



COMMISSION TOURISME

Mardi 07 janvier 2020

Château Bas d'Aumelas

ORDRE DU JOUR

I- Bilan 2019

Préambule – quelques chiffres

1. Animation
2. Professionnalisation
3. Communication/Promotion
4. Evènementiel
5. Stratégie /Prospective

II- Perspectives 2020

1. Animation
2. Professionnalisation
3. Communication/Promotion
4. Evènementiel
5. Consommation responsable

III- Mise à jour des partenaires V&D



[Vote en ligne](http://www.quizzoodle.com/session/d9f7d1ba3abd4224aa8c247ce2e3678e) (<http://www.quizzoodle.com/session/d9f7d1ba3abd4224aa8c247ce2e3678e>)

- 1/ Taper “Quizzoodle” sur votre moteur Internet de recherche de votre smartphone
- 2/ Taper “Se connecter à une session”
- 3/ Taper dans Code session “”
- 4/ Taper dans Pseudo votre nom
- 5/ Taper “Entrer”

Votez



I- BILAN 2019

QUELQUES CHIFFRES

**INTERVENTION DE MIREILLE CARNIEL FABRE
RESPONSABLE OBSERVATOIRE & VEILLE À HÉRAULT TOURISME**

**CHIFFRES CLÉS DU PAYS CŒUR D'HÉRAULT
PRÉSENTATION DE L'ENQUÊTE RÉGIONALE DE CLIENTÈLE 2019**

L'ANIMATION

GOUVERNANCE DE LA MISSION TOURISME

- Organisation



Équipe

1.9 ETP

+ 1 apprenti en alternance



Valérie AFFRE
Chargée de mission Tourisme



Amélie GOBIN
Assistante
Tourisme
« Vignobles &
Découvertes »



Magali LEON-PHILIP
Responsable Pôle
Culture, Tourisme &
Patrimoine



1 budget de :
121 203,00 €

Subventions :
43 215,00 €

3 OT :
33 684,00 €

Autofinancement :
44 304,00 €



L'ANIMATION

GOVERNANCE DE LA MISSION

- Temps forts

2 CODIR
(comités de direction)
avec les OT :
le 11 octobre et le
17 décembre

4 COTECH
(comités techniques)
avec les OT :
le 31 janvier, le 28
mars, le 25 juin et le
17 septembre

**Les Rencontres
du label V&D le
17 juin**
au Domaine de la
Dourbie (Canet)

▶ 11 nouveaux
entrants

**La Commission
Tourisme**
aujourd'hui



L'ANIMATION

IMPLICATION DE LA MISSION À L'ÉCHELLE RÉGIONALE



Participation à différents temps forts organisés par le CRT Occitanie

Travail de co-
construction d'un
positionnement
oenoculturel de la
destination
Occitanie
Le 7 février à
Toulouse et le 14
mai à Lattes

Travail sur
l'oenotourisme et
l'agritourisme
Le 11 février à Albi
Et le 18 novembre à
Sorrèze

Rencontre du
tourisme à Albi le
5 novembre

Le Campus de
l'innovation
touristique à Agde
le 11 décembre



L'ANIMATION

IMPLICATION DE LA MISSION À L'ÉCHELLE DÉPARTEMENTALE

Côté « oeno »

Participation à :



- **3 ateliers V&D** avec Hérault Tourisme et les destinations voisines + **Assises de la destination « Thau en Méditerranée »**
- **5 comités techniques Oenotour** avec le département et **11 visites de caveaux étapes**
- **1 COPIL Oenorando** avec la FFR34



Côté « tourisme »

Participation à 2 commissions organisées par Hérault Tourisme :

- **1 Commission Développement**
- **1 Commission Marketing**



L'ANIMATION

ANIMATION DU LABEL VIGNOBLES & DÉCOUVERTES

- **Renouvellement du label**



- **Dépôt du dossier de renouvellement fin 2018**



- **Oral à Paris devant le Conseil Supérieur de l'Oenotourisme le 11/04/2019**

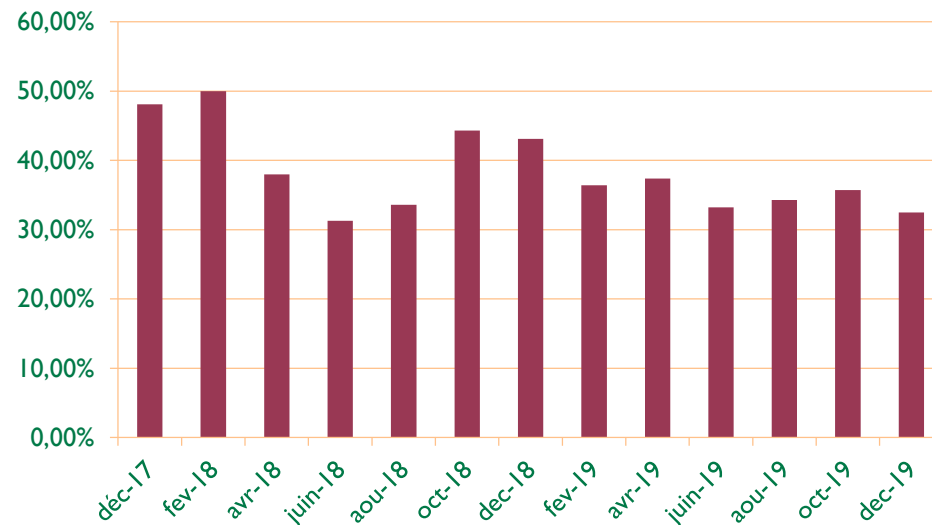
- **Réponse officielle d'obtention du renouvellement du label le 15/05/2019 pour 3 ans**

→ **Le dynamisme de la destination a été saluée par le CSO, merci à tous pour votre travail !!!**

L'ANIMATION

ANIMATION DU LABEL VIGNOBLES & DÉCOUVERTES

- La Lettre Numérique du réseau V & D



- 13 LN envoyées depuis décembre 2017
- 213 inscrits

- Taux d'ouverture moyen en 2018 : 40%
- Taux d'ouverture moyen en 2019 : 35% ↘

• Question : trop dense ?

• Le + de clics : les vidéos, les photos, les FMA, les comptes-rendu d'animation

L'ANIMATION

ANIMATION DU LABEL VIGNOBLES & DÉCOUVERTES

- Les 3 éducteurs organisés sur le territoire

Lundi 21/10/2019 : Découverte de la Vallée de l'Hérault (18 participants)

- ✓ Visite et Atelier Poterie à Argileum , la Maison de la Poterie (St- Jean de Fos).
- ✓ Visite et Atelier à la Vinothèque du Pont du Diable en présence du Domaine des Quatre Amours
- ✓ Déjeuner à La Terrasse du Mimosa (Montpeyroux).
- ✓ Présentation et visite des lieux et de l'activité du Domaine de Salente (Gignac) : hébergement, table d'hôtes..



