



Au cœur des vendanges

L'œnotourisme axe phare de Swisswine

Les rencontres suisse de l'œnotourisme

3 septembre, Aigle

SWISSWINE | SANS HÉSITER

Suisse. Naturellement.

1

au cœur des vendanges
Samedi
2 octobre 2021

am Puls der Ernte
Samstag
2. Oktober 2021

nel cuore della vendemmia
Sabato
2 ottobre 2021

SWISSWINE | SANS HÉSITER

Suisse. Naturellement.

2



Sommaire

- Swiss Wine Promotion les grands axes de promotion
- Enjeux
- Origine et présentation du projet
- Moyens de communication
- 1^{er} bilan
- Questions

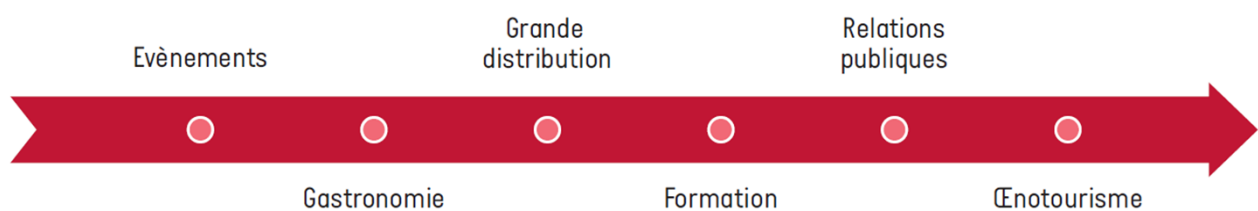


Suisse. Naturellement.

3

Swiss Wine Promotion Les grands axes de promotion

- Stratégie



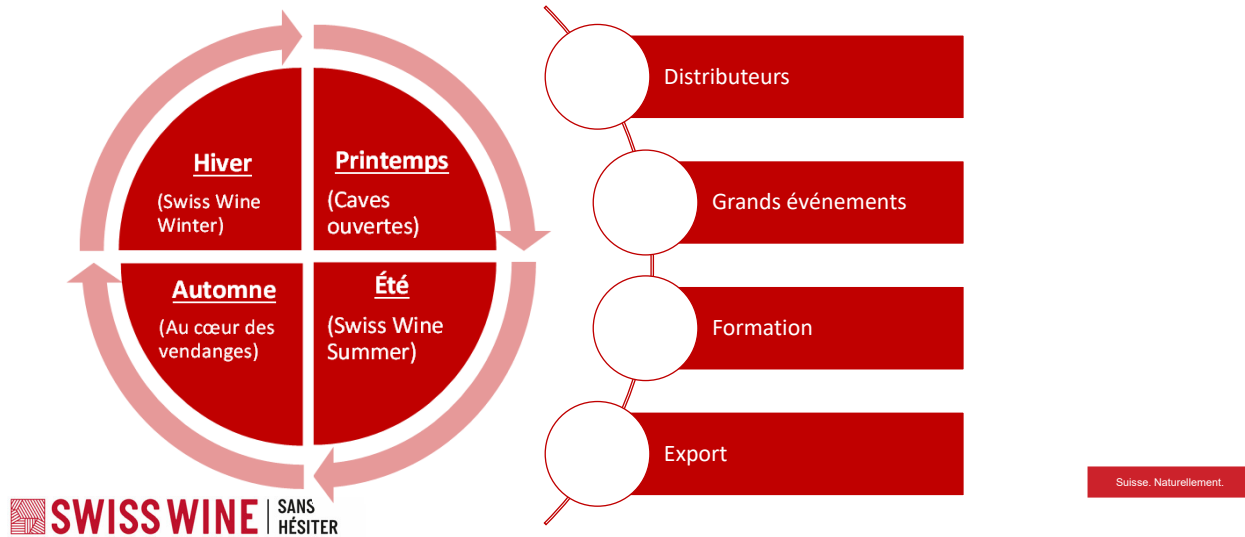
Adaptations prévues dans la nouvelle stratégie 2022-25



Suisse. Naturellement.

