

Comment/Pourquoi parler d'œnotourisme aux alémaniques?

Chamoson - 12 septembre 2019



1



À propos de moi

- originaire des Grisons
- formation en hôtellerie et gastronomie, 15 ans d'expérience
- 5 ans responsable d'une agence de communication française avec majoritairement clients dans le vin
- 2007 création de ma propre entreprise Creavitis, bientôt Miriam Grischott Wine Relations
- depuis 2011 Weinakademiker/WSET Diploma in Wine and Spirits
- Présidente Weinakemiker Club international (env. 800 membres dans 38 pays)



2

Pourquoi proposer des offres œnotouristiques (aux alémaniques)?

- D'abord il faut comprendre les données et pratiques du marché afin de développer une stratégie marketing et des mesures en conséquence, comme par ex. la piste de l'œnotourisme



3

Comprendre le marché

- + de 3'500 négociants de vin
- 60% d'importations pour satisfaire la demande (37l/capita)
- Coop et Denner = env. 60% parts du marché = 1 bt sur 2 et vendue en commerce de détail (incl. Lidl, Aldi, etc)
- le commerce de détail a augmenté sa compétence de vin



4





Comprendre le marché

- + de 2'000 producteurs de vins en Suisse
- vos collègues suisse allemands produisent aussi du vin et des offres oenotouristiques



5



La Suisse alémanique

- Comme la population viticole en Suisse alémanique est très importante et dense, le pouvoir d'achat est spécialement élevé, les régions viticoles du monde entier concentrent leurs efforts marketing surtout en suisse allemande.

Bilan: Le marché du vin en Suisse est très concurrencé, par conséquent il faut se différencier des concurrents en créant une émotion, une expérience tout en restant authentique!



6



L'oenotourisme comme piste

L'oenotourisme est un moyen, **MAIS** il ne suffit plus d'ouvrir sa cave et d'attendre le client!

Il faut créer une offre oenotouristique attractive, innovante et concrète!



7

Les Suisses (allemand(e)s)

...sont à la recherche de rencontres humaines ...

...aiment la convivialité et la mentalité romande, leur mode vie!

...voyagent de plus en Suisse, aussi pour des raisons oecologiques/climatiques

...sont sensible à l'environnement et préfèrent de plus en plus les produits suisses, le terroir.



8

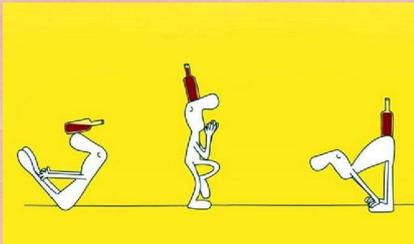
A propos

- N'oubliez pas et ne sous-estimez pas les millenials (nés fin des années 80 jusqu'à la fin des années 90) eux aussi sont vos futurs clients !

- La plupart a déjà grandi avec la technique digitale et ils y mettent beaucoup d'importance!



9



Comment réussir?

- Parlez de votre terroir et votre histoire, créez de l'émotion et une expérience inoubliable!
- Créez une valeur ajoutée dans votre offre œnotouristique.
- Pensez en dehors des sentiers battus: ski et vins, wellness et vins, dégustation dans des endroits pas comme des autres!

Cherchez la coopération ou des partenariats et créez des offres WinWin, ensemble nous sommes plus forts!



10




L'importance du site internet

- Créez un site internet séduisant et professionnel, les suisse allemands ils y sont spécialement sensible!
- Le site doit être bi-lingue, l'allemand est incontournable L'anglais pour les touriste d'ailleurs
- Mettez en avant sur votre site votre offre œnotouristique de manière visible! Un bon référencement est une clé pour la visibilité!

Pas les moyens? Dès le nouveau millésime calculez un montant marketing dans votre prix de vente (par ex. CHF 0.50/par btlle.)!



11

Moyens de communication efficaces et gratuits

- Utilisez les réseaux sociaux, par ex. Instagram: laissez parler les images!
- Pas besoin d' images/photos professionnels, mais authentiques!
- #wein, #weingut #instawine #ilovewine etc.







12

Conclusion

Le plus important est l'envie,
la volonté et le plaisir de faire
découvrir ses produits, son
terroir...

de raconter et partager votre
histoire...telling stories !

Et ensuite, il y a toujours un
moyen, un chemin pour se
lancer.



13

C'est avec plaisir que je peux
vous soutenir dans cette
démarche.

Voici quelques pistes, qui
j'espère vous animeront à vous
lancer !

Merci de votre attention 



14