L'ANIMATION

ANIMATION DU LABEL VIGNOBLES & DÉCOUVERTES

Lundi 28/10/2019 : Découverte du Lodévois et Larzac (20 participants)

- ✓ Présentation et visite de l'Amourier (Lodève) : hébergements
- ✓ Visite de la Grotte de Labeil (Lauroux), dégustation de Roquefort accompagné des vins du Domaine des Capitelles
- ✓ des Salles en présence de la vigneronne
- ✓ Déjeuner au restaurant de la Grotte de Labeil
- ✓ Présentation et visite lieux et de l'activité d'Oléatherm : hébergement, bien être, sentiers



L'ANIMATION

ANIMATION DU LABEL VIGNOBLES & DÉCOUVERTES

Lundi 04/11/2019 : Découverte du Clermontais (24 participants)

- ✓ - Présentation et visite des lieux et de l'activité du Clos des Coustoulines (Lacoste) : hébergement, table d'hôtes...
- ✓ Atelier chocolat / Dégustation vin (Domaine des Conquêtes en présence de la vigneronne à la Chocolaterie du Blason (Clermont l'Hérault)
- ✓ Déjeuner au Café de la Place (Octon), accompagné de quelques vins labellisés V&D
- ✓ Randonnée commentée autour du Lac du Salagou avec Laure, Aphyllante randonnée



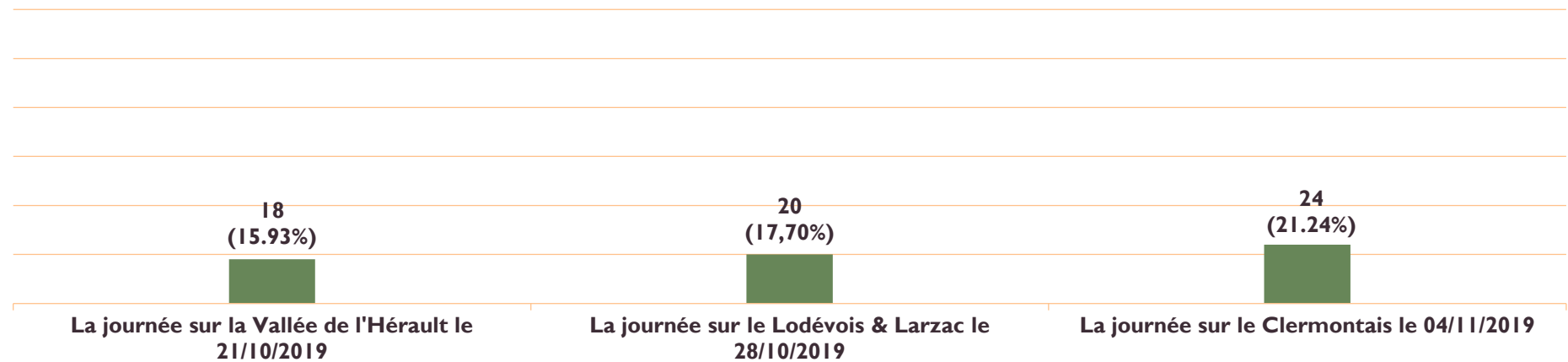
L'ANIMATION

ANIMATION DU LABEL VIGNOBLES & DÉCOUVERTES

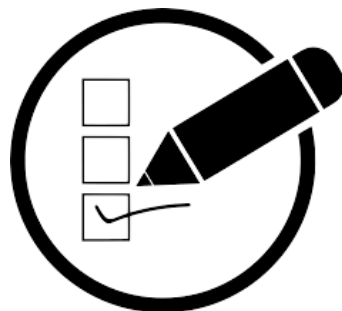
Taux de participation aux éducteurs

Nombre
de
labellisés
V&D

(113)



3 questionnaires



L'ANIMATION



**Participants
(6 réponses/date)**



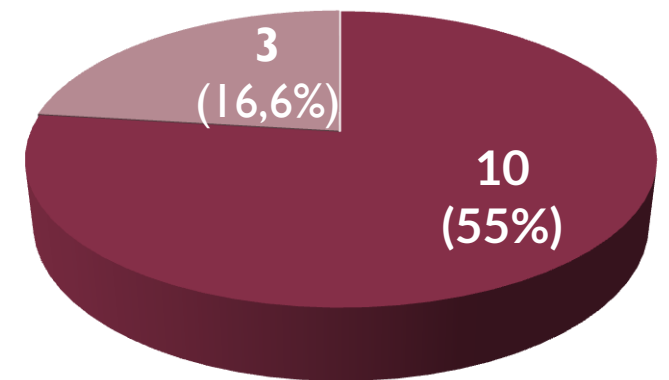
- Organisation, rythme, diversité et choix des visites
- Rencontre avec les professionnels du label
- Découverte des lieux, activités et participants très enrichissante
- Ambiance et convivialité



- Timing serré
- Problème de disponibilité toute une journée
- Peu de vignerons
- Très bon travail qu'il faudra maintenir à l'avenir

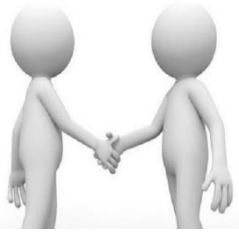
Ces rencontres vous ont-elles ouvert de nouvelles perspectives de collaboration ?

- Renvoyer nos clients vers d'autres acteurs du territoire
- La découverte de membres du réseau à inclure dans nos prestations
- Plus de diversité, pas de concurrence mais de la complémentarité



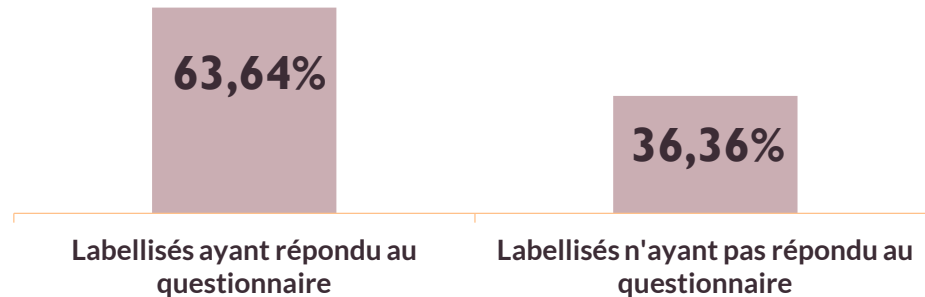
■ Oui ■ Non

L'ANIMATION

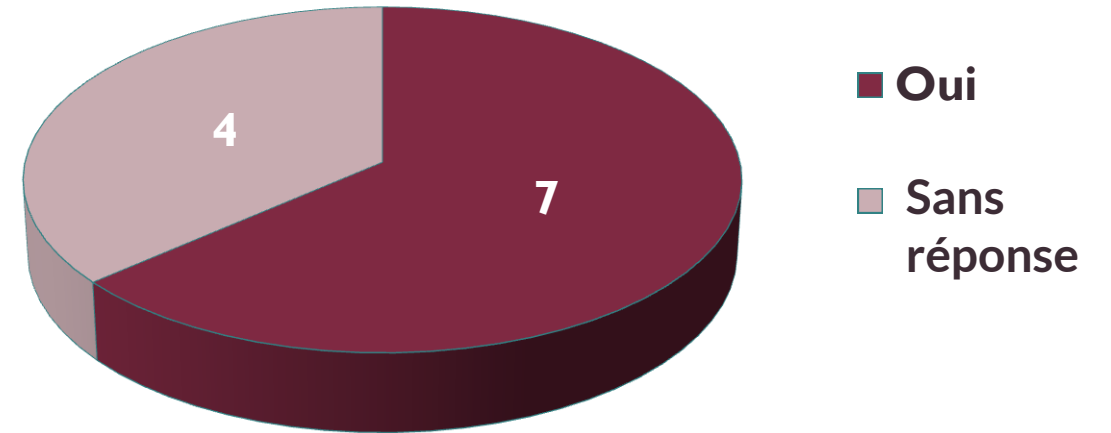


Accueillants (11)

Taux de réponses



Êtes-vous satisfait de votre participation en tant que prestataire accueillant ?



Pourquoi ?