4

Swiss Wine Promotion Les grands axes de promotion



5

Swiss Wine Promotion Les grands axes de promotion

Produktanalyse "Weinerlebnis".

online-Umfrage 25.07.2018 – 06.08.2018		Sprachversionen: DE / FR / ENGL / IT	
Anzahl Reminder: 1		Wert Incentives: CHF 500	
Grösse Zielgruppe: 4540	Umfrageteilnehmer: 1382	Rücklaufquote: 30.4%	
Zielgruppe:	Teilnehmer an TMS 2017-Befragung: - eMail-Adresse für weitere Marktforschungsumfragen angegeben - im Tourismusjahr 2017 in der Schweiz Ferien gemacht		
Stichprobe:	CH: 39.1%	übriges Europa: 37.8%	Übersee: 23.2%
	männlich: 59.4%	weiblich: 40.6%	
	16-35 Jahre alt: 22.5%	36-60 Jahre alt: 55.1%	61+ Jahre alt: 22.5%

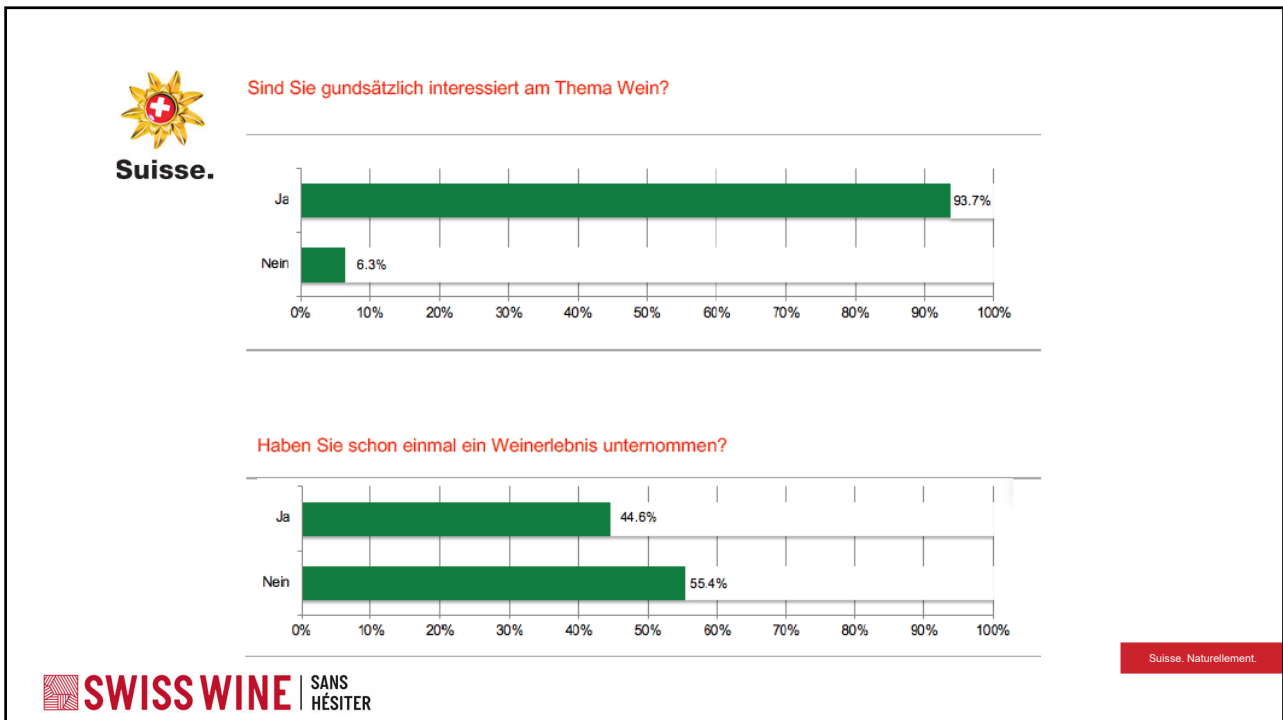
Definition **Weinerlebnis** (vorgelegt an Probanden):

Klassischerweise zählen zum Weinerlebnis folgende Formen:

