



Commission Tourisme

05 Décembre 2017



Ordre du jour :

1. Bilan 2017 et perspectives 2018 (Budget / plan d'actions)
2. Proposition de suppression et d'ajout de partenaires au sein de la destination labellisée « Vignobles et Découvertes »
3. Point sur les projets en cours : Inter-Grands Sites, Grands Sites d'Occitanie,
4. Questions diverses



1. Bilan 2017

Quelques chiffres :

- ✓ L'Hérault, 4^{ème} département touristique français et 1^{er} département touristique de la région Occitanie
- ✓ Pays Cœur d'Hérault : 77 communes et **plus de 80.000 habitants estimés en 2017**
- ✓ 3 communautés de communes et 3 offices de tourisme intercommunaux
- ✓ 1 Opérations Grand Site et 2 Grands Sites de France dont 1 avec un élargissement du périmètre depuis cette année.
- ✓ Patrimoine Mondial de l'Humanité (UNESCO) : 14 communes dans le périmètre « Causses et Cévennes » et 2 sites inscrits au titre des chemins de Saint-Jacques de Compostelle
- ✓ 1 ville d'art et d'histoire et 2 labels « Villes et métiers d'art »
- ✓ 7 910 lits touristiques marchands, 29 500 lits en résidences secondaires (2015)
- ✓ 249 270 nuitées en hébergements marchands et 627 300 visiteurs dans les sites et musées touristiques (2015)

La Mission « Tourisme »



Rôle et missions

- ✓ **Coordonner** la stratégie et les actions de développement et communication touristiques du Cœur d'Hérault en collaboration avec les **offices de tourisme et Communautés de Communes**
- ✓ **Piloter et/ou relayer** les actions de Hérault Tourisme sur le territoire



Organisation

- **0.90 équivalent Temps plein depuis le 01/09/2016 (1.5 Equivalents Temps Plein depuis 2006) + 1 Service civique depuis le 1^{er} septembre 2017**
- Collaboration avec les agents des offices de tourisme, des communautés de communes et des syndicats du territoire
- **Un budget** d'actions de 95 956 € en 2017 financé par des subventions(46 000 €) et les Offices de Tourisme (31 239€)
- **Marketing/Communication** avec un comité technique : mise en œuvre de la Stratégie-communication et promotion coordonnée de la destination en partenariat avec Hérault Tourisme.
- **Tourisme vigneron** avec un comité de pilotage : *définition de la stratégie, du plan d'actions et suivi de la mise en œuvre et des comités techniques : proposition et mise en œuvre.*
- **Aide aux porteurs de projets**, dans le cadre du Contrat de Pays, du programme Leader et autres : conseil, orientation, subventions.



Les actions menées

- **Opérations Marketing en partenariat avec Hérault Tourisme**

- Action mise en œuvre depuis 2007. Chaque année, **4 à 8 opérations marketing** programmées.

Porté par Atout France depuis 2009, "Vignobles et Découvertes" est un label attribué aux destinations viticoles qui développent des offres oenotouristiques complètes, qualitatives et originales, et méritent ainsi de gagner en notoriété.

60 destinations en France / 12 en région / 4 dans l'Hérault



vignobles & découvertes



➤ Nom de la destination : **Languedoc, Cœur d'Hérault**

➤ Pilote :



➤ 1 Référent touristique



/ 1 référent viticole



➤ Positionnement : *basé sur l'excellence en termes d'authenticité, de développement durable, de contenus patrimoniaux (naturels et culturels), de qualité (des produits, de l'accueil, prestations, ...).*