- Goût du partage,
- Bon timing, bonne organisation
- Avoir pu présenter avec plaisir la spécificité de nos lieux d'accueil
- Participants agréables

L'ANIMATION

Taux de réponse au questionnaire

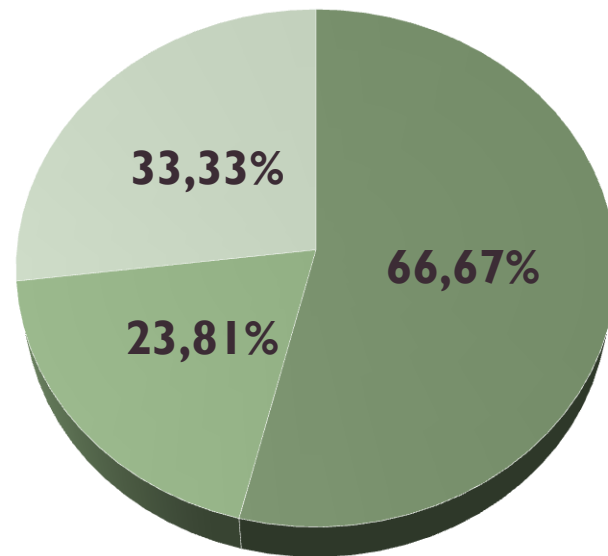


Non
participants



Vous n'avez pas pu participer -

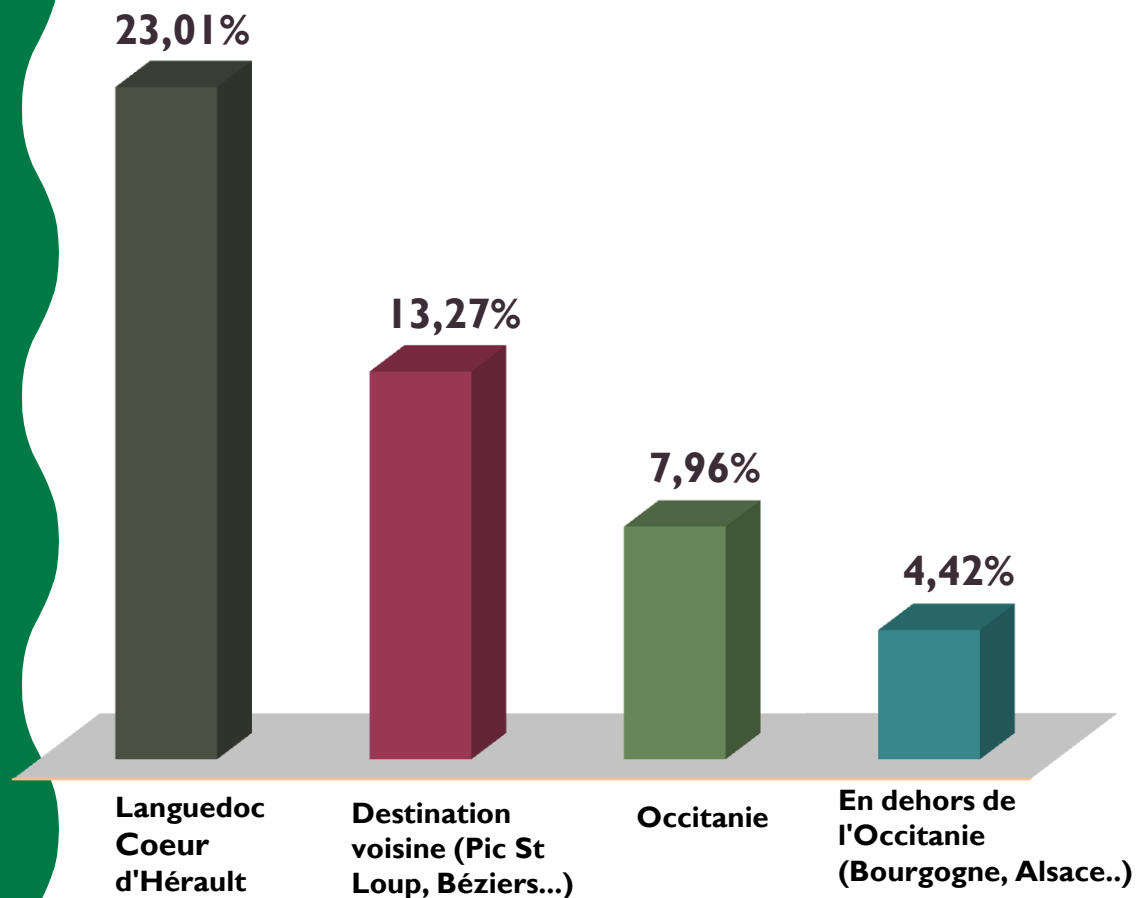
Pourquoi ?



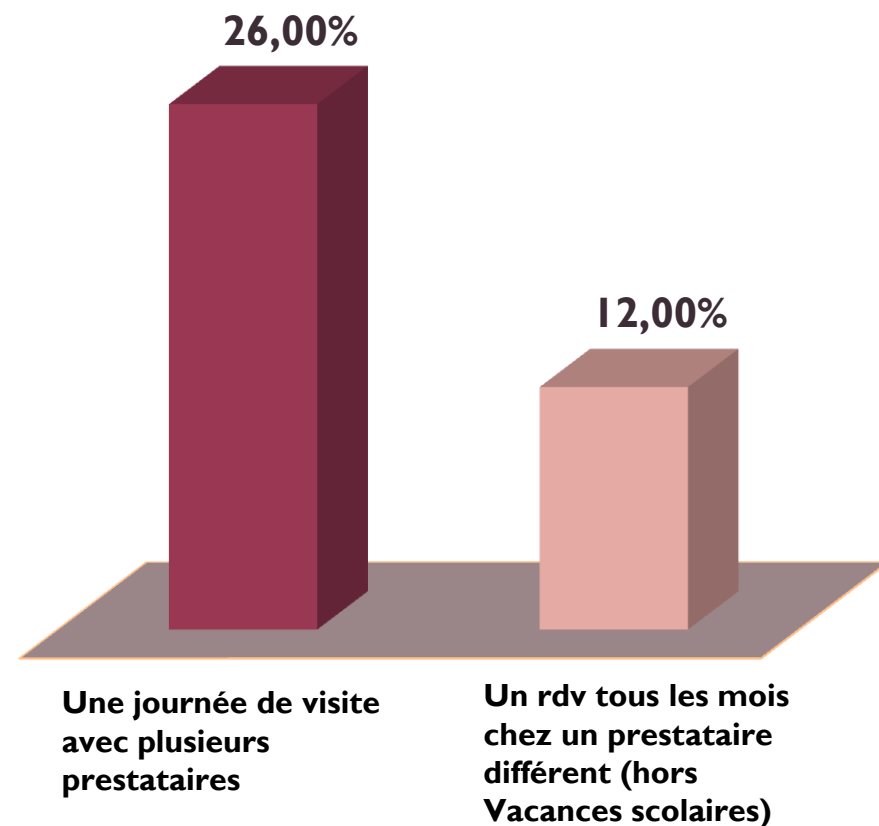
- La période (fin octobre - début novembre) ne vous convenait pas
- Le jour (lundi) ne vous convenait pas
- Autre
 - Manque de temps,
 - En déplacement



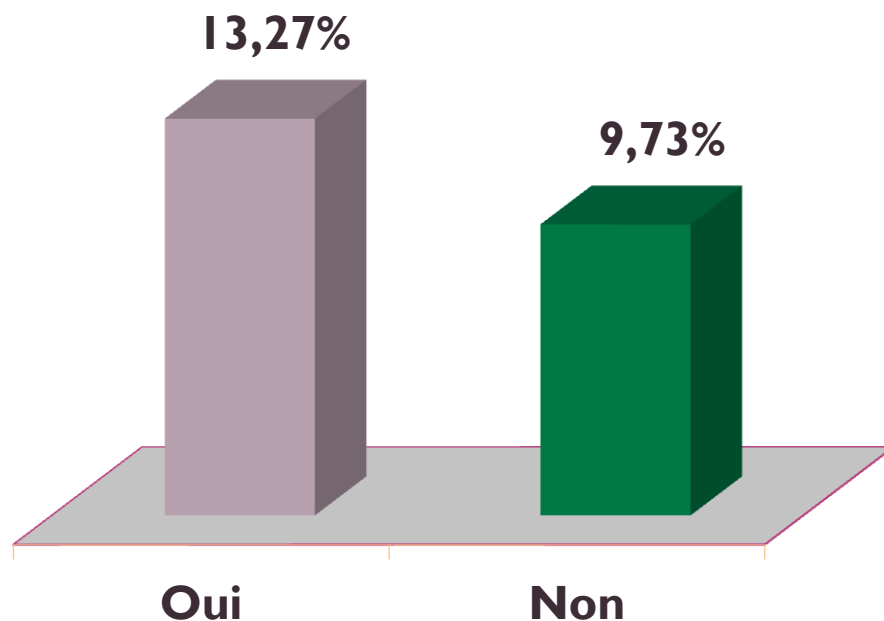
Où souhaitez vous que se tienne le prochain éducteur (2020) ?



