemble du personnel et l'ensemble des services des OTI. **Les objectifs clients :**

- Le public accueilli dans les points d'accueil, hors les murs ou à distance (téléphone et outils numériques) est au centre des préoccupations.
- Qu'il soit visiteur de notre territoire, habitant, partenaire, le client est un invité !
- Un accueil de grande qualité est organisé au plus près des flux touristiques, une attention est portée à leur diffusion sur l'ensemble du territoire, en toute saison.

En articulation avec le référentiel Qualité Tourisme (critère obligatoire 2.10.1), les clients ont à leur disposition en libre-service dans les OTI du territoire des formulaires de suggestions et des questionnaires de satisfaction. Les questionnaires font l'objet d'une remise systématique (remise à chaque contact en incitant le visiteur à le remplir) au minimum 30 jours par an déterminés par chaque OT et répartis sur des périodes de flux différents en fonction de sa fréquentation.



Synthèse des résultats de satisfaction des visiteurs sur la destination

2) Page dédiée « Evaluation / Qualité » sur le site Internet de la destination

Une rubrique spécifique « Evaluation / Qualité » est présente sur le site internet de la destination dédié au label « Vignobles & Découvertes » :

<http://www.languedoc-coeur-herault.fr/evaluation-qualite>

Un questionnaire de satisfaction a été spécifiquement réalisé et mis en ligne dans la rubrique « le label » :

<http://www.languedoc-coeur-herault.fr/questionnaire-satisfaction>

Ce questionnaire s'adresse aux visiteurs qui ont séjourné sur le territoire **Languedoc, Cœur d'Hérault**, et rencontré nos professionnels labellisés Vignobles & Découvertes. L'objectif de ce questionnaire est d'évaluer la qualité de l'accueil réalisée par les prestataires du label et la notoriété de la marque.

Sur la page contact du site internet de la destination labellisée, le visiteur a également la possibilité d'interagir avec les porteurs de la destination, exprimer son avis, ses requêtes et suggestions.

 **Cf. annexes pages 370 à 372.**

3) Participation à l'enquête régionale de clientèle

La Région Occitanie, qui compte désormais 13 départements (Ariège, Aude, Aveyron, Gard, Haute-Garonne, Gers, Hérault, Lot, Lozère, Hautes-Pyrénées, Pyrénées-Orientales, Tarn et Tarn-et-Garonne) vient de lancer au printemps 2018 une enquête relative aux profils, à la satisfaction et aux dépenses de la clientèle touristique en Occitanie.

Cette enquête qui s'étend sur une année entière (jusqu'au printemps 2019) a pour objectifs de :

- Contribuer à la connaissance régionale des touristes.
- Disposer d'informations pour chaque département ainsi que pour les filières touristiques.
- Disposer d'informations nouvelles et exclusives sur les clientèles pour la définition des choix stratégiques de promotion et de développement touristique des territoires.

La destination « Languedoc, Cœur d'Hérault », très intéressée pour collecter des données sur son territoire, a sollicité ses partenaires labellisés pour que ceux-ci relaient l'enquête auprès de leurs visiteurs.

De même, un article incitatif « **Participez à notre enquête régionale et gagnez votre séjour en Occitanie** » est mis sur la une du site internet de la destination et des publications sont faites sur la page Facebook.

Si nous arrivons à obtenir 300 questionnaires pour le profil de la clientèle et des séjours, et 500 répondants pour le volet des dépenses sur notre territoire, nous pourrions avoir accès à des résultats détaillés.

 **Cf. annexes pages 373 à 377**



OCCITANIE
* Sud de France

ENQUÊTE RÉGIONALE DE CLIENTÈLE VACANCES EN OCCITANIE

PARTICIPEZ À NOTRE ENQUÊTE ET GAGNEZ VOTRE PROCHAIN SÉJOUR
DANS LA RÉGION SUR WWW.OBSETOUR.COM/OCCITANIE

WE VALUE YOUR OPINION!
WIN A HOLIDAY BY ANSWERING OUR SURVEY AT
WWW.OBSETOUR.COM/OCCITANIE

WIJ ZIJN GEÏNTERESSEERD IN UW MENING!
WIN EEN VAKANTIE DOOR HET BEANTWOORDEN VAN
ONZE ENQUÊTE OP WWW.OBSETOUR.COM/OCCITANIE

(TU OPINIÛN NOS INTERESA)
GANA UNA ESTANCIA CONTESTANDO A NUESTRA
ENCUESTA EN WWW.OBSETOUR.COM/OCCITANIE

**4000€
DE SÉJOURS
À GAGNER !**

IBRE MENUNG INTERESSIERT UN SI
BEANTWORTEN SIE UNSERE UMFRAGE UNTER
WWW.OBSETOUR.COM/OCCITANIE
GEMINNEN SIE EINEN AUFENTHALT.
LA TUA OPINIONE CI INTERESSA!
VINCI UN SOGGIORNO RISPONDEDI
AL NOSTRO QUESTIONARIO SU
WWW.OBSETOUR.COM/OCCITANIE

 Projet cofinancé par
l'Union européenne
Le Fonds européen de
développement régional

 **La Région Occitanie**
Pyrénées - Méditerranée

WWW.OBSETOUR.COM/OCCITANIE

2. Dispositif d'évaluation interne et démarche de progrès

Afin de réaliser le bilan des trois années écoulées au sein du label sur les volets animation/professionnalisation/promotion-communication, un questionnaire Google Form a été envoyé à l'ensemble des partenaires labellisés durant l'été 2018.