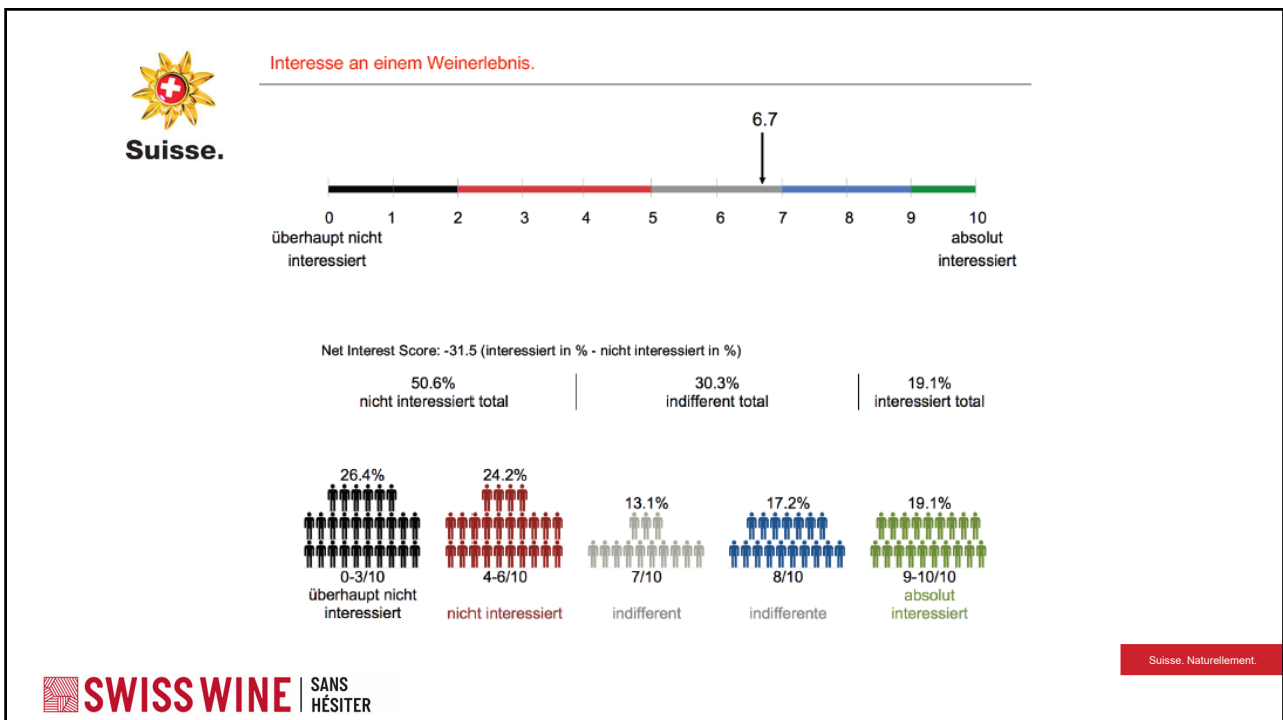
- Führungen auf Weingütern
- Degustationen an besonderen Orten
- Besuch von Weinveranstaltungen
- Mithilfe im Weinberg, Weinkeller.

Von Weinerlebnis ist die Rede, wenn während des Urlaubs/Ausflugs das Thema Wein mindestens einen halben Tag in Anspruch nimmt.

6



7

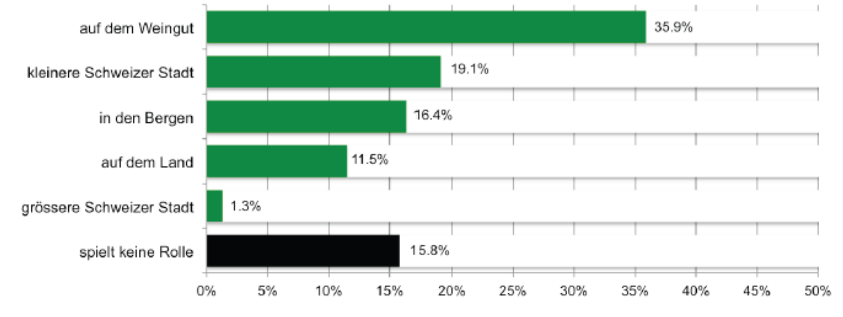


8



Idealer Übernachtungsort während eines Weinerlebnisses.
(nur Weinerlebnis-Interessierte 7-10/10er-Skala).

Suisse.



SWISSWINE | SANS HÉSITER

Suisse. Naturellement.

