

BILAN



les
Floréales
du vin en Cœur d'Hérault

Du 13 avril au 12 mai 2013

Sommaire

- ✓ Contexte : stratégie et objectifs
- ✓ Le concept des Floréales du vin : rappel
- ✓ Préparation de l'événement
- ✓ Fréquentation de l'événement
- ✓ Impact en communication
- ✓ Satisfaction de la clientèle et des partenaires
- ✓ Conclusion
- ✓ Préconisations

Contexte : stratégies et objectifs

Dans le cadre de la stratégie de développement d'un tourisme vigneron en Coeur d'Hérault :

➤ **Axe 1 : « Accompagner, qualifier et fédérer les filières professionnelles »**

Le Pays Coeur d'Hérault et ses partenaires ont souhaité créer un événement liant les restaurateurs et les vignerons du territoire.

Les Floréales du vin : rappel du concept

Le concept de l'événement a été défini en partenariat avec les Offices du tourisme du territoire et le groupe de travail Tourisme Vigneron.

Quoi ? Les Floréales du vin

Quand ? du 13 avril au 12 mai 2013

Où ? en Cœur d'Hérault

Qui ? les restaurateurs et les vignerons engagés dans une démarche de qualité et d'accueil touristique

Comment ? Les restaurateurs sont les ambassadeurs des vins du Cœur d'Hérault

Les Floréales du vin : rappel du concept

➤ La charte d'engagement (restaurateurs) :

- Valoriser 9 vins de 3 vigneron du Coeur d'Hérault
- Proposer au moins 3 animations sur la thématique du vin
- Valoriser auprès de leur clientèle l'événement
- Participer à la rencontre restaurateurs/ vigneron
- Participer ou faire participer l'un de ses personnels de salle à l'atelier pour mieux connaître les vins du Coeur d'Hérault

Les Floréales du vin : rappel du concept

➤ La charte d'engagement (vignerons) :

- Participer à la rencontre restaurateurs / vignerons
- Assurer la livraison de leur cuvée sélectionnée par les restaurateurs et à assurer le réapprovisionnement nécessaire dans les délais impartis. Un système de dépôt-vente sera mis en place.
- Valoriser auprès de leur clientèle l'événement
- Participer aux actions d'animations proposées par les restaurateurs, si cela est nécessaire.

Les Floréales du vin : rappel du concept

➤ Les offices de tourisme s'engagent à :

- Proposer des dégustations dans des lieux d'exception.
- Communiquer sur l'événement à travers leurs supports

➤ Le Pays Coeur d'Hérault s'engage à :

- Organiser l'événementiel, en collaboration avec les offices de tourisme.
- Organiser l'atelier sur la connaissance des vins locaux, en collaboration avec la CCI de Montpellier.
- Assurer la promotion de l'événement, en collaboration avec les offices de tourisme et Hérault Tourisme.

Préparation de l'événement

➤ Enquête auprès des restaurants du Coeur d'Hérault

Pour sensibiliser à la valorisation des vins locaux et fédérer les filières professionnelles, une étude (stage Hérault Tourisme de février à juin 2012) à été menée auprès des restaurateurs pour :

- ✓ mieux les connaître
- ✓ les sensibiliser à l'événement
- ✓ recenser les participants potentiels

Préparation de l'événement

➤ Signature des chartes d'engagement



| | Restaurateurs sollicités | Restaurateurs participant | Vignerons sollicités | Vignerons participant |
|---------------------|--------------------------|---------------------------|----------------------|-----------------------|
| Clermontais | 14 | 4 | 20 | 9 |
| Lodévois et Larzac | 14 | 4 | 16 | 9 |
| Vallée de l'Hérault | 20 | 5 | 55 | 16 |
| Total | 48 | 13 | 91 | 34 |

Préparation de l'événement

➤ Rencontre vignerons/restaurateurs le 21 janvier 2013 à Nébian

Objectif: Dégustation proposée aux restaurateurs afin qu'ils
Puissent choisir les cuvées à valoriser pendant l'événement

- 9 restaurateurs sur 13 étaient présents
- 30 vignerons sur 34 ont participé à la rencontre
- 23 vignerons ont été sélectionnés



Préparation de l'événement

➤ Atelier œnologie le 15 mars 2013 à Canet

Objectif : Améliorer la connaissance des vins locaux

- 4 restaurateurs ont participé à cet atelier



Fréquentation

➤ par type d'animation

| Type d'animation | Nombre d'animations | Nombre de participants |
|-------------------------------------|---------------------|------------------------|
| Dégustation/Rencontre avec vigneron | 25 | 385 |
| Menu accord met et vin | 6 | 43 |
| Dîner dans le noir | 1 | 31 |
| Initiation à la dégustation | 1 | 4 |
| Visite guidée | 2 | 4 |
| Journée de producteurs | 1 | 75 |
| TOTAL | 36 | 542 |