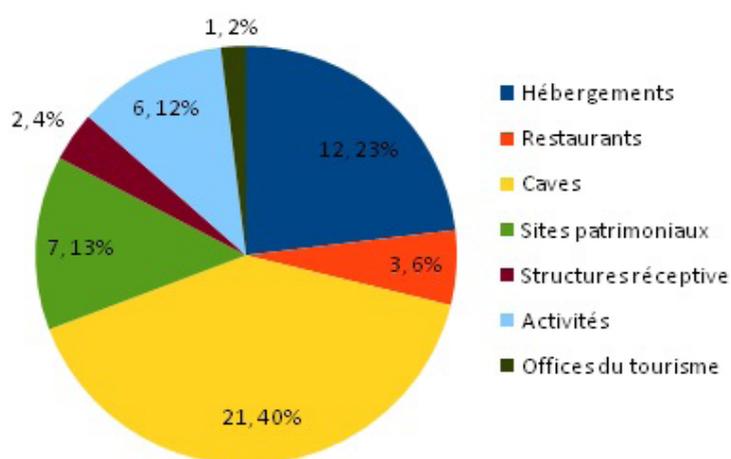
Ceux-ci ont eu 3 mois pour y répondre (entre le 19/07/2018 et le 22/10/2018).

De nombreuses relances (mails et téléphoniques) ont été effectuées par l'équipe en charge de l'animation du réseau à la rentrée, après la haute-saison.

Ci-dessous, les résultats.

 Cf. annexes pages 378 à 386.

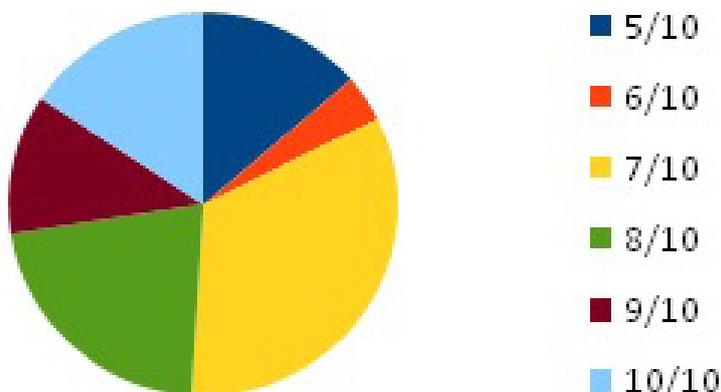
1) Répartition des répondants



Les événements ne sont pas comptés (car portés par des partenaires)

=> 49% des labellisés ont répondu à notre questionnaire dont une majorité de caveaux. Ces graphiques représentent bien l'implication des différentes catégories au sein du réseau (difficulté à capter les restaurateurs, belle mobilisation des vigneron).

2) Animation du réseau



Satisfaction quant aux actions d'animation mises en place :

=> Les partenaires labellisés ayant répondu au questionnaire ont donné une note moyenne de 7,6/10 à l'animation du réseau. A noter toutefois que les répondants qui n'ont pas participé aux actions d'animation ont quand même répondu, en donnant une note moyenne de 5/10.

Plusieurs témoignages évoquent un manque de temps pour s'investir davantage dans le réseau.

Exemple : « pour pouvoir s'impliquer dans votre démarche à fond, il nous faudrait du temps à vous consacrer, ou faire l'embauche d'une personne pour s'occuper de la communication. A ce jour, ce n'est pas dans l'air du temps avec les récoltes déficitaires qui s'enchainent. Votre démarche est très intéressante, mais pour l'instant c'est très compliqué de s'investir. Aussi mes réponses précédentes sont négatives par voie de conséquence. »

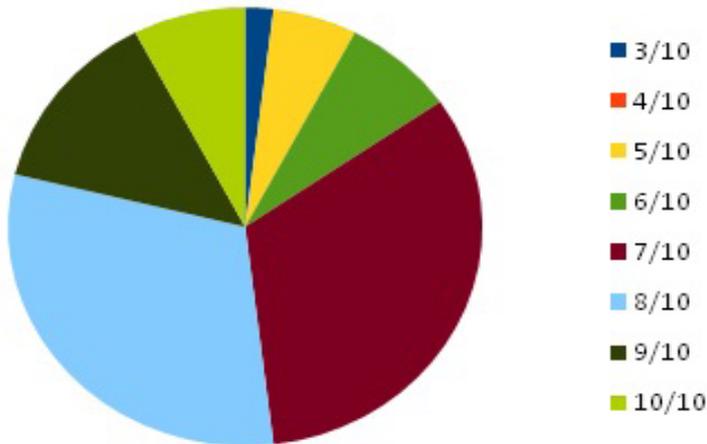
Travail en réseau :

=> Une majorité de professionnels travaillent avec les autres labellisés du réseau : à la question :

« Travaillez-vous avec des partenaires du réseau ? »
63,4% des répondants ont répondu « oui »

3) La professionnalisation

Actions de professionnalisation



Satisfaction quant aux actions de professionnalisation mises en place :

=> Les partenaires labellisés ayant répondu au questionnaire ont donné une note de 7,5/10 aux actions de professionnalisation (mêmes remarques que pour la notation des actions d'animation).