Quel format vous conviendrez le mieux ?



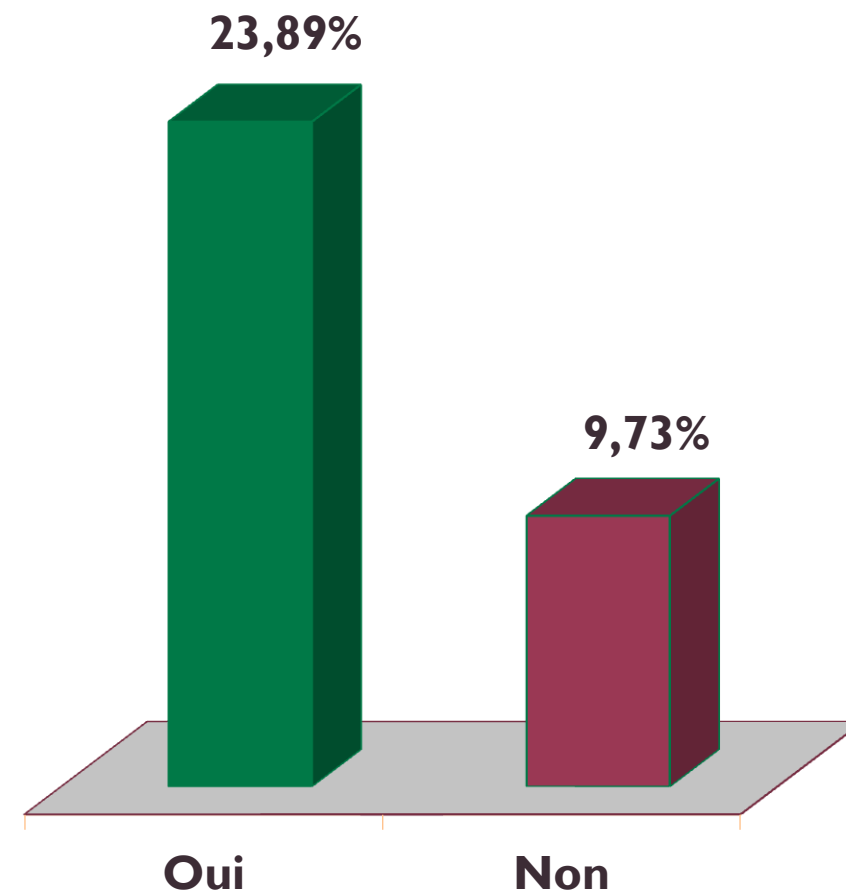
Pour la formule à la journée, le mois d'Octobre vous semble t-il judicieux ?



Si non, quels mois préconisez-vous ?

- Janvier : 36%
- Février / Mars / Avril : 27%
- Novembre : 27%
- Hors vacances scolaires : 36%

Le choix du lundi vous convient-il ?



Si non quels jours préconisez-vous ?

- Mardi / Jeudi : 33%
- Mercredi / Vendredi : 27%

PROFESSIONALISATION

ACCOMPAGNEMENTS DES PROJETS TOURISTIQUES LEADER

PARTICIPATION
AU COTECH
LEADER

APPEL À
PROJETS
HÉBERGEMENTS
DE GROUPE

PROJET DE
COOPÉRATION
« SAC À DOS
VIGNERON »

COMMUNICATION/PROMOTION

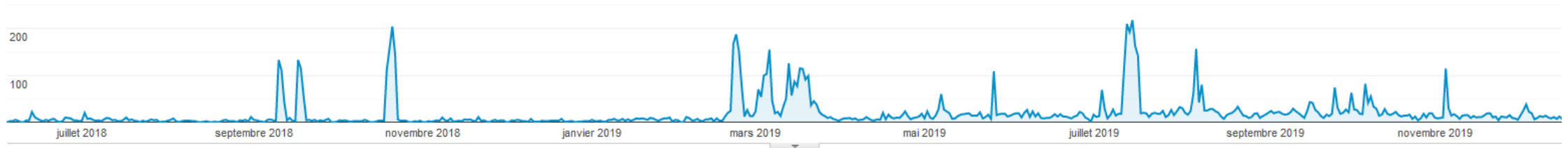
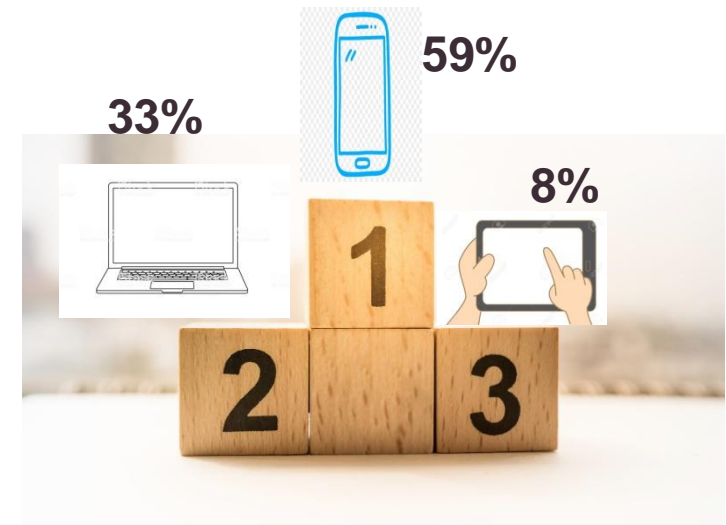
ÉVOLUTION DU SITE INTERNET : www.languedoc-coeur-herault.fr

- 8 492 utilisateurs depuis son lancement
(le 4 juin 2018)

- Podium villes françaises : Montpellier – Paris -
Lyon – Béziers-Nîmes- Toulouse- Bordeaux....

- Podium pays étrangers (12,7% de l'audience) :
USA – Belgique – Canada – Suisse – Allemagne
– GB – Pays Bas..

- Public entre 25 et 64 ans



COMMUNICATION/PROMOTION

ÉVOLUTION DU SITE INTERNET

- Un site traduit en anglais
- De nouveaux contenus + expérientiels...

J'AI TESTÉ POUR VOUS : LES VENDANGES GOURMANDES !
Accueil > S'évader > J'ai testé pour vous ! > J'ai testé pour vous : les Vendanges gourmandes !

J'ai testé pour vous : les vendanges gourmandes !

Le 17 septembre 2019

Dimanche dernier, j'ai participé au 18e Vendanges gourmandes du Château Bas à Aumelas. Une journée sous le soleil, en toute simplicité. Après un accueil café sous le signe de la bonne humeur, armée de mon seau et de mon sécateur, je suis partie avec les autres vendangeurs d'un jour sur une parcelle de grenache blanc. Rigolade, entraide, petits et grands mettent du cœur à l'ouvrage... À 11h, nous faisons la pause casse-croûte comme à la belle époque dans un cadre enchanteur. Puis nous repartons dans les vignes pour finir notre rangée. La matinée se termine avec les explications avisées du vigneron, suivie d'un apéro avec les vins du domaine sur la terrasse et d'une bonne paëlla. Miam... La journée se clôture par une visite du caveau. Bref, une journée au top, pour prolonger encore un peu l'été...