4 piliers : vins, paysages, patrimoine, hommes

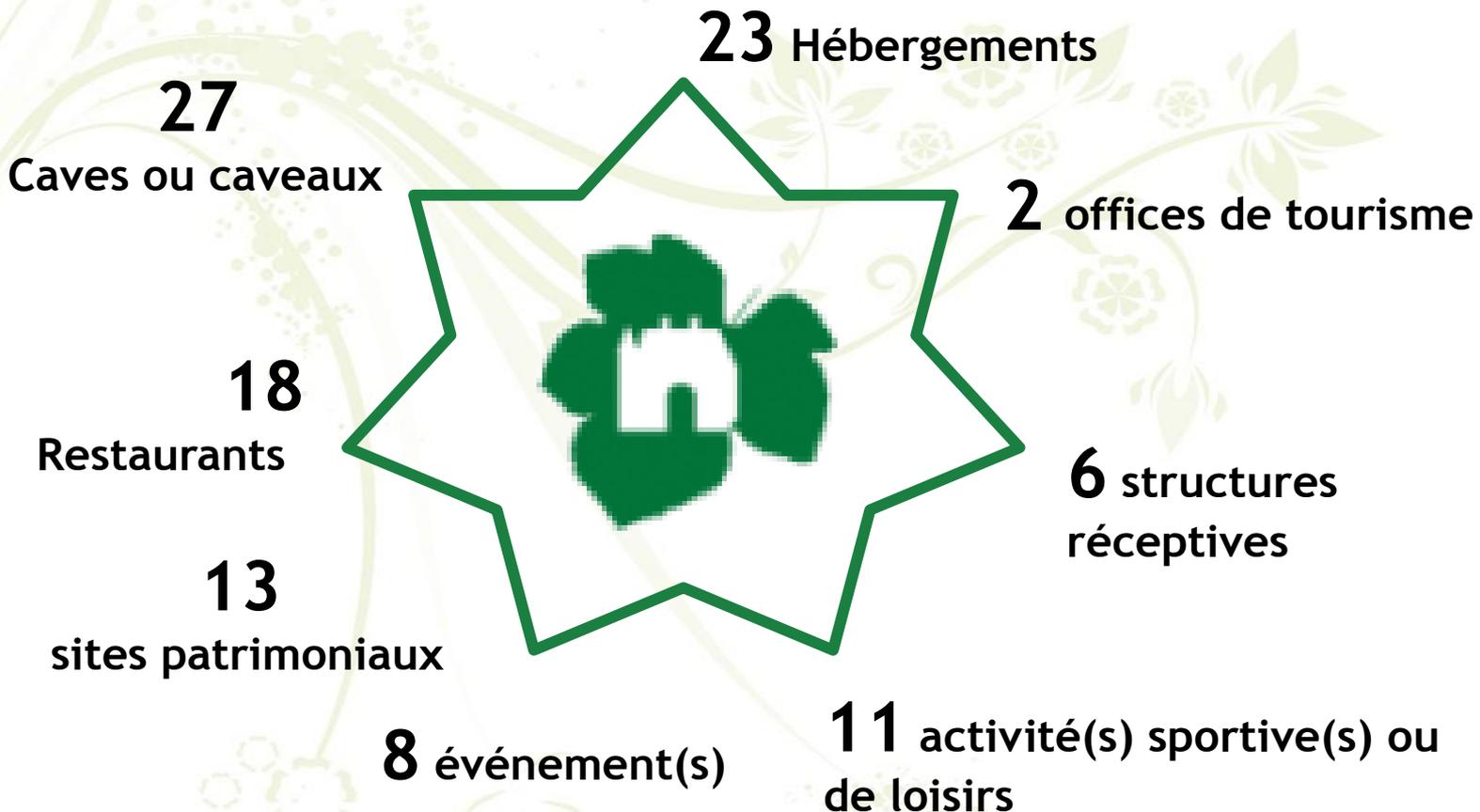
➤ Labellisée en : **décembre 2015**

Languedoc, Cœur d'Hérault :

108 partenaires professionnels engagés (+ 28 en 2017) :



vignobles & découvertes





Animation du réseau « Vignobles & Découvertes »

Participation au Salon Vinisud du 29 au 31 janvier 2017

- Vitrine du vignoble méditerranéen - 20.000 visiteurs / acheteurs
- Espace consacré à l'oenotourisme méditerranéen
- Destination présente avec Hérault Tourisme et les autres destinations labellisés du département pour conseiller et accompagner les professionnels dans leurs projets oenotouristiques





Animation du réseau « Vignobles & Découvertes »

Eductour à Gaillac le 27 mars 2017



Délégation d'une quarantaine de personnes pour une première journée de formation et d'échanges à Gaillac. Au programme :

- 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.