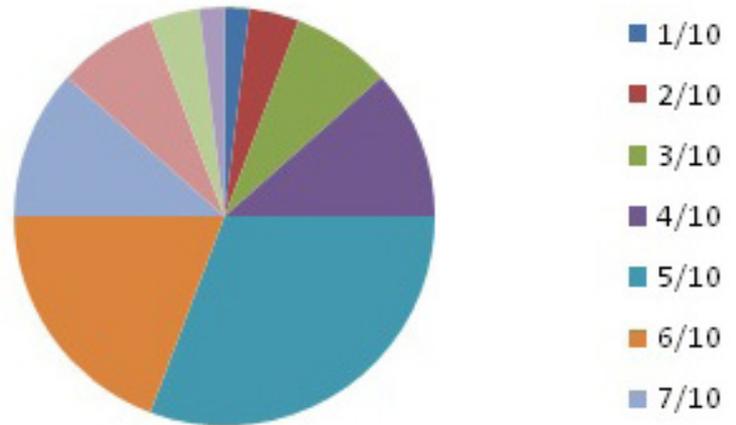
Souhaits de formations :

Ci-dessous les demandes de formations formulées par les partenaires labellisés. Le prochain atelier sera d'ailleurs sur « Savoir communiquer » et les réseaux sociaux en octobre 2019.

Demandes de formation

- ◇ Apprentissage de l'anglais pour l'accueil
- ◇ Mise en avant des domaines sur les réseaux sociaux
- ◇ Découverte des principaux lieux touristiques
- ◇ Dégustation et terminologie du vin
- ◇ Formation sur la communication
- ◇ Outils numériques

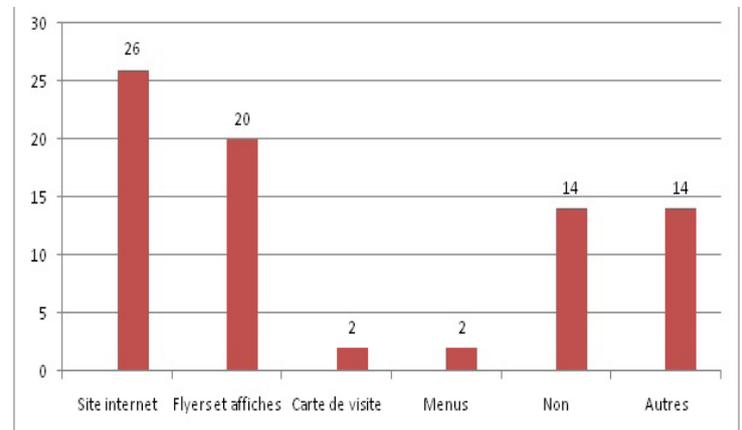
4) La promotion/communication



Notoriété du label :

=> Les résultats montrent un déficit de connaissance du label auprès des clientèles. Les partenaires ayant répondu au questionnaire ont attribué une note de 5,4/10 à la notoriété du label.

Présence du logo dans la communication :



=> Le logo Vignobles & Découvertes figure en majorité sur les sites internet et flyers/affiches des partenaires labellisés. Pour certains il apparaît dans d'autres supports : devis et factures, carnets de voyage des séjours en Cœur d'Hérault, signatures mails...

Communication sur leur appartenance au label :

=> 40% des partenaires répondants ont communiqué leur appartenance au label à d'autres réseaux (Coop de France, Qualité Sud de France, Bienvenue à la Ferme, Gîte de France...).

Connaissance et utilisation des supports de communication de la destination :

=> 75% des partenaires répondants connaissent les supports de communication de la destination (plaquette d'appel, chevalets, verres) et les mettent à disposition dans leur établissement. Afin d'augmenter ce chiffre, nous sommes allés faire la distribution des plaquettes d'appel et chevalets à ceux qui n'en avaient pas/plus. A ce jour tous les labellisés en ont en leur possession, exceptés pour les verres estampillés, qui sont quant à eux disponibles sur demande.

Site internet de la destination :

=> Plus de 86% des partenaires qui ont répondu au questionnaire connaissent le site internet de la destination www.languedoc-coeur-herault.fr. Toutefois, seulement 48% l'utilisent, 30% le communiquent à leur clientèle et 23% ont mis un renvoi sur leur propre site internet. Ces chiffres s'expliquent par la jeunesse du site internet. Un gros travail de communication est à faire auprès des partenaires pour qu'ils se l'approprient.

Reportage photo :

=> La majorité des répondants ont eu connaissance du reportage photos qui a été lancé mais seulement 17% l'ont utilisé dans leur communication.