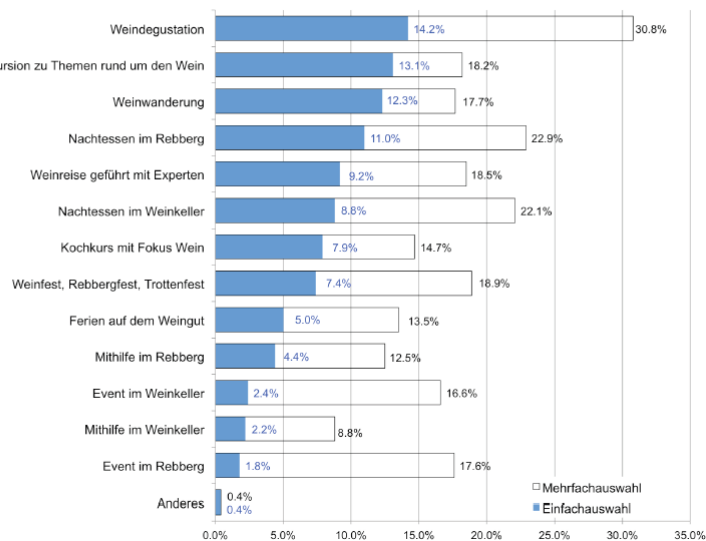
9



Wählen Sie die folgenden Weintourismus-Angebote, für die Sie sich entscheiden würden.
(nur Weinerlebnis-Interessierte 7-10/10er-Skala).

Suisse.

Total



SWISSWINE | SANS HÉSITER

Suisse. Naturellement.

10



Enjeux et défis pour le projet

SWP et la branche	SWP vers les groupes cibles
Création d'un événement post COVID	Création d'un événement post COVID
Transformer un événement régional en projet national	Création de plusieurs offres pour différents publics cibles
Conditions météorologiques, vendanges dispersées	Faire sortir les citoyens dans les vignes
Création d'une campagne nationale	Proposer une expérience unique
Créer un rendez-vous incontournable	
Réunir la branche et les clients en automne	

11

Présentation du projet

Origine et présentation du projet

Quoi ?	Le Valais a lancé en 2018 un projet pour faire participer les consommateurs de vin aux vendanges durant une journée. Les producteurs souhaitant faire découvrir leur travail, s'inscrivent sur une plateforme en ligne et indiquent leur programme, les conditions ainsi que le nombre de place disponible.	
Quand ?	Samedi 2 octobre 2021	
Qui ?	SWP	pour la coordination
	Les régions	pour la promotion et pour le lien avec le vignoble
	Les producteurs	pour accueillir les vendangeurs et promouvoir cet événement
	Les participants	paient la prestation CHF 40.- (qui est intégralement reversé aux producteur)

12

Présentation du projet

- Origine et présentation du projet
 - Comment faire évoluer un projet régional en projet national ?
 - Garder les marqueurs principaux
 - Création d'une nouvelle identité
 - Collaboration avec les organes de promotion régionaux
 - L'importance des projets régionaux
 - Testes à grande échelle
 - Évaluation et améliorations
 - Fidélisation des participants



Suisse. Naturellement.

13

Moyens de communication

Communication

Campagne d'affichage SGA :

Campagne de diffusion Livesystem :

ESH Impact :

MediaIT Marketing:

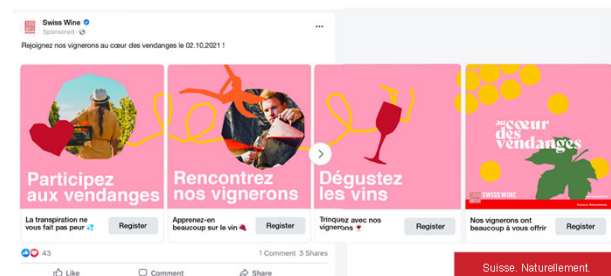
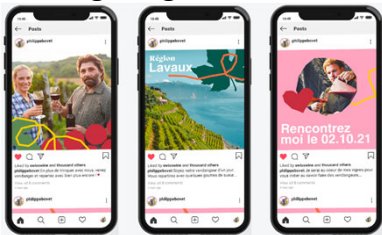
national

national dans les transports

Le Nouvelliste, La Côte, ARCInfo

campagne Tessin

Stratégie digitale



Suisse. Naturellement.

14



Moyens de communication

- Kits de communication
 - Pour les régions
 - Pour les producteurs
- FAQ
 - Pour les producteurs
- Site internet
 - Pour les participants
 - Pour les producteurs



Suisse. Naturellement.

15

Premiers chiffres

Bilan intermédiaire

Inscriptions Producteurs / Anmeldung Winzer :	40
Places de vendangeurs / Plätze Erntehlefer :	591
Places vendues / Verkaufte Plätze :	48

Communication

Lancement de la communication :	1 ^{er} septembre 2021
Budget de communication :	CHF 260'000.-




Suisse. Naturellement.

16



Merci de votre attention

Océane Gex, cheffe de projet
Swiss Wine Promotion

 **SWISSWINE** | SANS
HÉSITER

Suisse. Naturellement.