Animation du réseau « Vignobles & Découvertes »

**2^{ème} Rencontre du Réseau le 19 juin
2017 à la Méridienne des Sens
(Clermont l'Hérault)**



- 50 professionnels et partenaires présents
- Restitution de la mission de valorisation et de mise en récit des patrimoines oenotouristiques du Cœur d'Hérault
- Remise des plaques aux 28 nouveaux labellisés
- Spectacle de la Cie L'Esquif « A travers lignes, à travers vignes » avec dégustation de vins
- Un repas convivial a clôturé la Rencontre



Professionalisation

- **Accompagnement des porteurs de projets et réalisation d'un référentiel LEADER pour les projets d'hébergement**
- **Accueil d'un stagiaire en Formation Sommelier-Conseil :**
Réalisation d'un diagnostic et accompagnement des restaurateurs labellisés en fonction de leurs besoins (conseils sur les cartes des vins, accords mets & vins, traduction cartes, appui aux évènements...)



Valorisation et mise en récit des patrimoines oenotouristiques

Objectif : Définir les éléments communs de langage et de mise en récit de la destination

Méthodologie

- **1 enquête ethnologique auprès de 9 caves et domaines** : collecte de témoignages sur l'histoire des exploitations, les représentations du territoire et les valeurs à transmettre
- **Recherche d'archives privées** pour alimenter le fonds documentaires et photographique
- **1 enquête qualitative** : 1 questionnaire « visiteurs » / 1 questionnaire « labellisés »
- Partage des éléments lors de **3 ateliers participatifs** avec les labellisés et partenaires

Une belle mobilisation des partenaires !



Positionnement de la destination, les éléments de langage

LES AXES STRATÉGIQUES :

LES PAYSAGES

**LE
PATRIMOINE
CULTUREL**

LE VIN

LES HOMMES

**L'
ENGAGEMENT**

LA FIERTE

**LA
RENAISSANCE**

LA SINCERITE

- pour la qualité des vins et de l'accueil
- pour la préservation du petit patrimoine et de la culture occitane
- pour la protection de l'environnement

- d'une histoire qui ne s'écrit pas toujours avec un grand H,
- d'une terre généreuse mais rude,
- d'un vignoble pluricentenaire
- de produire son vin

- d'un vignoble méconnu
- d'une langue des poètes
- d'un territoire oublié des premiers touristes de l'Hérault

- un accueil chaleureux
- des paysages forts
- un patrimoine bâti modeste mais authentique

UNE SIGNATURE :

**Le
déPAYSEment
au cœur
d'Hérault**



Valorisation et mise en récit des patrimoines oenotouristiques

En conclusion, une **destination** :

- « Slow-made »* : donner du temps à la création, à l'échange et à l'accueil
- qui pousse à l'itinérance douce, aux rencontres
- qui a des histoires à raconter et à transmettre....