Vidéo de promotion :

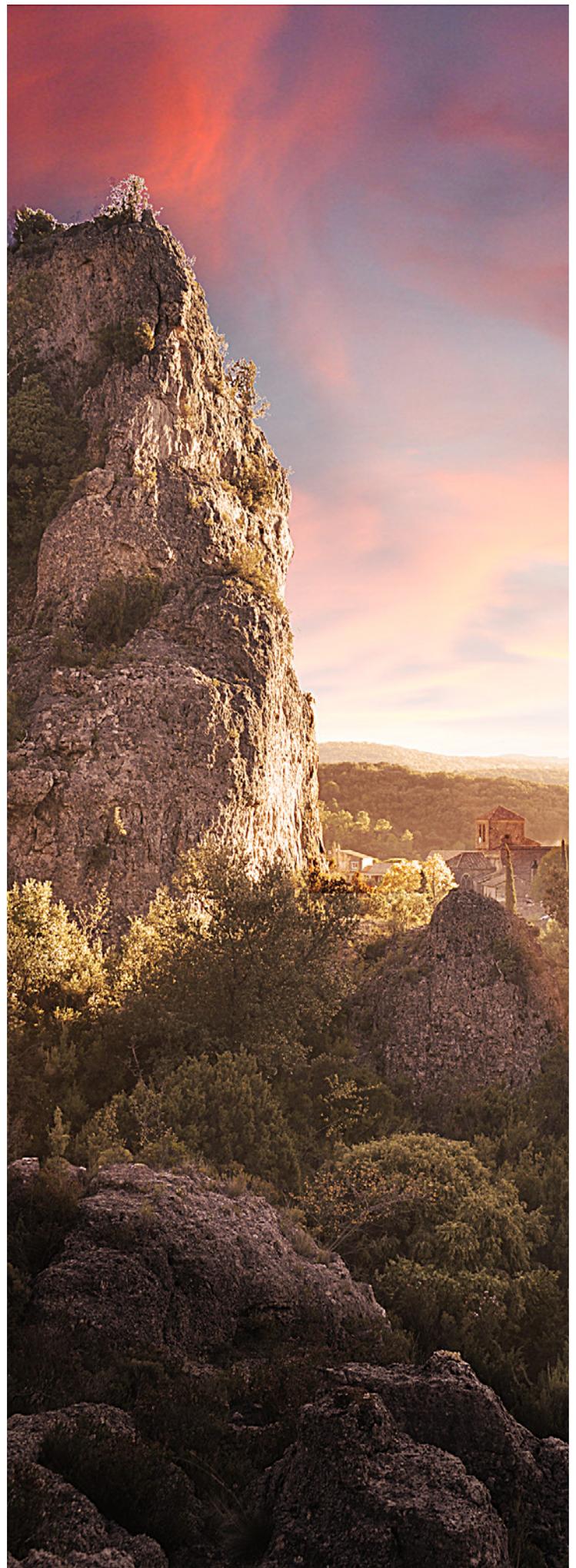
=> La majorité des personnes ayant répondu au questionnaire ont pris connaissance de la vidéo de promotion de la destination. 26,9% l'ont relayée sur leurs réseaux sociaux, 13,4% la diffuse dans leur structure et seulement 3,8% l'ont relayée sur leur site. Ces chiffres sont amenés à augmenter.

Page Facebook dédiée :

=> La majorité (61,5%) des personnes ayant répondu au questionnaire connaissent la page Facebook @lesflorealesduvin et 36,5% la consulte régulièrement.

Page Instagram dédiée :

=> 28% des répondants connaissent la page Instagram @languedoccoeurherault et 11,5% la consulte. Ce chiffre est amené à accroître (mise en route de la page en juin 2018).



Newsletter interne au réseau :

=> Près de 80% des répondants lisent la newsletter professionnelle transmise tous les 2 mois à l'ensemble des labellisés de la destination.

Les actions de promotion souhaitées :

Ci-dessous les propositions d'actions de communication des partenaires labellisés

- ◇ Guide gratuit pour le public
- ◇ Eductour entre labellisés
- ◇ Association avec des actions culturelles
- ◇ Journée ou week-end Winetour en Cœur d'Hérault
- ◇ Soirée des labellisés
- ◇ Mini Salon
- ◇ Repas accord mets et vins
- ◇ Manifestation pour la communication

5) Le bilan

Apport du réseau :

=> Réponses des labellisés à la question « Qu'est-ce que le réseau vous a apporté ? »

- ◇ Connexion avec d'autres labellisés
- ◇ Informations sur le réseau
- ◇ Renommée collective
- ◇ Notoriété
- ◇ Visibilité
- ◇ Des contacts
- ◇ Gage de qualité
- ◇ Valorisation et encouragement

Evolution des prestations depuis l'adhésion au réseau :

=> 1 professionnel sur 3 a fait évoluer ses prestations ou habitudes de travail depuis son entrée dans le label.

Évolution des prestations

Oui	15
Non	37

Comment ?