Pratique : Les vendanges gourmandes se déroulent tous les ans mi-septembre. Coût : 22€/pers (Nombre de places limité !)
Plus d'infos sur Château Bas [ICI](#)

Et pour lire mon récit détaillé, c'est juste en dessous [📖](#)



Amélie Gobin
Animatrice Vignobles & Découvertes

"Curieuse, bonne vivante et brin casse-cou, j'aime passer mon temps libre en plein air profiter de mes proches autour d'une bonne"



LA CUVÉE DE DÉCEMBRE : DOMAINE LA VOÛTE DU VERDUS 2017
Accueil > Déguster > La cuvée du mois > La cuvée de décembre : Domaine la Voûte du Verdus 2017

Tous les mois, nous partons à la rencontre d'un vigneron(ne) pour qu'il ou elle nous présente l'une de ses cuvées coup de cœur. Cépages utilisés, arômes, histoire(s), accords mets & vins... Il nous raconte tout pour notre plus grand plaisir.
Ce mois-ci, c'est Mélanie Estival, oenologue au Domaine la Voûte du Verdus à Saint-Guilhem-le-Désert qui nous parle de la Cuvée "Domaine la Voûte du Verdus, 2018".
On se délecte !

La cuvée du mois de décembre :
DOMAINE LA VOÛTE DU VERDUS, 2017
(Domaine de la Voûte du Verdus)



Couleur : Rouge
Cépages : Syrah (40%), Grenache (40%), Mourvèdre (10%), Carignan (10%)

Descriptif du vin :
Robe rouge rubis, le nez expressif aux notes de réglisse, s'ouvre sur des arômes de cerise. La bouche ample et ronde laisse découvrir des tanins soyeux. Belle longueur pour cette cuvée. Élégance et finesse sont au

Quelle histoire se cache derrière cette cuvée ?



Coup de cœur de Noël :
La Chocolaterie du Blason, une entreprise qui s'engage

DU CHOCOLAT OUI, MAIS PAS N'IMPORTE LEQUEL !

Bernard Manguin, chocolatier et créateur passionné en est convaincu, c'est en aidant les producteurs de cacao à développer leurs plantations et en mettant en place avec eux des systèmes pour favoriser la qualité des récoltes que l'on obtient un bon produit et ce de manière équitable. C'est d'ailleurs pour cette raison que depuis 5 ans, la chocolaterie est membre de la fondation Cocoa Horizons.

Créée par des couverturiers (ce sont eux qui vont chercher les fèves dans les différents pays, les transforment en chocolat de couverture et les vendent aux chocolatiers qui les subliment en délicieuses gourmandises), cette fondation a pour mission d'améliorer les conditions de vie des producteurs de cacao ainsi que celles de leurs familles. Aujourd'hui 90% de la production de chocolats de la Chocolaterie du Blason sont issus de ce réseau. Travailler avec eux, c'est s'assurer une traçabilité des fèves et de l'ensemble de la transformation.

Pour ce qui est de son chocolat signature le Rio Guayaba, les fèves de cacao sont tracées et proviennent de plantations au Mexique et au Venezuela. Bernard s'est d'ailleurs rendu récemment au Mexique pour rencontrer les producteurs de cacao (cf. [ici](#)). La bouche est bel et bien bouclée!

COMMUNICATION/PROMOTION

LES RÉSEAUX SOCIAUX - FACEBOOK

- Page créée en janvier 2019
- Minimum 4 posts/semaine, soit 290 publications dans l'année
- 726 abonnés (1 groupe privé pour les pros du label)
- Top 3 des posts 2019
 - Vidéo Languedoc, Cœur d'Hérault
 - Publications et page événement Goût de France
 - Rencontres du label / Cuvées du mois/ J'ai testé pour vous/ Vign'ette /rétrospective



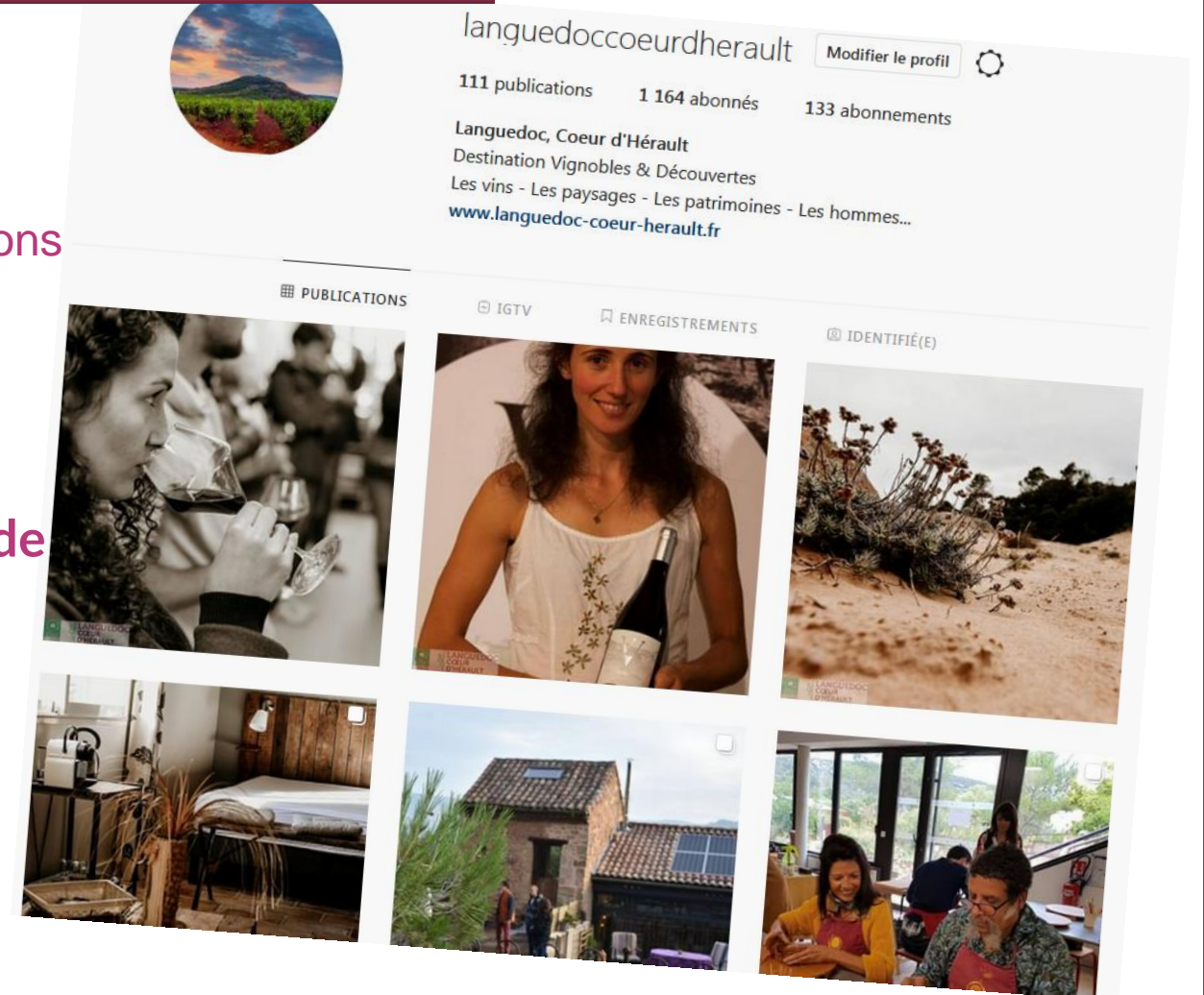
Total des abonnés à la Page depuis aujourd'hui : 726



COMMUNICATION/PROMOTION

LES RÉSEAUX SOCIAUX - INSTAGRAM

- Page créée en juin 2018
- Minimum 1 post/ semaine soit 62 publications dans l'année
- 1164 abonnés
- Top 3 des posts 2019 = les Grands sites de France et paysages
 - Mourèze
 - Salagou
 - Navacelles...
- #languedoccoeurdherault