Communication



**LANGUEDOC
CŒUR
D'HÉRAULT**

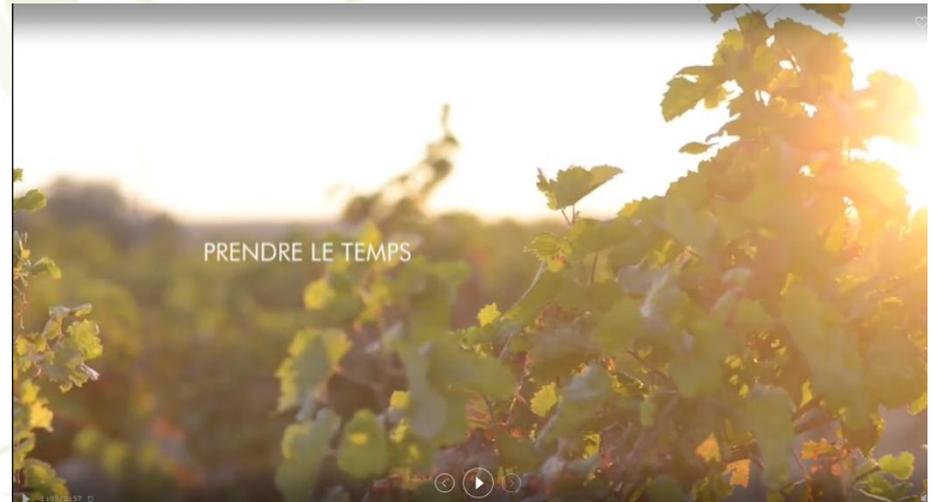
Bloc marque



Site internet dédié



Un reportage photo



Un film « séduction »

Communication

➤ Analyse de la page Facebook « Languedoc, Cœur d'Hérault » :

The screenshot shows the Facebook profile for 'Les Floréales du vin'. The page header includes the name 'Les Floréales du vin' and a search bar. The cover photo features the text 'Languedoc, Cœur d'Hérault' and 'les Floréales du vin en Cœur d'Hérault' with a decorative illustration of a wine glass and floral elements. The profile picture is a green logo with a white house icon and the text 'vignobles & découvertes'. The left sidebar contains navigation options: 'Accueil', 'À propos', 'Photos', 'Publications', 'Évènements', 'Avis', 'Communauté', and a 'Créer une Page' button. The main content area shows a status update with a photo of a wine bottle and a person, and a post about 'LES VINS DE SAINT SATURNIN' and 'FETE DU VIN PRIMEUR' on October 19, 20, and 22, 2017. The right sidebar displays the page's location 'Vins et vignobles à Clermont Herault, Languedoc-Roussillon, France', the number of likes (334), and the number of people following (332). A map shows the location at '18 avenue Raymond Lacombe, 34800 Clermont Herault, Languedoc-Roussillon, France'.

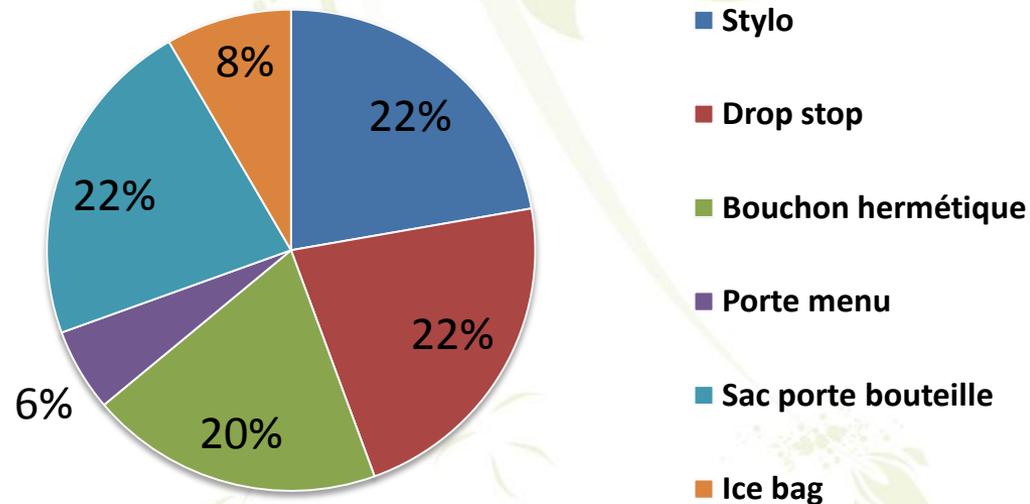
- ✓ 334 personnes suivent actuellement la page.
- ✓ + 39 personnes depuis le 1er Janvier 2017
- ✓ 136 publications ont été effectuées tout au long de l'année (moyenne d'1 publication tous les 3 jours).
- ✓ La portée moyenne des publications au cours de l'année est de 87 personnes.

Communication

➤ Outils de communication :

✓ 354 verres et 148 sacs « Floréales du vin » et « Vignobles et Découvertes » ont été distribués à 13 prestataires labellisés.