✓ **Moyenne de 15 participants par animation**

Impact en communication

➤ Les supports de communication

- 500 affiches A3
- 3 000 dépliants
- 1000 drop-stop
- 1000 sacs porte-bouteilles
- 200 cartes des vins



Impact en communication

➤ Internet

- Blog :

www.lesflorealesduvin.com

➤ 556 visites / 418 visiteurs uniques

- Page Facebook

➤ jusqu'à 404 vues par message posté

-page sur les sites du Pays, des offices de tourisme, de Hérault Tourisme

-1 Newsletter envoyée à 24 000 prospects

➤ 7 000 ouvertures



The screenshot shows the website for 'les Floreales du vin en Cœur d'Hérault'. At the top, there is a navigation menu with buttons for 'Accueil', 'Actualités', 'Programme', 'Participants', 'Partenaires', and 'Contact'. Below the menu is a large banner featuring a bottle of wine and a glass of red wine, surrounded by colorful autumn leaves. The banner text reads 'les Floreales du vin en Cœur d'Hérault' and 'Rendez-vous dans les RESTAURANTS du Cœur d'Hérault Du 13 avril au 12 mai 2013'. Below the banner are three columns of content:

- Des Restaurateurs**: A photo of several wine bottles on a shelf. Below it, the text says: '13 restaurateurs mettent à l'honneur une sélection de cuvées issues du vignoble du Cœur d'Hérault...'
- Des Vignerons**: A photo of a person harvesting grapes. Below it, the text says: 'Cet événement est l'occasion de découvrir ou redécouvrir la palette des vins du Cœur d'Hérault...'
- Un Territoire**: A photo of a stone building in a vineyard. Below it, the text says: 'Les offices de tourisme proposent des dégustations dans les lieux d'exception du territoire...'

Impact en communication

➤ Relations presse

✓ 9 articles sur Internet

The screenshot shows the website www.gralon.net with the article 'Les Floréales du vin : gastronomie et vins du Cœur d'Hérault'. The page features a navigation menu with categories like 'A SAVOIR', 'EVENEMENTS', 'A DECOUVRIR', 'IDEES SEJOURS', and 'ACTUALITES'. A prominent red banner reads 'RECYCLEZ-LES'. Below the banner, there is a search bar and a section titled 'Les Floréales du vin : gastronomie et vins du Cœur d'Hérault' with a sub-header 'CRÉEZ VOTRE SÉJOUR EN LANGUEDOC'. The article text describes the event and includes a 'Sommaire' section with links to 'Un rendez-vous gourmand', 'Edition 2013', and 'Infos pratiques'. A social media section shows 'Gralon sur les réseaux sociaux' with a Facebook share button and a count of '+1 306'.

✓ 5 passages en radio

The screenshot shows the website www.ventsud.com with the article 'Floréales du Vin'. The page features a navigation menu with categories like 'Accueil', 'Dormir', 'Manger', 'Déguster', 'Bougez!', 'Bien-être', 'À lire', and 'À rencontrer'. A prominent red banner reads 'Vent Sud.com'. Below the banner, there is a search bar and a section titled 'Floréales du Vin' with a sub-header 'Pays Cœur d'Hérault'. The article text describes the event and includes a 'Sommaire' section with links to 'Un rendez-vous gourmand', 'Edition 2013', and 'Infos pratiques'. A social media section shows 'Gralon sur les réseaux sociaux' with a Facebook share button and a count of '+1 306'.

Accueil » On en parle

On en parle

Actu précédente | Actu suivante »

Restaurants et domaines Floréales du Vin Pays Cœur d'Hérault

Posté le 13/04/13



animations autour du thème du vin.

La première édition des *Floréales* invite trente-quatre vignerons à faire découvrir leurs vins auprès du public et des professionnels. Une quinzaine de restaurateurs mettent à l'honneur une sélection de cuvées issues du vignoble du Cœur d'Hérault et organisent de multiples

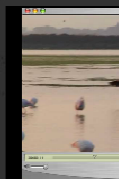
Les vins du Cœur d'Hérault sont à l'honneur, à l'occasion de la première édition des *Floréales*, du 13 avril au 12 mai 2013. Une quinzaine de restaurants proposent une sélection de vins « coup de cœur » du territoire du Pays Cœur d'Hérault. Pour l'occasion, les offices du tourisme du Clermontais, du Lodévois et Larzac et de Saint-Guilhem-le-désert-Valliée de l'Hérault organisent des escapades dans des lieux d'exception avec dégustation.

