

République Française  
Département de l'Hérault  
SYNDICAT DE DEVELOPPEMENT LOCAL (SYDEL)  
DU PAYS CŒUR D'HERAULT



Délibération n°2018-14 du Comité syndical du vendredi 04 mai 2018

DEMANDE DE SUBVENTION  
MISE EN ŒUVRE DU LABEL « VIGNOBLES & DECOUVERTES » - PHASE 2

L'an deux mil dix huit le vendredi 4 mai à neuf heures, le Comité Syndical du SYDEL du Pays Cœur d'Hérault, convoqué sur la base de l'article L2121-17 Alinéa 2 du Code Général des Collectivités Territoriales, s'est réuni à la Communauté de Communes du Clermontois – 20 avenue Raymond Lacombe – 34800 Clermont L'Hérault à l'invitation du Président en date du 18 avril 2018.

Etaients présents ou représentés :	Francis BARDEAU, Christian BILHAC (représenté par Berthe BARRE), Olivier BRUN , Claude CARCELLER, Yolande PRULHIÈRE représentée par Laurent DUPONT), Bernard FABREGUETTES, Jean-Pierre GABAUDAN, Jacky GALABRUN (représenté par Agnès CONSTANT), Jean-Claude LACROIX, Nicole MORERE, Béatrice NEGRIER FERNANDO, Frédéric ROIG (représenté par Bernard GOUJON), Valérie ROUVEIROL, Philippe SALASC, Irène TOLLERET, Jean TRINQUIER, Claude VALERO, Louis VILLARET.
Absents ou excusés :	Sébastien ANDRAL, Béatrice FABRE, Jean-Luc FALIP, , Julie GARCIN SAUDO, Vincent GAUDY, Gaëlle LEVEQUE, Jean-Noël MALAN, Marie PASSIEUX, Marie-Pierre PONS, Michel SAINT PIERRE, Laurent SINTES., Jean-François SOTO
Invités : 29 ; Quorum : 16 ; Présents ou représentés : 18	

Depuis 2010, le Pays Cœur d'Hérault travaille avec les trois offices de tourisme intercommunaux et d'autres professionnels à la mise en œuvre d'une stratégie sur le tourisme vigneron. Celle-ci a été récompensée en décembre 2015 par l'attribution du label « Vignobles & Découvertes » pour la destination *Languedoc, Cœur d'Hérault*.

En 2016-2017, les financements Leader de la première phase ont permis la réalisation d'une partie du plan d'actions prévu dans la candidature, avec un bilan très positif :

- ✓ augmentation de la mobilisation des professionnels (+ 28 labellisés), avec l'organisation de journées de rencontres, éductours, participation salons... ;
- ✓ définition des éléments de langage de la destination et déclinaison d'outils de communication (bloc-marque, site internet, reportage photo, film promotionnel, plaquettes, chevalets, drapeaux...) qui assurent une meilleure visibilité de la destination ;
- ✓ augmentation de l'accompagnement des professionnels.

Forte de cette première phase réussie et portée par la mobilisation des professionnels labellisés, la destination doit aujourd'hui conforter son réseau et développer sa force de frappe auprès des clientèles oenotouristiques. L'enjeu de cette deuxième phase sera également l'obtention du renouvellement du label fin 2018, qui implique une évaluation fine de l'action menée, ainsi que l'élaboration d'une stratégie partagée pour 2019-2022.

**Le plan d'actions prévisionnel est le suivant :**

**I- Animation du réseau**

- Comité technique mensuel
- Les Rencontres du label : Assises du Tourisme vigneron et Commission Tourisme
- Eductour thématique : Cité du Vin à Bordeaux
- Lettre numérique bimestrielle du réseau
- Week-end évènementiel (Les Floréales du vin) fin septembre

**II- Professionnalisation**

- « Les Petits Déj' des Ambassadeurs » : Ateliers « Déguster » et « Communiquer »
- Accompagnement des porteurs de projets (Leader, Contrat de Pays, Pépinière...) / Orientation vers des démarches qualité
- Atelier mensuel départemental Vignobles & Découvertes (coordonnée par Hérault Tourisme)
- Participation au salon Vinisud

Cette délibération peut faire l'objet d'un recours devant le Tribunal administratif dans un délai de 2 mois à partir de la publication