✓ Réalisation d'un sondage pour les futurs outils de communication pour « Vignobles et Découvertes » (14 répondants) :



Communication

A venir...

✓ 1 plaquette « séduction »

✓ Drapeaux

✓ Chevalets de table





Perspectives 2018 (plan d'actions)

I - Animation du réseau

- ✓ Comité technique mensuel
- ✓ Les Rencontres du label : Assise du Tourisme vigneron en juin et Commission en décembre
- ✓ Eductours thématiques : Cité du Vin à Bordeaux (Mars 2018)
- ✓ Lettre numérique bimestrielle du réseau
- ✓ Week-end Évènementiels (Floréales) en septembre / octobre ?



Perspectives 2018 (plan d'actions)

II - Professionnalisation

- ✓ Les Petits déj des Ambassadeurs : Atelier « dégustation » en février et atelier « Communication » en décembre
- ✓ Aide aux porteurs de projets (Leader, Contrat de Pays...) / Orientation vers des démarches qualité
- ✓ Ateliers techniques mensuels « Vignobles & Découvertes » organisés par Hérault Tourisme (coordination des destinations labellisées)
- ✓ Présence au salon « Vinisud »



Perspectives 2018 (plan d'actions)

III - Valorisation et mise en récit des patrimoines oenotouristiques

- Guide de l'ambassadeur : éléments de langage et de récit de la destination
- Atelier de production « Savoir raconter le territoire » (avril ?)



Perspectives 2018 (plan d'actions)

IV - Communication / Promotion / Commercialisation

- Lancement et mise à jour du portail internet (actualités, agenda, calendrier d'ouverture des caveaux, labellisés...)
- Suivi du plan marketing et des éditions Hérault Tourisme
- Réseaux sociaux : Actualisation et développement de la page Facebook / Création comptes Instagram et Pinterest
- Réalisation et diffusion d'outils de communication (verres, sacs porte-bouteilles, drop stop, cartes viticoles...)
- Création de produits oenotouristiques



Perspectives 2018 (plan d'actions)

La préparation au renouvellement du label !

2 gros « chantiers » :

✓ Un bilan d'actions des 3 années écoulées

→ Des marges de progrès à atteindre : écoute client / Dispositif d'évaluation interne au réseau

