

Label **VIGNOBLES & DÉCOUVERTES**

DESTINATION BÉZIERS CANAL DU MIDI MÉDITERRANÉE

COMITÉ TECHNIQUE DU 12 MAI 2022

RELEVÉ DE DÉCISIONS/IDÉES

Participants :

- Bertrand GELLY, Vice-président délégué à la viticulture et au sport de l'agglomération Béziers Méditerranée et Maire de Corneilhan.
- Pierre CALMEL, Cave des Vignerons de Sérignan, IGP Coteaux de Béziers, IGP de l'Hérault, CIVL,
- Sylvain ROCHE, Domaine de Soustres,
- Sandrine BERT, Chambre d'hôtes à l'Orée des vignes
- Françoise Lupia, Domaine Lupia,
- Emilie Cazor, cave des Vignerons du Pays d'Ensérune,
- Laurence Lartigau, Centre des Monuments Nationaux,
- Geza Frey, Centre des Monuments Nationaux,
- Fabienne Muyard, Camping le Sérignan Plage,
- Marcel Iché, Domaine de la Gourgasse neuve,
- Christine Tarroux, Domaine Saint Georges les Cardinnelles,
- Bernadette Domergue, Domaine Majubier,
- Hélène Cadeau, Hérault Tourisme,
- Sophie le Scoarnec, Domaine Émile et Rose,
- Barbara Ferreri, Croisières Cap au Sud
- Diane MASSENAT, OT La Domitienne,
- Maria Bodson, OT Béziers Méditerranée,
- Patricia SIGUIER, OT Béziers Méditerranée.

LE LABEL VIGNOBLES & DÉCOUVERTES, UNE AMBITION PARTAGÉE

Introduction de la réunion par Bertrand Gelly. Rappel des objectifs et moyens pour le label : **ce label distingue les destinations répondant aux attentes des clientèles sensibles à l'oenotourisme.**

OBJECTIFS

- > Asseoir un positionnement fort et clair comme destination oenotouristique privilégiée en Occitanie,
- > Améliorer la notoriété de la destination et sa lisibilité pour toucher de nouvelles clientèles,
- > Aider à la montée en gamme des offres oenotouristiques,
- > Générer des retombées économiques.

COMMENT ?

- > Accompagner les vigneron dans leurs projets,
- > Les aider à se structurer et à se former,
- > Proposer des prestations oenotouristiques qualitatives,
- > Rencontrer, fédérer et structurer le réseau.

LES ACTIONS/ANIMATIONS 2022 ENGAGÉES

RENOUVELLEMENT

- ✓ Le label a été renouvelé pour 3 ans pour la destination et les **82 professionnels, sites et prestations labellisés. L'ensemble des candidats peuvent porter la marque.**

> 23 domaines et caves, 13 restaurants, 23 hébergements, 5 activités de loisirs, 8 sites et produits du terroir, 2 réceptifs, 7 événements, 1 Office de tourisme (Béziers Méditerranée).

- ✓ Nouveau ! **LES PRESTATAIRES DOIVENT S'ENGAGER AUPRÈS DU PILOTE DE LA DESTINATION EN RETOURNANT UNE CHARTE D'ENGAGEMENT REMPLIE ET SIGNÉE.**
- ✓ Rappel : chaque prestataire labellisé doit être **partenaire de son OT** (ou des 2).
- ✓ De nouveaux prestataires ont entamé le processus de labellisation.

ÉVÉNEMENTS

- ✓ Les événements oenotouristiques incontournables sont ouverts aux vignerons labellisés (inscriptions closes pour 2022).
- ✓ De nouveaux événements propres au label vont être programmés.
- ✓ Les Vignerons Indépendants vous invitent à participer à leur pique-nique vignerons début juin

COMMUNICATION

- ✓ Retour des **newsletters**,
- ✓ Des **étiquettes** sont en cours de création pour mettre en avant les produits des labellisés dans les boutiques OT,
- ✓ Création de visuels pour que **chaque labellisé affiche son appartenance au label lors des événements**,
- ✓ Création d'un [groupe Facebook](#) > QR code pour rejoindre le groupe
- ✓ Création d'un **espace pro** sur le site internet de l'OTBM.



IDÉES POUR DÉVELOPPER LE LABEL ET LE RÉSEAU SUR LA DESTINATION

Des idées de développement ont été proposées par la destination :

- ✓ Programmer des éductours pour aller à la rencontre de la réussite oenotouristique ? Village Castigno, Château Pennautier ?
- ✓ Inviter des intervenant prestigieux en masterclass ?
- ✓ Organiser une (ou des) CHASSE(s) AU TRÉSOR de domaines en activités avec l'application Baludik ?
- ✓ Créer un cahier des vins dans les boutiques pour informer sur les produits, est-ce une bonne idée ?

Des réactions et des idées complémentaires ont émergé lors des échanges très riches.

ANIMATIONS/ÉVÉNEMENTS

- Développer les **randonnées / balades gourmandes / oenotours / oenorando**.
 - Créer des balades viticoles en péniche avec dégustation locale à chaque escale .
 - Balade gourmande avec prestataires resto + domaine viticole + activités.
 - Organiser une visite "Plantes sauvages comestibles en accord mets & vins".
- **Je de piste** dans un secteur géographique donné avec différents types de prestataire.
 - **Demande de cotech spécial « Baludik »** / chasse au trésor dans un domaine + un resto + un site + une activité