COMMUNICATION/PROMOTION

DE NOUVEAUX OUTILS DE COMMUNICATION



1.000 Drop
Stops



250 Ice bags



2.000 Sacs porte-
bouteille

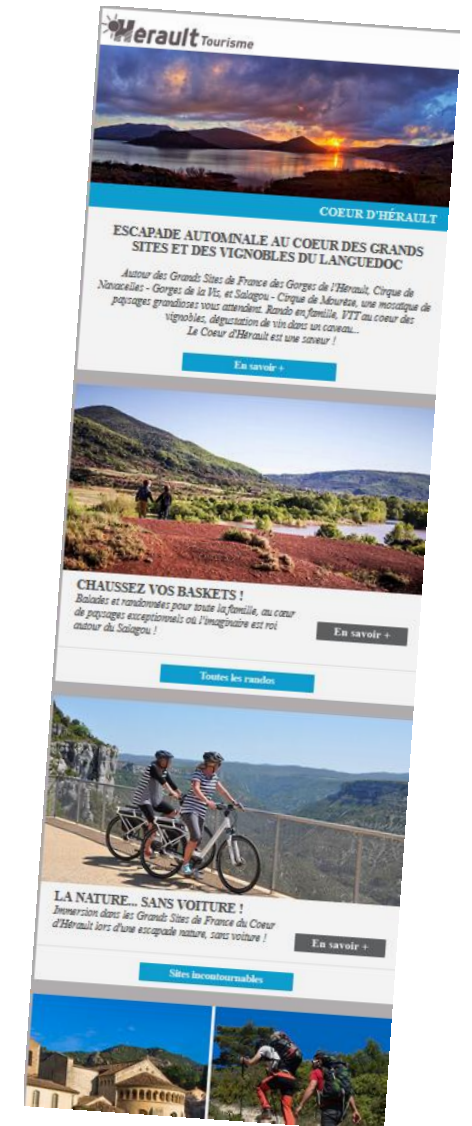
COMMUNICATION/PROMOTION

LE PLAN MARKETING & LES FB ADS OENO AVEC HT

- 7 Facebooks ads réalisées
(3 Goût de France – 3 événements oeno/ot – cartes APN)
 - 149 816 personnes touchés – 4451 clics



- 3 E-news Bassin de vie (le 14/03, 18/04 et 02/07)
 - Avec une moyenne de 20 958 destinataires et un taux d'ouverture de 32,7%
- 5 E-news France (le 19/03, 07/05, 13/06, le 22/08 et le 07/10)
 - Avec une moyenne 40 242 destinataires et un taux d'ouverture de 26,6%



COMMUNICATION/PROMOTION

PARTENARIAT BLOGGEUSE

- Avec Mathilde Bavoillot, ancienne attachée de presse à Hérault Tourisme et pigiste à Midi Gourmand
- Une rubrique spéciale Vignobles & Découvertes
- Intéressé ? Contactez-nous !



Un écrin , le Château Capion!



Allée de platanes © M BAVOILLOT

Le **Château Capion** se découvre au bout d'une très jolie route qui traverse le terroir prestigieux d'Aniane. Au bord du Gassac, le château se blottit dans un écrin de verdure. L'allée de platanes séculaires témoigne qu'ici il y a de l'eau mais pas que...



Vignobles et Découvertes Cœur d'Hérault



SUIVEZ L'ACTUALITÉ DU BLOG !

E-mail *

Prénom

COMMUNICATION/PROMOTION

REPRÉSENTATION DE LA DESTINATION SUR DES SALONS/FOIRES



23 FEVRIER > 3 MARS 2019



26-29 septembre (Montpellier)

COMMUNICATION/PROMOTION

UNE PUBLICATION PAYANTE DANS LA PRESSE



L'info à consommer sans modération

GENOTOURISME

Une destination « Coups de cœurs »

Le génotourisme s'appuie sur une offre d'excellence en termes de prestations : activités sportives et de pleine nature, sites patrimoniaux naturels... P.5



INFOS PRATIQUES

Comment garder son vin frais l'été ?

Ainsi que tout le monde parle de températures caniculaires, une question reste en suspens... P.8



FRONTIGNAN

Mon muscat et moi

Wikimuscat dévoile les premiers résultats du grand inventaire participatif des muscats de Frontignan... P.9



GENOTOURISME

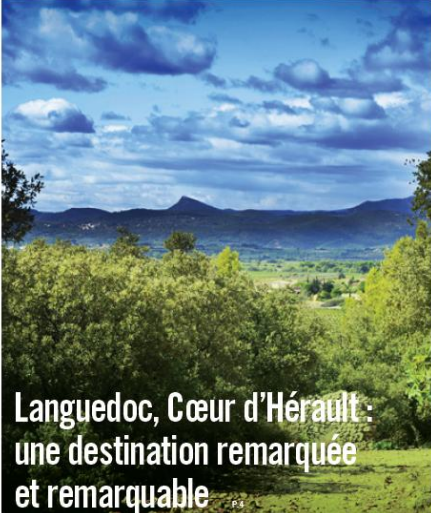
La région mise sur l'Occitanité !

Le Comité Régional du Tourisme Occitanie Sud de France a initié, depuis plusieurs mois, une grande concertation auprès des professionnels du tourisme des secteurs publics et privés de la Région. L'objectif : fédérer tous les acteurs du secteur autour d'un projet commun et ambitieux : installer l'Occitanie dans le top 10 des Régions... P.3



MONTPELLIER HÉRAULT

N°21 - JUILLET 2019



Languedoc, Cœur d'Hérault : une destination remarquée et remarquable

Chaque mois retrouvez dans Vign'ette votre

AGENDA DES SORTIES : JUILLET

Les meilleures sorties #viticulorelles sont en page 12



4 GENOTOURISME

N°21 - JUILLET 2019

Languedoc, Cœur d'Hérault : une destination remarquée et remarquable

La destination Vignobles & Découvertes Languedoc Cœur d'Hérault vient tout juste d'obtenir le renouvellement de son label pour 3 ans. Explications avec Louis Villaret, président du Pays Cœur d'Hérault.



Vous venez d'obtenir pour 3 ans le renouvellement du label Vignobles & Découvertes. Pourquoi est-ce si important pour la destination Languedoc Cœur d'Hérault ?

Le renouvellement du label est pour la destination la consécration du travail mené sur ces 3 ans par les professionnels et de nos partenaires depuis plusieurs années. Depuis l'obtention du label fin 2015, nous avons beaucoup travaillé sur l'animation et la structuration du réseau (près de 40% d'augmentation du nombre de labellisés en 3 ans), la professionnalisation des acteurs et les outils de promotion de la destination.

Ce renouvellement vient récompenser l'engagement des professionnels et permet à la destination Languedoc, Cœur d'Hérault de s'inscrire au niveau national au côté des 70 destinations labellisées.

La destination Languedoc, Cœur d'Hérault est régulièrement citée comme exemple par les fondateurs du Label Vignobles & Découvertes. Pour quelles raisons lui-elle référence en particulier ?

Nous ne le savions pas, c'est une bonne nouvelle pour nous ! Mais en tout cas, lors de notre oral de renouvellement à Paris, le jury a salué le dynamisme de la destination et le travail de structuration et de promotion autour du label. Il est clair qu'il a été pour nous un vrai outil de structuration et que nous concentrons nos actions uniquement sur les professionnels labellisés. C'est un vrai parti pris qui nous permet de travailler de façon plus qualitative.

Le jury a d'ailleurs été très surpris de voir que notre site internet était entièrement consacré à la promotion des professionnels labellisés : nous sommes apparemment une des seules destinations en France à le faire !

Quels sont les projets et les priorités pour les trois prochaines années ?

Un point de vue stratégique, nous souhaitons conforter le positionnement « slow » de la destination, en s'appuyant sur 4 thématiques identitaires : les paysages, le patrimoine, les activités de pleine nature et la culture.

Deux enjeux constituent le fil rouge du programme d'actions : développer le numérique et promouvoir la consommation responsable.