- ◇ Cadeau d'accueil
- ◇ Développement des itinéraires
- ◇ Amplitude des horaires
- ◇ Accentuation des visites pédagogiques
- ◇ Développement sur l'oenologie
- ◇ Évolution du livret d'accueil
- ◇ Support de communication sur le territoire
- ◇ Amélioration de l'accueil

Poursuite de la démarche :

=> 100% des répondants souhaitent poursuivre leur démarche dans le label « Vignobles & Découvertes » de la destination *Languedoc, Cœur d'Hérault* pour la période 2019-2021.

Les attentes principales :

- ◇ Plus de visibilité du label
- ◇ Meilleure signalisation
- ◇ Collaboration efficace
- ◇ Mise en valeur des produits
- ◇ Plus de contacts
- ◇ Renforcement des liens avec les autres labellisés
- ◇ Plus d'apprentissage sur l'oenologie
- ◇ Plus de partenariats
- ◇ Du temps pour se consacrer à la démarche !

Bilan de réalisation par rapport au prévisionnel 2015

ANIMATION DU RESEAU					
Intitulé	2015	2016	2017	2018	Commentaires
Comité de pilotage Vignobles & Découvertes <i>Mettre en œuvre la stratégie partagée et le plan d'actions</i>					REALISE , tous les ans en décembre. <i>Cf. L'ANIMATION DU RESEAU > 1.Gouvernance et fonctionnement du réseau</i>
Rencontre des partenaires V & D <i>Echange inter filière autour du programme d'actions et de thèmes transversaux, analyse de la satisfaction clients et évaluation des actions.</i>					REALISE , tous les ans en juin. <i>Cf. L'ANIMATION DU RESEAU > 1.Gouvernance et fonctionnement du réseau</i>
Forum d'échange, d'animation de réseau et de veille <i>Création d'un groupe privé Facebook réservé aux membres du réseau, mutualisation des bonnes pratiques)</i>					REALISE en partie Groupe privé Facebook n'a pas encore été créé. Cela est prévu pour début 2019. Nous devons également créer une nouvelle page « Languedoc, Cœur d'Hérault » pour remplacer la page « Floréales du Vin » pour une meilleure cohérence. Cela sera fait en même temps. Par contre, depuis décembre 2017, les labellisés reçoivent tous les deux mois la lettre numérique avec l'actualité du réseau. <i>Cf. L'ANIMATION DU RESEAU > 3. Etat des lieux des actions > 4.Lettre numérique du réseau + Annexes de la page 299 à 329.</i>
Assises du tourisme vigneron <i>Rencontre sur la thématique d'excellence, côté Grands Sites</i>					Non , MAIS participation aux Assises Nationales de l'Oenotourisme le 20 novembre 2018 à Paris.
PROFESSIONALISATION, QUALITE D'ACCUEIL ET SOUTIEN AUX PROJETS STRUCTURANTS					
Intitulé	2015	2016	2017	2018	Commentaires
Orientation vers des démarches qualité accueil, label et classement.					REALISE , en lien avec les Offices de Tourisme partenaires , le Pays Cœur d'Hérault encourage ses partenaires touristiques à s'inscrire dans des démarches de qualité, critère obligatoire pour intégrer le réseau V&D.
Formation à l'accueil au caveau en anglais					REALISE , en février 2016. <i>Cf. L'ANIMATION DU RESEAU > 3. Etat des lieux des actions > 5.Les Formations</i>
Atelier/ aide à la traduction des outils de communication des partenaires					REALISE , en 2015 pour le dépôt de candidature. <i>Cf. L'ANIMATION DU RESEAU > 3.Etat des lieux des actions > 5.Les Formations</i>
Soutien aux porteurs de projets agri-oenotouristique valorisant l'identité vigneronne <i>Aménagement de caveaux de dégustation, projets d'hébergements de qualité, évènement à dimension vigneronne.</i>					REALISE , via le programme européen Leader et la pépinière d'entreprises du Pays Cœur d'Hérault. <i>Cf. L'ANIMATION DU RESEAU > 3.Etat des lieux des actions > 6.L'accompagnement t technique et financier aux porteurs de projet Vignobles & Découvertes de la destination</i>