- Organiser un **marché de producteurs V&D au camping Sérignan Plage**, récurrent, avec présence de vigneron, dégustations... événement type Jeudi de Béziers ? Avec l'appui de l'OT ? Le camping accueille près de 6000 personnes l'été, comme un village et même plus. A voir avec les directions respectives.
- **Conférence-dégustation** grand public proposée bientôt par le musée et site d'Ensérune : inviter les labellisés pour les former à l'histoire de la viticulture de la région ?
- **Fascinant WEEK-END**, événement national programmé du 13 au 16 octobre.
 - Balade gourmande programmée sur le circuit de l'**Oenorando des Balcons d'Alignan-du-vent**. Positionnée sur le samedi ou le dimanche. Stops gourmands chez les vignerons présents sur le circuit (labellisation en cours et à venir) associés avec des restaurateurs à démarcher. Sur inscription et payant. Orientation de la balade en cours de finalisation (sportive, bien être, gastronomique...).
 - Des **balades au fil des rues et des vignes** seront programmées sur plusieurs jours.
 - Tous les prestataires souhaitant proposer un événement doivent se faire connaître avant juin.
 - Les OT récoltent et saisissent les informations dans Tourinsoft pour les publier sur les sites web des OT (harmonisation des programmes et descriptifs).
- Aller visiter des structures avancées dans l'**oenotourisme** avec prestataires et élus pour donner des idées et partage d'expériences. **Chiffrer l'organisation d'éducteurs**.
 - **Comment exceller en qualité** et être créatif sans forcément disposer de grands moyens ?
 - Programmer des **éducteurs** sur une des 7 destinations de l'Hérault pour trouver l'**inspiration des bonnes pratiques** (certaines destinations sont plus avancées dans leur développement oenotouristique). Hérault Tourisme soutient cette démarche.

COMMUNICATION

- Accueillir des **influenceurs/blogueurs** de la destination ou du monde viticole. L'OTBM, en partenariat avec Hérault tourisme accueille déjà ce type de communicant : mettre en avant les prestataires labellisés ou organiser des éducteurs spéciaux.
- **Parler et afficher le label autour de soi**, sur les réseaux sociaux et les sites des producteurs : plus on parlera du label, plus il sera connu du grand public et plus il sera un gage de qualité auprès de tous.
 - Demander aux restaurateurs d'indiquer l'appartenance au label sur les cartes des vins.
 - Créer des **supports de com grand public V&D** « **Qualité des produits de votre région** » pour **mettre en avant les produits V&D** dans les boutiques (avec un QR code expliquant le projet).
 - Proposer un **recueil avec des références des vins** labellisés aux hébergeurs.
 - **Affichage du logo** sur les sites internet et les supports de communication de tous les labellisés.
 - **Affichage lors des événements**.
- Créer un **livret d'accueil** des nouveaux labellisés avec présentation de tous les labellisés.

PARTENARIAT

- Mettre en relation les **partenaires vignerons/restaurants**.
- Regret de ne pas **associer davantage les restaurateurs**, aux abonnés absents lors des réunions. Certains demandent plus de fermeté avec le présentisme - retrait de label si absent à toutes les réunions !
- **Cyclotourisme**: croiser les bonnes initiatives avec le label Accueil vélo, mettre en adéquation les 2 labels.

COMMERCIALISATION

- Renouveler le stock des vins rosés dans les boutiques des offices de tourisme, s'ils ne sont plus présentables, ne pas hésiter à contacter les caves pour échanger les bouteilles.
- Création de package 1 journée et 1/2 journée en cours. Commercialisation via le service Groupe de l'OTBM et son réseau d'agences spécialisées.

- Trouver un moyen de **LIVRER LES PRODUITS** (cartons de bouteilles en verre : fragile et lourd) au public en itinérance (si on est à vélo, à pied en rando, en avion). Mutualisation des achats déjà envisagée par les différentes instances concernées ces dernières années : pas de solution idéale trouvée malgré la création d'une plateforme d'envoi.
- **HÉRAULT TOURISME** se renseigne concernant :
 - La problématique de conciergerie pour les projets des Grands itinéraires cyclables.
 - Les retombées économiques des Oenorandos.
 - L'étude sur le pouvoir d'achat de cette clientèle.
 - La possibilité d'échange de bonnes procédures avec le réseau départemental des destinations V&D.

RETOUR SUR LES POINTS NÉGATIFS DE LA RÉUNION

Question : quel est votre sentiment sur la réunion ? Quels sont les points faibles ?

- Prévoir des réunions en hors saison ou en périodes creuses.
- Et à intervalles réguliers pour suivre l'évolution du travail mis en œuvre.
- Informer sur les prochaines réunions.
- Besoin de plus de temps pour le brainstorming.
- Manque du temps de travail en commun sur 1 ou 2 sujets sélectionnés.
- Trop peu de labellisés présents, surtout restaurateurs.
- **Que les labellisés viennent et se mobilisent !**



RETOUR SUR LES POINTS POSITIFS DE LA RÉUNION

Question : quel est votre sentiment sur la réunion ? Quels sont les points forts ?

- Partager les expériences.
- Avoir des perspectives / Pistes à mener.
- Valoriser les idées proposées lors de réunion.
- Libre parole / ouvert / Créatif / Balayage large des sujets.
- Convivialité x2 / Moment convivial.
- Présentation / Bonne présentation V&D.
- Accueil x2 / Accueil top / Super accueil.
- Échanges riches / Échanger / Bon échange d'idées / Excellents échanges / Échanges entre professionnels / Bons échanges avec de bonnes idées (chasse au trésor).
- Intervenants impliqués et motivés.
- Se rencontrer / Se connaître / Rencontrer les autres partenaires / Belles rencontres / Permet de connaître les autres labellisés / Rencontre et connaissance des différents type de structures.
- Formule en demi-journée ok.
- Très bonne dynamique / Dynamique / Dynamisme de l'équipe / Dynamisme.
- Sympa les bonbons ! / Continuez ! / Merci !

