



LADIES WINE

WEBINAR 30 AVRIL 2020

Après Covid, quelles perspectives pour l'œnotourisme ?

Cette réunion des Ladies Wine du 30 avril 2020 nous a permis de nous interroger sur les différentes perspectives concernant l'œnotourisme pendant et après la période de la crise du Covid-19.

Durant cet échange nous nous sommes posés différentes questions quant au devenir de l'œnotourisme dans les semaines, mois voire année à venir.

- **Quelles conséquences du Covid-19 sur l'œnotourisme ?**

Depuis le 17 mars 2020, les châteaux sont fermés au public et la plupart sont au chômage partiel. Les clients annulent ou reportent leurs visites et événements privés et professionnels.

Fermeture des frontières, pas de vols d'avions, le tourisme est freiné et à l'arrêt en ce moment, ce qui rend impossible la venue de clients étrangers dans nos vignobles.

Mais comment y faire face pour ne pas arrêter totalement l'activité œnotouristique ?

- **Quelle clientèle viser ?**

Se recentrer sur une clientèle locale et régionale sera favorable, voire quasi inévitable dans un premier temps. Impossible pour les clients étrangers de venir dans nos vignobles français, il faut donc s'orienter vers la clientèle française et locale, que ce soit les familles ou les amateurs de vins.

Avec un besoin de prendre l'air, de se retrouver avec ses proches, mais sans pouvoir vraiment se déplacer, il faut attirer les clients locaux dans nos vignobles. On pense souvent à changer d'air, découvrir de nouveaux paysages dans d'autres régions ou pays, mais pas à découvrir ce qui se cache à côté de chez nous.

Repenser local, oui, mais comment ?

- **Que mettre en œuvre pour attirer la clientèle locale ?**

Comment toucher et atteindre cette clientèle ?

Afin de se faire connaître à une clientèle locale qui peut devenir ambassadeur de ma région, il est nécessaire de créer une familiarité, une convivialité.

Privilégiez les visites privées en petit comité, en extérieur pour découvrir le vignoble et la biodiversité, recentrez-vous sur des choses simples, quitte à faire des visites plus courtes, le tout en respectant les

mesures sanitaires. Gardez en tête que la clientèle française est différente de la clientèle américaine ou asiatique, elle n'aura pas le même budget pour des activités.

Prévoir des transports ludiques en calèche, vélo ou autres pour amener les visiteurs.

Tous les musées, parc attraction ou autres vont être fermé : il y a des opportunités à saisir !

- **Mais comment atteindre ces clients et communiquer efficacement ?**

Pour atteindre cette clientèle locale, utilisez les réseaux sociaux très régulièrement et interagissez avec elle. Restez connecté avec elle, et mesurez les actions et les retombées que vous en faites. Pour garder le contact avec vos clients par la suite, utilisez des bases de données propres, fiables et qualifiées pour pouvoir les animer de manière ciblées.

Parlez autour de vous : cavistes, restaurants, châteaux alentours, vous pourrez peut-être créer des partenariats intéressants ! Vous pouvez mutuellement vous faire de la communication en faisant de la recommandation. Attention tout de fois à les rassurer et réfléchissez aux arguments à mettre en place pour ne pas leur faire de la concurrence au niveau de la vente de vin.

Communiquez sur la « découverte du vignoble », le plus important est de rester simple avec des idées et des offres respectant et appliquant les normes sanitaires.

C'est pourquoi la clientèle locale est la clé : en connaissant nos vignobles, elle va pouvoir agir en tant que réel ambassadeur et représenter les marques des châteaux en les recommandant. Il sera également plus facile de la fidéliser par la suite.