VALORISATION, INTERPRETATION ET MISE EN RECIT DES PATRIMOINES					
Intitulé	2	2	2	2	Commentaires
	0	0	0	0	
	1	1	1	1	
	5	6	7	8	
Définition collective des éléments de langage commun de mise en récit du territoire					<p>REALISE</p> <p>Le travail a été réalisé, avec un an de retard sur ce qui était prévu, soit : de février 2017 à mai 2018.</p> <p>Ce travail a été fait en collaboration avec l'équipe de <i>Paroles, Paroles</i> et <i>AOC Tourisme</i>. Il s'est décomposé en trois temps :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Etude ethnographique et enquête statistique • Formation-action valorisation du patrimoine et oenotourisme auprès des labellisés • Restitution et remise des travaux et documents collectés <p><i>Cf. L'ANIMATION DU RESEAU > Etat des lieux des actions > 1. Définition des bases de notre positionnement et mise en place d'éléments de langage + Annexes de la page 174 à 264.</i></p>
Formation/atelier « savoir raconter le territoire »					
Réalisation d'un Guide de l'ambassadeur					<p><i>Cf. L'ANIMATION DU RESEAU > Etat des lieux des actions > 1. Définition des bases de notre positionnement et mise en place d'éléments de langage + Annexes de la page 174 à 264.</i></p> <p>De plus, deux guides de l'ambassadeur ont été créés : le premier avec tous les contacts des labellisés et les fondements du label, le second sur « Savoir raconter le territoire ».</p> <p><i>Cf. L'ANIMATION DU RESEAU > Etat des lieux des actions > 2. Les Guides de l'ambassadeur #1 et #2 + Annexes de la page 265 à 292.</i></p>
Atelier de sensibilisation aux richesses et fragilités du territoire <i>Prise en compte de la biodiversité des sites naturels à valoriser avec précaution</i>					Non, n'a pas été réalisé.
Soutien à la création d'outils d'interprétation des patrimoines <i>Création de circuits oeno-rando ; organisation de visite dans des sites d'exception.</i>					<p>REALISE</p> <ul style="list-style-type: none"> • De nouvelles oeno-randos ont vu le jour sur le territoire (la destination en compte 6). • Les Grands Sites proposent toute l'année des programmes de visites thématiques • Le Pays Cœur d'Hérault diffuse ses Carnets Patrimoine, dont celui sur le Patrimoine Viticole en Pays Cœur d'Hérault (<i>mis dans 1^{er} dossier de candidature</i>)

RENFORCEMENT DU RESEAU D'AMBASSEDEURS DES VINS ET DE L'ART DE VIVRE					
Intitulé	2015	2016	2017	2018	Commentaires
Atelier découverte des vins et produits du terroir destinés aux Offices de Tourisme					Non réalisé
Ouverture des Floréales du vin aux partenaires Vignobles & Découvertes					REALISE C'est ce qui a été décidé pour les Floréales du Vin 2019 (après une pause de 3 ans, l'évènement est relancé et se tiendra en même temps que la Fête de la Gastronomie.) <i>Le programme est actuellement en cours de réalisation.</i> <i>Cf. 2ème partie Présentation de destination candidate > LES PRESTATAIRES VIGNOBLES & DECOUVERTES > 3. Les partenaires engagés dans la démarche > Des évènements autour du vin.</i>
Atelier rencontre de dégustation des vins dans le cadre des Floréales du Vin					Non réalisé car les Floréales du Vin ont fait une pause de 3 ans.
Eductour « Savoir Déguster et parler des vins du Languedoc Cœur d'Hérault, dans le cadre des Floréales du Vin					REALISE Un atelier « Savoir Déguster » à destination des professionnels labellisés s'est tenu le 8 octobre dernier. <i>Cf. L'ANIMATION DU RESEAU > 3. Etat des lieux des actions > 5. Les Formations + Annexes de la page 332 à 337.</i>
Eductours thématiques Connaissance du patrimoine viticole, agricole					REALISE Deux éductours réalisés à ce jour : un à Gaillac en 2017 et un à Bordeaux en 2018. <i>Cf. L'ANIMATION DU RESEAU > 3. Etat des lieux des actions > 3. Les éductours + Annexes de la page 293 à 298.</i>
ACTIONS DE COMMUNICATION					
Intitulé	2015	2016	2017	2018	Commentaires
Valorisation des partenaires V&D dans les éditions thématiques de la destination					REALISE en partie Le Pays Cœur d'Hérault n'édite plus de brochures thématiques de la destination. Par contre, un document d'appel « Prenez le temps » a été créé et met en avant La destination V&D. <i>Cf. LA PROMOTION ET LA COMMUNICATION > 3. Les dépliant et supports de communication > 2. Le document d'appel</i>
Valorisation de l'oenotourisme dans les différentes opérations web-marketing, publi-rédactionnelles et presse.					REALISE La destination travaille en collaboration avec Hérault Tourisme pour la mise en place d'un plan marketing. <i>Cf. LA PROMOTION ET LA COMMUNICATION > 5. Promotion/commercialisation > 1. Plan marketing en partenariat avec l'ADT 34 + Revue de Presse</i>
Calendrier des caveaux ouverts le week-end dans le cadre des Floréales du vin					REALISE Les horaires d'ouverture des caveaux labellisés sont aujourd'hui disponibles sur le site web de la destination : www.languedoc-coeur-herault.fr