"L'initiative de cette première édition des *Floréales* est d'abord une démarche de mise en valeur des produits du terroir et vinicoles, indique Valérie Affre de la mission Tourisme en Cœur d'Hérault. Le but, c'est de faire travailler ensemble les viticulteurs et les restaurateurs. On constate régulièrement que les restaurateurs n'intègrent pas les vins du Pays Cœur d'Hérault, alors qu'ils méritent de figurer sur leurs cartes, tout autant qu'un Pic Saint-Loup ou un Coteaux du Languedoc."

Trente-quatre vignerons participent à cette première édition des *Floréales*. Chacun d'entre eux espère nouer, à cette occasion, de nouveaux contacts avec le public mais aussi avec les professionnels. Quatre d'entre eux seront présents lors de la journée Plaisirs d'Hérault ce dimanche 14 avril au Domaine d'O.

Programme : www.lesflorealesduvin.com

Vent Sud



06:00

Ville située dans Arles, un réve Arles est une fem constellée de joy arènes et théâtre de Camargue on bienveillant de C Rhône en 2008...

Voilà toutes les v

Newsletter

Receiv inform de la f votes:

AGÉ

du 01 Mars Festival d La Médiathèq collaboration territoire, un P

du 17 Mars

Impact en communication

➤ Autres actions de communication

- Newsletter dédié à l'art de vivre en Cœur d'Hérault, envoyée le 28 mars 2013

➤ 7034 ouvertures sur 24181 prospects soit 29%.

- Bourse aux Dépliants le 4 avril 2013 : diffusion auprès des offices de tourisme de l'Hérault.

- Achat d'espace dans la Gazette de Montpellier diffusée le 4 avril 2013

- Plaisirs d'Hérault le 14 avril 2013

➤ 235 dégustations

Satisfaction des clientèles et des partenaires

➤ Enquête auprès des clientèles

Attention !

- Echantillon de 33 répondants uniquement
- Certaines questions n'ont pas été traitées

Satisfaction des partenaires

➤ Enquête auprès des vignerons

Quelques remarques et suggestions

- Equilibrer le nombre de vignerons et de restaurateurs lors de la rencontre
- Gestion plus simple et plus souple de la logistique entre restaurateurs et vignerons
- Programmation de l'événement en mai/juin
- Envoi des flyers et affiches plus en amont
- Souhait de participer à nouveau à l'événement

Satisfaction des partenaires

➤ Enquête auprès des restaurateurs

Quelques remarques et suggestions

- Affiches personnalisées par restaurateur
- Communication pendant l'opération « Caves ouvertes de Montpeyroux »
- Envoi des flyers et affiches plus en amont
- Souhait de participer à nouveau à l'événement



Conclusion

| Forces | Faiblesses |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none">- Satisfaction des visiteurs- Un vaste éventail d'animations bien réparties dans le temps- Une bonne mobilisation des acteurs du territoire | <ul style="list-style-type: none">- Une charte pas toujours respectée- Un événement long et divers, ce qui complexifie la communication- Multiplicité des intervenants |
| Opportunités | Menaces |
| <ul style="list-style-type: none">- L'oenotourisme a le vent en poupe- Une notoriété grandissante de la qualité des vins du Languedoc et du Cœur d'Hérault | <ul style="list-style-type: none">- Raréfaction des subventions- Restrictions sur la communication autour du vin |

Préconisations

➤ La préparation de l'événement

- Rencontre vignerons/restaurateurs : organiser de 11h à 13h (lundi) ou l'après-midi
- Atelier œnologie: proposer plusieurs ateliers thématiques de 2h programmés l'après-midi

Préconisations

➤ L'événement

- Maintenir les dégustations et développer les initiations à la dégustation et les balades
- Permettre aux vignerons qui n'ont pas été sélectionnés d'organiser une animation dans leur caveau
- Tenir compte des vacances belges début avril, les belges étant la clientèle la plus épicurienne d'Europe

Préconisations

➤ La communication

- Communiquer plus en amont
- Organiser un jeu-concours pour faire connaître l'événement et récolter des prospects (envoi de Newsletters, contacts Facebook)
- Organiser une inauguration
- Réaliser des supports personnalisés pour chaque restaurant
- Communiquer auprès des clubs de dégustations et des blogs de dégustateurs
- Communiquer pendant « Toutes caves ouvertes » à Montpeyroux

Préconisations

➤ Evaluation

- Jeu-concours pendant l'événement pour récupérer les Questionnaires des clientèles