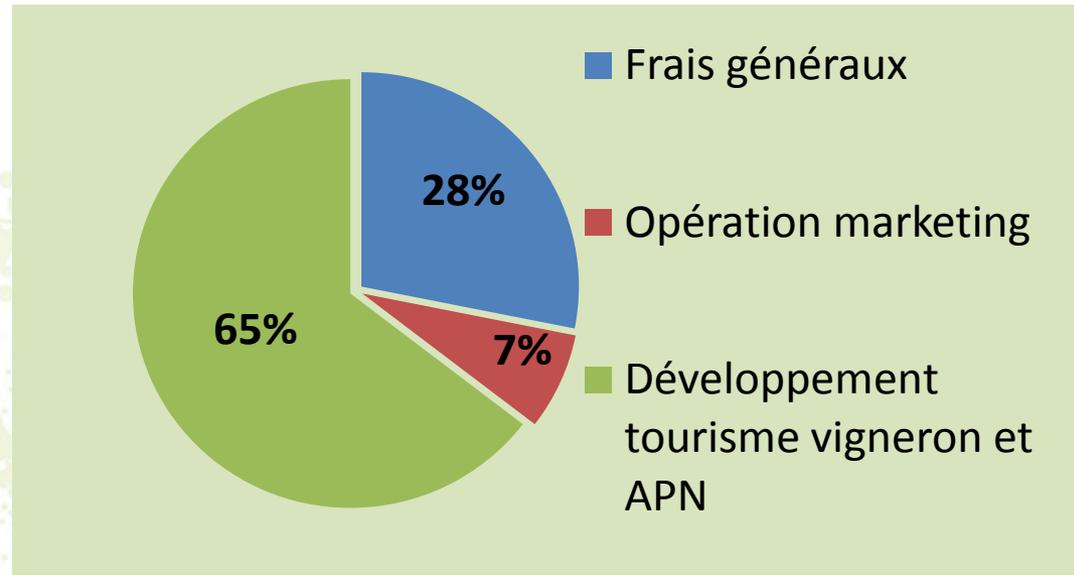
✓ Un dossier de candidature

→ Plan d'actions sur 3 ans

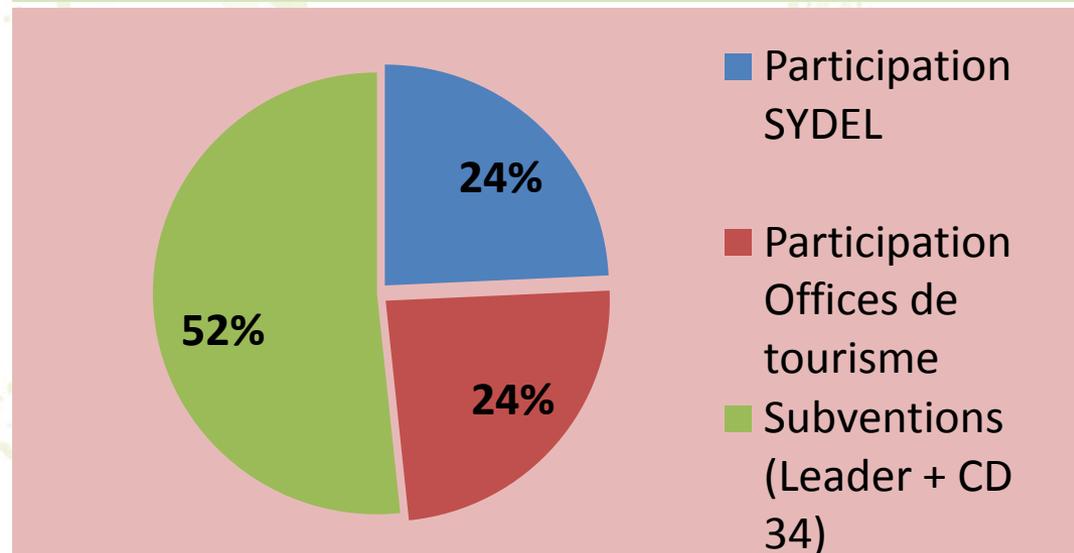
Budget prévisionnel 2018

137.090 €

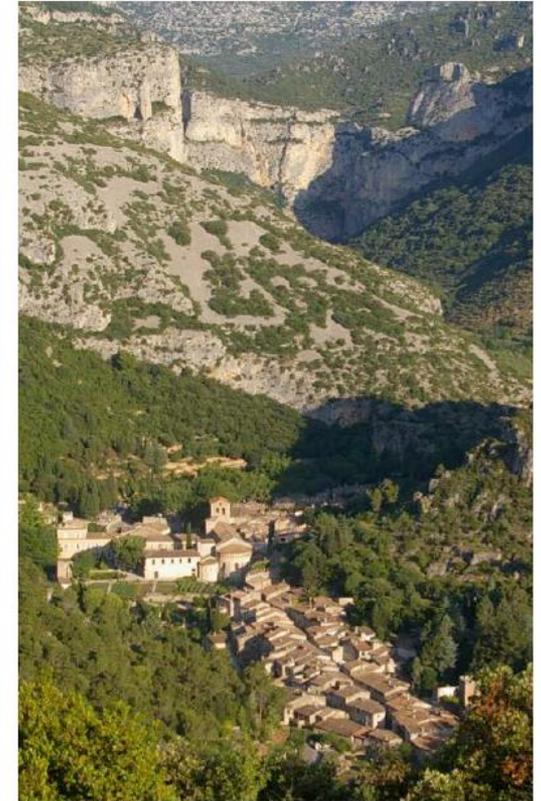
Dépenses

