



Réseau rural Languedoc Roussillon  
« Valorisation touristique du patrimoine en espace rural »  
Fiche projet

<b>Intitulé du projet</b>	LES HERITAGES DU VIN, AU SUD	
<b>Maître d'ouvrage (y compris adresse)</b>	Syndicat Mixte Pays Haut Languedoc et Vignobles 1, Rue de la Voie Ferrée 34360 SAINT-CHINIAN	
<b>Contact</b>	Nom : Jean BASSEDE Tel : 04.67.38.11.10	Fonction : Directeur Mail : jean.bassedede@payshlv.com
<b>Localisation du projet</b>	Bassin méditerranéen	
<b>En savoir plus</b>	Site web, document joint, photo (libre de droits) ...	
<b>Etat avancement</b>	<input type="checkbox"/> en cours <input checked="" type="checkbox"/> terminé	
<b>N° OSIRIS (le cas échéant)</b>		
<b>Référence</b>	Programme : LEADER +	Axe : Coopération transnationale

**Contexte (stratégie, enjeux, objectifs ...)** (6 lignes maximum)

Le Pays Haut Languedoc et Vignobles, porteur du GAL, a dédié son programme Leader+ au développement du tourisme patrimonial vigneron. En matière de coopération transnationale, le Pays s'est associé avec des territoires Leader vigneron méditerranéens en Italie (Sardaigne), en Espagne (Andalousie) et au Portugal (Setubal), dans la mise en place d'un programme de marketing territorial sur le tourisme vigneron au niveau international, permettant aux partenaires de mettre en commun leurs moyens au service d'un projet marketing ambitieux, par l'affichage d'une destination géographique large : le bassin méditerranéen.

**Description du projet (contenu, déroulement, public ciblé)** (20 lignes maximum)

Le projet a porté sur :

- l'approche en réseau des partenaires : objectifs partagés, référentiel commun, formation collective des acteurs du tourisme rural vigneron,
- la création d'outils identitaires du réseau du tourisme vigneron méditerranéen : portail électronique commun [www.winesoflife.com](http://www.winesoflife.com), plaquette de promotion du réseau, dropstops ...
- la réalisation d'un plan marketing en Europe du Nord (manifestations, salons, campagnes e-marketing auprès de clientèles spécialisées avec jeu-concours, au Danemark, en Grande-Bretagne, en Irlande) et d'un plan e-marketing spécifique aux Etats-Unis, dans une démarche très innovante : le vlog, journal vidéo de trois minutes en moyenne consultable sur Internet, permet de fidéliser les internautes en s'adressant à eux de manière plus personnelle ; quatre vlogs, un par territoire partenaire, ont ainsi été réalisés, mettant en scène le goût du bon vin, en relation avec les paysages méditerranéens, le patrimoine naturel et architectural et les vignobles du territoire, selon un scénario repris dans chacune des tournages, de manière à conférer à l'ensemble un caractère de collection ; les quatre vlogs ont été mis en ligne simultanément sur le portail commun et les sites respectifs des partenaires, ainsi que sur le site [www.franceguide.com](http://www.franceguide.com), avec e-newsletter grand public, bandeau sur la page de recherche des informations sur les régions pendant trois mois et e-mail blast sur [www.nytimes.com](http://www.nytimes.com) dédié, auprès des abonnés du New-York Times,
- la réalisation d'un séminaire de clôture «Tourisme vigneron : territoires et coopération, rencontre d'acteurs», qui a réuni l'ensemble des GALs partenaires sur le thème.

Résultats attendus		Résultats obtenus
Accroître la notoriété des destinations de tourisme vigneron méditerranéen au niveau international Renforcer le lien vins/patrimoine/tourisme Créer un fichier-clients international du tourisme vigneron		Résultats positifs en termes de notoriété touristique. Fichier clients en cours de constitution avec les partenaires.
Plan de financement (uniquement part GAL 34)		Partenariat
Union européenne (Leader FEOGA)	67.083 €	- Maison de la France (Etats-Unis), - Comité Départemental du Tourisme de l'Hérault, - Syndicats professionnels, acteurs locaux
Département	42.162 €	
Autofinancement	26.607 €	
Coût total	135.852 €	

**A noter (liens avec autres projets, caractère exemplaire, suites données ou à donner)** (6 lignes maximum)

Projet Leader+ inscrit en continuité dans la stratégie touristique à long terme du territoire. Les ouvertures réalisées seront réactivées dès que la profession sortira du marasme actuel.

<b>Date de mise à jour</b>	20 novembre 2009
----------------------------	------------------