27 actions sont ainsi prévues sur les trois prochaines années à travers 3 axes : l'animation du réseau, la promotion et la communication, l'école client et la démarche progrès. En forward, nous allons notamment travailler sur la commercialisation et développer des actions en lien avec la culture et l'écotourisme à vélo.

Bilan des trois années de labellisation

En trois ans de labellisation, la destination Languedoc Cœur d'Hérault a mis en place de nombreuses actions d'animation, de promotion et de professionnalisation de son territoire.

Un dispositif de professionnalisation

La destination Languedoc Cœur d'Hérault propose un dispositif d'accompagnement des prestataires vers la professionnalisation de l'accueil et la mise en conformité vis-à-vis des exigences de la démarche, avec par exemple : une formation de l'accueil en anglais pour les caves, un accompagnement des restaurateurs par un sommelier-caveau (cartes des vins, accords mets et vins, événements...), la traduction des menus et des cartes dans tous les restaurants labellisés, un atelier « Savoir raconter le territoire » ou encore un atelier « Savoir déguster ».



Un dispositif d'animation du réseau

L'animation et la promotion de la destination sont assurées à travers un programme d'actions variées, destinées

aux professionnels, telles qu'un atelier de rencontre entre vigneron et restaurateurs ainsi que des journées de rencontre et d'échange entre professionnels labellisés et des éducateurs. L'objectif : faire naître de nouvelles idées et valoriser l'existant.

Un dispositif de communication

Le programme inclut également des actions visant à développer, à travers une communication

ciblée, la notoriété de la destination. Des opérations marketing sont ainsi programmées chaque année, en partenariat avec Hérault Tourisme. La destination a également créé un site internet dédié en 2 langues (www.languedoc-coeur-herault.fr), mis en place une page Facebook et Instagram, ainsi que deux guides de l'Ambassadeur (guide des bonnes pratiques).

Ce positionnement stratégique comprend, en outre, des événements permettant de valoriser la destination, tels que « Gold de France en Languedoc, Cœur d'Hérault », organisés les 22, 23 et 24 mars 2019.

Un dispositif d'évaluation

Enfin, le positionnement d'excellence de la destination implique depuis trois ans, la mise en œuvre d'outils d'analyse de la satisfaction clients et d'évaluation des actions réalisées afin d'analyser les points d'amélioration.

33 Caves dont 3 nouvelles	14 restaurants	12 lieux à visiter dont 1 nouveau	2 Brandes Sites de France labellisés	12 activités dont 1 nouvelle
La destination Languedoc, Cœur d'Hérault compte aujourd'hui 122 professionnels et est une barre de 40%.	26 lieux gérés dont 1 nouveau	3 Offices de Tourisme	6 structures réceptives	8 événements dont 1 nouveau

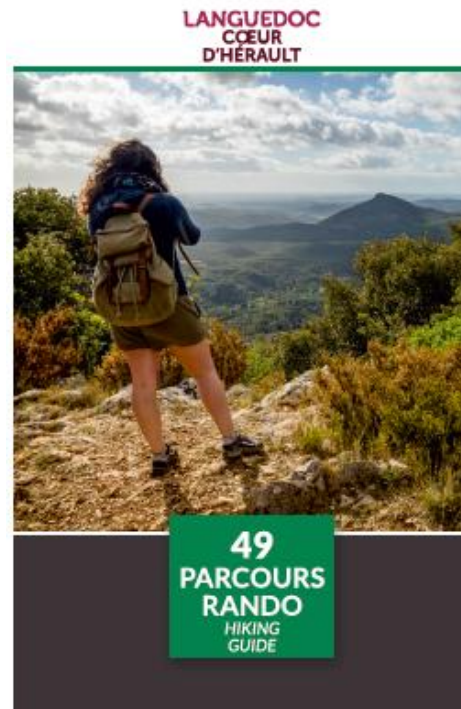
Toute l'actualité du vin

- ✓ Mensuel format A4 gratuit
- ✓ Tirage 10.000 ex.
- ✓ Distribution cavistes, bars à vins, offices de tourisme
- ✓ Public ciblé (30.000 lecteurs potentiels)

Budget : 960€

COMMUNICATION/PROMOTION

DES NOUVELLES CARTES & UNE VIDÉO APN



Voir la vidéo :

<http://www.languedoc-coeur-herault.fr/notre-offre-d-activites-de-pleine-nature-en-coeur-d-herault>

EVENEMENTIEL

GOÛT DE FRANCE / CROSS DES POMPIERS



TÉMOIGNAGE BERNARD MANGUIN (CHOCOLATERIE DU BLASON)

Moyens : 9.000 € de budget pour communiquer

L'évènement en chiffres

- Une trentaine d'activités proposées / de pros mobilisés
- Une vingtaine ont très bien fonctionné
- Environ 1000 visiteurs sur le week-end

-> **Volonté de reconduire l'évènement, cependant des questions ...**

Date ? Nom ? Week-end Goût de France ou pas ?

STRATÉGIES/PROSPECTIVES

Contribution au
Projet
d'Aménagement
et de
Développement
Durable (PADD)
dans le cadre du
SCOT Cœur
d'Hérault



**Valoriser les atouts
touristiques du
Cœur d'Hérault**

Contribution au
Schéma
Directeur
Cyclable du Pays
Cœur d'Hérault



**✓ Relier les Grands
Sites
✓ Aménager des
liaisons à vocation
touristique**

Contribution à la
stratégie
marketing et
structuration de
l'accueil du Pôle
Nature Salagou

Participation à la
Journée du Slow
Tourisme
organisée par la
DGE



II - PERSPECTIVES 2020

QUELQUES CHIFFRES : LES GRANDES TENDANCES DU TOURISME EN 2020

Source : Etude Booking.com menée auprès de 22.000 voyageurs et sur 180 millions de commentaires clients



« De plus en plus connectés, les voyageurs chercheront à visiter des endroits méconnus, à préserver l'environnement et à tisser des liens profonds avec les personnes et les lieux qu'ils rencontreront. »

Des orientations stratégiques touristiques indispensables :



ANIMATION

Etude stratégique et organisationnelle vers un OT intercommunautaire

Un club oenotourisme à l'échelle régionale

Une LN mensuelle (actuellement bi-mestrielle) mais + courte ?

Vote QuizzOodle :
Public favorable à la nouvelle formule

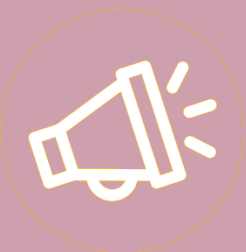
Des éductours, nouvelle formule ? (1 journée entière + des petits types afterwork)

Vote QuizzOodle :
Public favorable à la nouvelle formule



PROCHAIN RDV : RENCONTRES DU LABEL EN JUIN 2020

PROFESSIONNALISATION



ATELIER SAVOIR
COMMUNIQUER
AVEC LES ANT



FORMATIONS EN
LIEN AVEC LA
CHAMBRE
D'AGRICULTURE ?



Ex.: Comment créer une
offre oenotouristique
rentable ?



QUELS BESOINS ???