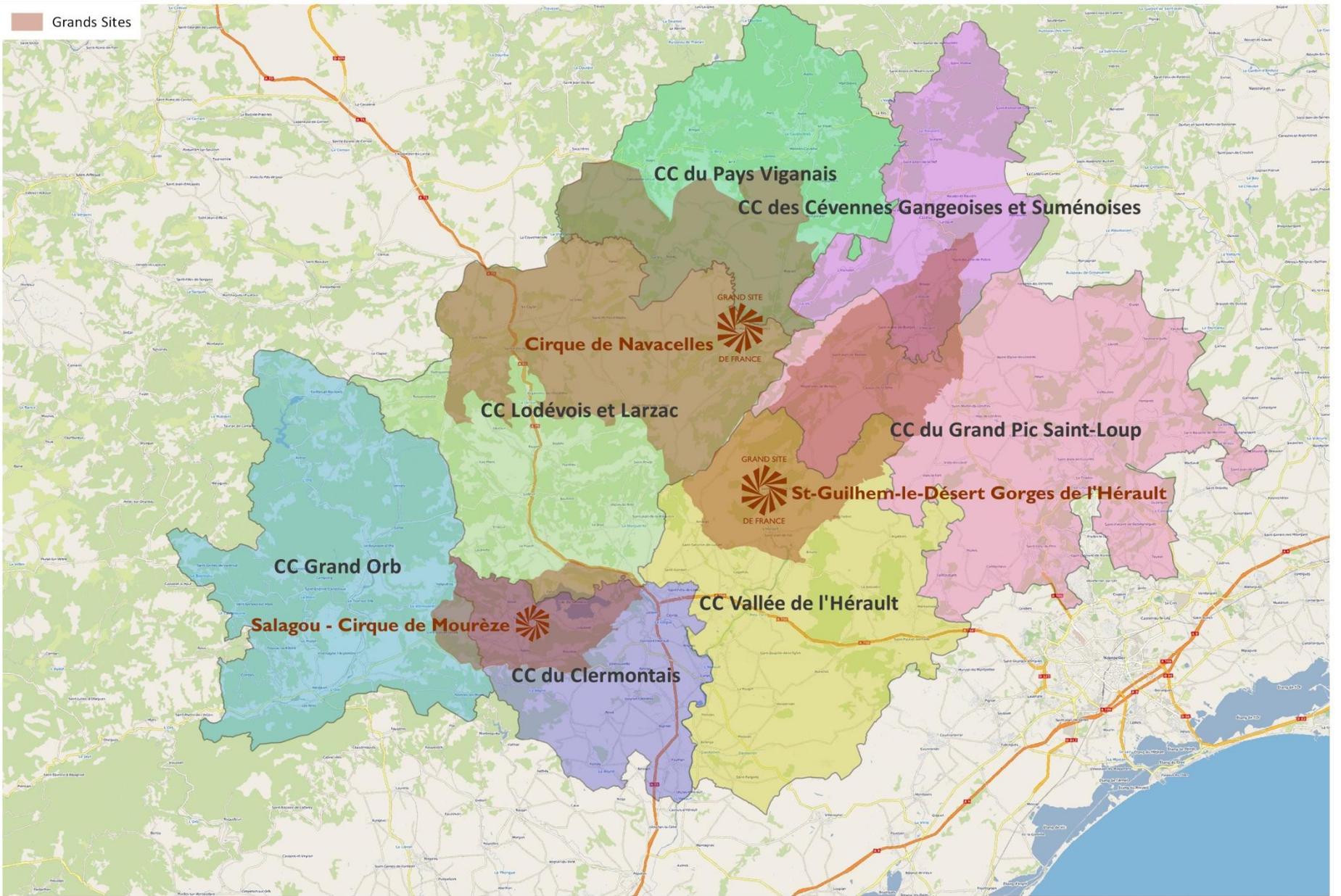


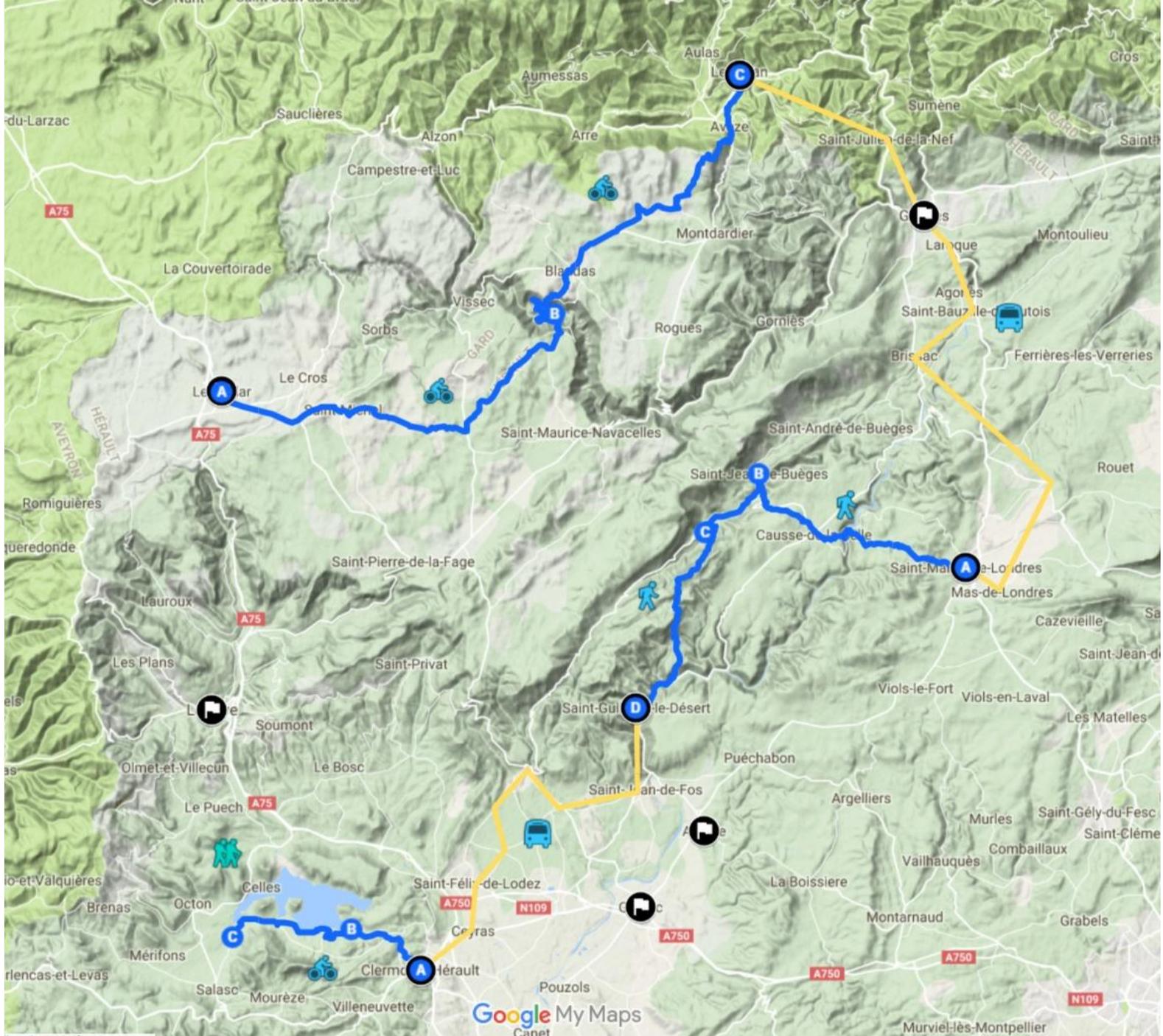
Recettes



PROJET INTER-GRANDS SITES HÉRAULT/GARD







Échelle : 2 km

Google My Maps
Canet

The image features a decorative background with a dark red vertical bar on the left side. A green semi-circle is positioned at the top of this bar. The main area is white, adorned with light green floral and vine motifs. The text "MERCI DE VOTRE ATTENTION" is centered in a bold, green, sans-serif font.

MERCI DE VOTRE ATTENTION