Valorisation des partenaires V&D à travers la carte « 1 jour, 1 terroir » Nos routes des vins					REALISE La carte est disponible sur le site d'Hérault Tourisme et sur celui de la destination. Nos routes des Vins sont également mises en avant à travers le projet départemental « l'Oenotour de l'Hérault ».
Valorisation des partenaires V& D à travers la Route des Vins AOC/AOP Languedoc					REALISE La destination Vignobles & Découvertes est mise en avant sur le site du CIVL (page dédiée à la destination) : https://www.languedoc-wines.com/languedoc-destination/paysages/destination-languedoc-coeur-d-herault
Valorisation des partenaires V& D à travers les agendas oenotouristiques					REALISE Les partenaires V&D sont mis en avant dans l'agenda du site web de la destination, ainsi que celui d'Hérault Tourisme, des Offices de Tourisme partenaires et de l'Oenotour + dans l'agenda papier « <i>L'agenda des Vignes</i> » édité par Hérault Tourisme pour la saison estivale.
Création d'un portail web oenotouristique dédié à la destination, adapté au smartphone.					REALISE <ul style="list-style-type: none"> • Site, mis en ligne le 4 juin 2018 lors des rencontres annuelles du label. • Alimentation/Création d'une page Facebook et d'une page Instagram • Présentation de la destination sur le site du CRT, de Plaisirs d'Hérault, de l'Oenotour <i>Cf. LA PROMOTION ET LA COMMUNICATION >4.Communication numérique + Revue de presse pour voir les articles sur le blog.</i>
Présence sur les réseaux sociaux et sites et blogs spécialisés					REALISE en partie <ul style="list-style-type: none"> • Page Facebook dédiée et Page Instagram dédiée • Présentation de la destination sur le site du CRT, Plaisirs d'Hérault, CIVL • Partenariat avec le blog « Sucré, Salé en Languedoc, mais pas que »
Mise à disposition des supports d'identification					REALISE Chaque nouveau labellisé reçoit le panonceau Vignobles & Découvertes à son arrivée. De même, une charte d'utilisation des supports de communication a été envoyée à tous les labellisés. <i>Cf. LA PROMOTION ET LA COMMUNICATION >1.Usage du panonceau +2.Mise en place d'une charte d'utilisation des supports de communication + Annexes de la page 347 à 350.</i>
ACTIONS DE COMMERCIALISATION					
Intitulé	2	2	2	2	Commentaires
	0	0	0	0	
	1	1	1	1	
	5	6	7	8	
Rencontre/speed dating avec les partenaires du réseau pour créer des produits oenotouristiques					Ces actions n'ont pas eu le temps d'être mises en place.
Création de produits oenotouristiques					REALISE en partie Création d'un produit « Escapade nature sans voiture » en partenariat avec le Réseau des Grands Sites de France. <i>Cf. LA PROMOTION ET LA COMMUNICATION >6.Partenariat avec des projets oenotouristiques > Escapade Nature dans voiture + Roadbook en Annexes de la page 357 à 369</i>
Accueil de Tours Operator français & étrangers					La destination n'a pas accueilli de Tours Operator. Par contre, la destination était représentée par Hérault Tourisme au Salon Destination Vignobles.

CONSOMMATION RESPONSABLE					
Intitulé	2015	2016	2017	2018	Commentaires
Supports de sensibilisation destinés aux partenaires. Ex : crachoirs, sacs porte-bouteille, éthylotest, cartes repères de consommation, information sur les repères et engagement de la filière, guide de l'organisation d'une dégustation...					REALISE en partie Des sacs porte-bouteille ont été réalisés avant la candidature en 2015. Une réédition actualisée est prévue début 2019. Les autres supports ne sont pas été réalisés pour l'instant.
Supports de sensibilisation destinés au jeune public					Non réalisés.
Atelier de sensibilisation aux bonnes pratiques destinées aux professionnels					Non réalisé.
ECOUTE CLIENT ET DEMARCHE DE PROGRES					
Intitulé	2015	2016	2017	2018	Commentaires
Formulaire de satisfaction en ligne					REALISE , sur le site de la destination, dans la rubrique « Label ». Cf. L'ECOUTE CLIENT ET LA DEMARCHE DE PROGRES >1. Les outils d'écoute client mis en place >2. Page dédiée + « Evaluation/qualité » sur le site internet de la destination + Annexes de la page 370 à 372.
Mise en place d'indicateurs de suivi des actions et de la conformité des partenaires V& D					REALISE , mise en place d'un questionnaire d'évaluation des 3 ans à destination des labellisés. Cf. L'ECOUTE CLIENT ET LA DEMARCHE DE PROGRES >2. Dispositif interne et démarche de progrès + Annexes de la page 378 à 386.

► Près de de 80% des actions prévues ont été réalisées

Motivation et expression libre

Territoire organisé depuis près de 15 ans sous forme de Pays, le Cœur d'Hérault se définit comme une terre d'accueil et de rencontres. Le patrimoine et le tourisme sont des axes majeurs de toutes les politiques qui y sont développées, et l'activité viticole marque très profondément le caractère et l'économie de ce morceau de Languedoc.