COMMUNICATION/PROMOTION



Lancement
d'une
photothèque
APN / Art de
vivre

Evolution du
site web +
référencement



Refonte de la carte « Un
jour, un terroir » +
supplément spécial Hérault
dans Terre de Vins avec
Hérault Tourisme

Terre de Vins

Terre de Vins
WWW.TERREDEVINS.COM

Une nouvelle
appli
« Ampélograf »
pour découvrir
la vigne en
s'amusant



PROFESSIONALISATION

PROJET SAC À DOS VIGNERON

Le concept : développer des sacs à dos, disponibles en prêt gratuitement chez les hébergeurs, caveaux, prestataires d'activités... Avec à l'intérieur tout le matériel pour découvrir le vignoble de façon ludique

Axe : slow tourisme

Cible : familles

Un projet en coopération avec : Grand Libournais, Camargue Vidourle ? (intérêt ? Renvoi de clientèle)

Un exemple : Cévennes eco tourisme avec le sac à dos des curieux de nature (rencontré en novembre dernier)

**UN OUTIL FAIT POUR LES PROS ET EN CONCERTATION
AVEC EUX**



ÉVÉNEMENTIEL

- **IDÉE** : se rapprocher d'un évènementiel fort plus porteur que Goût de France...Le fascinant week-end

- **LE FASCINANT WEEK-END**
 - 12 destinations V&D (région de Lyon, Savoie, Nord de la Provence)
 - + de 200 évènements
 - 4 jours d'animations
 - 6^{ème} édition

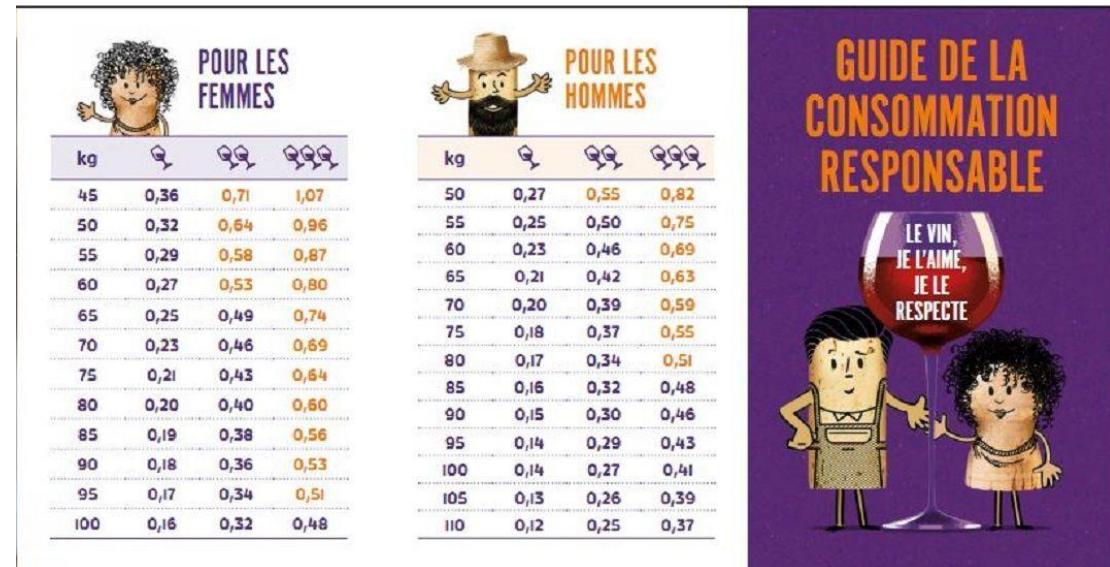


-> **Vote QuizzOodle** : Seriez-vous partants pour participer au Fascinant Week-end ? (en remplacement de Goût de France ? Réponse : Oui à la majorité

ÉVÉNEMENTIEL

ÉVÉNEMENTS V&D ET CONSOMMATION RESPONSABLE

- Chartes
- Ethylotest
- Sensibilisation....





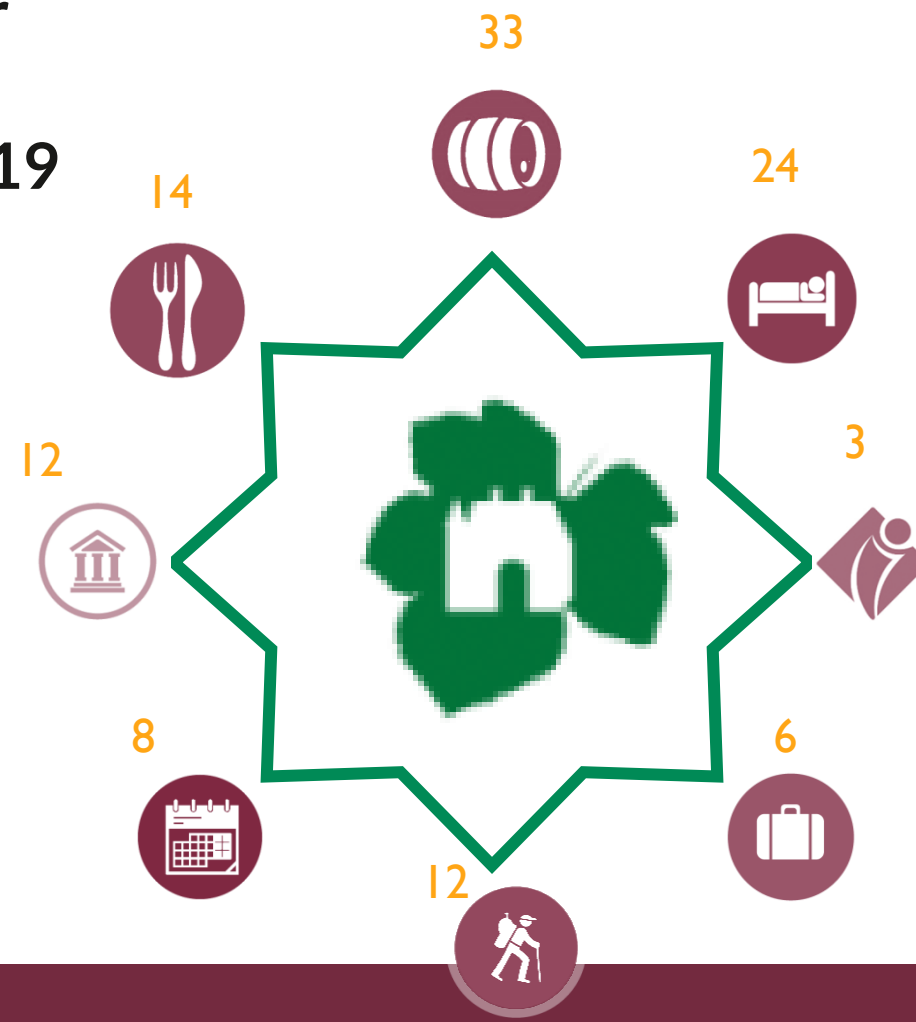
III - MIS À JOUR DES PROS LABELLISÉS V&D

LES MEMBRES DU RÉSEAU AUJOURD'HUI











- Obtention du renouvellement label Vignobles & Découvertes
– réponse officielle le 15 mai dernier

- 112 professionnels labellisés en 2019

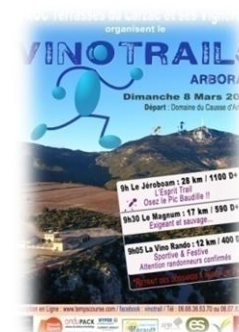


LES AJOUTS ET RETRAITS POUR 2020



Catégories	2019	2020	6 Sortants	21 Entrants
Caveaux 	33	36	<ul style="list-style-type: none"> Clos Constantin Alexandrin 	<ul style="list-style-type: none"> Domaine de l'Aster Cave de la Fontesole Domaine Bois Bories Domaine de Ferrussac Pas de l'Escalette
Restos 	14	17	<ul style="list-style-type: none"> Le Tonneau rouge Le Tournesol 	<ul style="list-style-type: none"> Flor de Salagou L'Ogustin L'Alchimie Bistrot Gourmand Bistrot Larzac
Hébergements 	24	28	/	<ul style="list-style-type: none"> Château de Malmont Les Galets du Salagou Aux quatre feuilles d'oc Ô Marches du Soleil
Sites 	12	12		
OT 	3	3		
Structures réceptives 	6	6		
Activités 	12	13	<ul style="list-style-type: none"> La Dive Bouteille Le Petit Train des Vignes 	<ul style="list-style-type: none"> Flor de Salagou Equi Larzac Base nautique des Vailhès
Evènements 	8	11		<ul style="list-style-type: none"> La nuit du rosé Le vinotrail et Les Circulades vigneronnes (en attente- sous réserve)
TOTAL	112	126	+ 14 labellisés	

LES NOUVEAUX ENTRANTS





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



Merci pour votre attention !