### III- Valorisation et mise en récit des patrimoines oenotouristiques

- Réalisation d'un guide de l'ambassadeur : synthèse des éléments de langage de la destination
- Atelier technique « Savoir raconter le territoire »

### IV- Communication / Promotion / Commercialisation

- Lancement et mise à jour du portail internet (actualités, agenda, calendrier d'ouverture des caveaux, fiche labellisés...)
- Suivi du plan marketing et des éditions Hérault Tourisme
- Réseaux sociaux : actualisation et développement de la page Facebook / Création et suivi de comptes Instagram et Pinterest
- Réalisation et diffusion d'outils de communication (verres, sacs porte-bouteilles, drop stop, cartes viticoles...)
- Création de produits oenotouristiques
- Promotion de l'offre « nature » de la destination (cartes rando - cyclo - VTT, reportage photo et vidéo)

### V- Evaluation / Renouvellement du label

- Bilan d'actions des 3 années écoulées (marges de progrès à atteindre, écoute client, dispositif d'évaluation interne)
- Dossier de renouvellement concerté avec plan d'actions sur 3 ans

Le plan d'actions a été validé en Commission Tourisme le 05 décembre 2017.

Il est mis en œuvre par la mission Tourisme du Pays, en partenariat étroit avec les 3 Offices de Tourisme intercommunaux de la destination, Hérault Tourisme, le CIVL, et les professionnels viticoles et touristiques engagés dans le réseau.

Il est suivi et évalué par un Comité technique mensuel et par 2 assemblées générales annuelles (Rencontres du label et Commission Tourisme).

#### Le plan de financement proposé est le suivant :

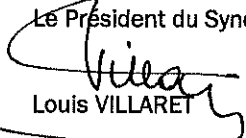
Dépenses			Financements		
Libellé	Montants TTC	Assiette Leader TTC	Origines	Montants	Taux
<b>Études, conseils, prestations</b>					
Ateliers professionnalisation	3 000,00 €	3 000,00 €	FEADER - LEADER	58 416,00 €	61,16%
Eductour à Bordeaux	10 750,00 €	10 750,00 €			
Assises du tourisme vigneron	2 000,00 €	2 000,00 €			
<b>Sous-total Études, conseils, prestations</b>	<b>15 750,00 €</b>	<b>15 750,00 €</b>			
<b>Ingénierie, frais de personnel</b>					
Coordination / animation (recrutement temps plein sur la période projet)	45 000,00 €	45 000,00 €	Conseil Départemental de l'Hérault	18 000,00 €	18,84%
<b>Sous-total Ingénierie, frais de personnel</b>	<b>45 000,00 €</b>	<b>45 000,00 €</b>	<b>Total fin.publics</b>	<b>76 416,00 €</b>	<b>80,00%</b>
<b>Communication</b>					
Outils de communication (verres, sacs, dropstop, cartes viticoles, bouchons...)	6 450,00 €	6 450,00 €	Autofinancement	19 104,00 €	20,00%
Événementiels « Floréales du vin »	10 000,00 €	10 000,00 €			
Édition, vidéo et photothèque offre « nature »	18 320,00 €	18 320,00 €			
<b>Sous-total Communication</b>	<b>34 770,00 €</b>	<b>34 770,00 €</b>			
<b>Frais de mission, coûts indirects</b>					
<b>Sous-total Frais de mission, coûts indirects</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>Total Autofinancement</b>	<b>19 104,00 €</b>	<b>20,00%</b>
<b>Montant Total</b>	<b>95 520,00 €</b>	<b>95 520,00 €</b>	<b>Montant Total</b>	<b>95 520,00 €</b>	<b>100,00%</b>

Le Comité Syndical  
Après en avoir délibéré,  
**DECIDE**  
A l'unanimité des suffrages exprimés

- ✓ D'Approuver le projet lié à la mise en œuvre du label « Vignobles & Découvertes » - Phase 2
- ✓ D'Approuver le plan de financement présenté ci-dessus.
- ✓ D'Autoriser le Président à opérer les demandes de subvention conformément au plan de financement.
- ✓ D'Autoriser le Président à signer tout document afférant à cette affaire.

Clermont l'Hérault, le 17 Mai 2018  
Le Président certifie sous sa responsabilité  
La présente délibération exécutoire le 17 Mai 2018

Publiée le 17 Mai 2018  
Transmise le 17 Mai 2018

Le Président du Syndicat  
  
Louis VILLARET