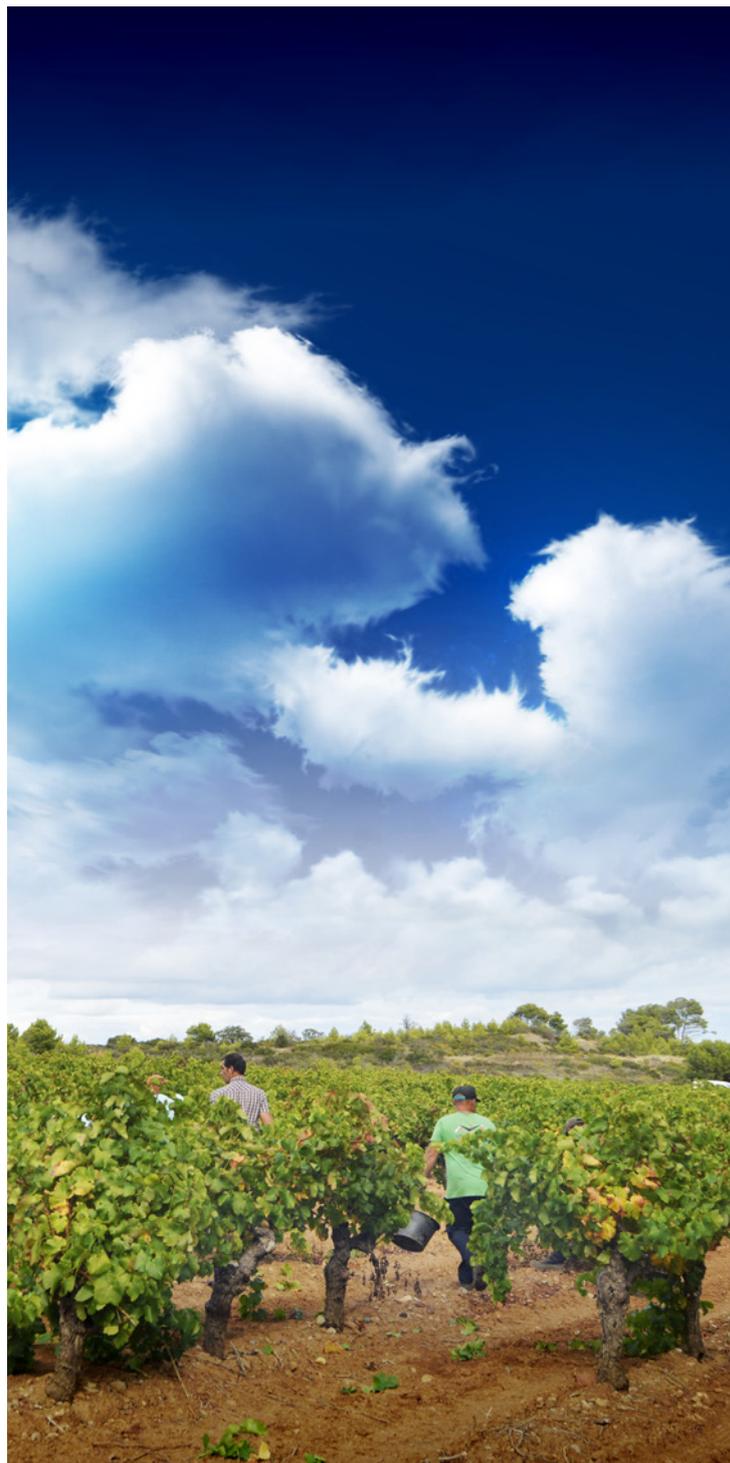
Engagés avec tous nos partenaires sur la confortation de notre destination touristique « Cœur d'Hérault », grâce notamment à la présence de 3 Grands Sites de France, labellisés (2) ou en projet (1) « Gorges de l'Hérault », « Cirque de Navacelles » et Lac du Salagou – Cirque de Mourèze », nous avons depuis 2010 résolument mis l'accent sur le développement de l'oenotourisme.

Afin de poursuivre cette action de fond qui vise une politique d'excellence en termes d'authenticité, de développement durable et de contenus patrimoniaux, l'ensemble des partenaires réunis dans cette aventure humaine s'est engagé dans le label Vignobles & Découvertes pour la destination *Languedoc, Cœur d'Hérault* en décembre 2015.

Avec ses 80 professionnels labellisés au moment du dossier de candidature, la destination compte trois ans plus tard plus de 40% de partenaires supplémentaires, soit 114 professionnels engagés ! Cette mobilisation démontre le chemin parcouru depuis 3 ans, avec :

- la structuration d'une véritable politique oenotouristique rassemblée autour de partenaires engagés,
- la constitution d'un réseau d'acteurs impliqués et motivés,
- la définition d'un positionnement et sa déclinaison en outil de communication efficaces,
- la qualification de l'offre et des actions mises en place,
- près de 80% des actions prévisionnelles du dossier de candidature initiale réalisées.

Sur ces bases solides, la destination *Languedoc, Cœur d'Hérault* et ses partenaires sont engagés pour poursuivre l'ambition d'inscrire notre territoire au rang des destinations oenotouristiques françaises reconnues, en s'appuyant sur le renouvellement du droit d'usage de la marque Vignobles & Découvertes.



Présents lors des premières Assises de l'Oenotourisme le 20 novembre dernier à Paris, nous serons impliqués pour participer à toute forme de mobilisation nationale pour l'organisation d'une Fédération nationale des destinations « Vignobles & Découvertes ».

PAYS CŒUR D'HERAULT - Mission Tourisme
Animation du label Vignobles & Découvertes
Destination *Languedoc, Cœur d'Hérault*
18 avenue Raymond Lacombe
34800 CLERMONT L'HERAULT
04 67 44 44 47 / tourisme@coeur-herault.fr



www.languedoc-coeur-herault.fr



[@florealesduvin](https://www.facebook.com/florealesduvin)



[Languedoc, Cœur d'Hérault](https://www.instagram.com/Languedoc_Coeur_d_Herault)

