



LA GAZETTE

DU PLAN DE RELANCE



© Olyvia Laisant

VOLET PROMOTION

NUMÉRO 02 [JUILLET 23]

QUOI ?

Les six premiers mois du plan de relance

POURQUOI ?

Découvrir les premières réalisations du projet

COMMENT ?

Partenariats, campagnes de promotion, étude

Vandois
L'EXCELLENCE DES TERROIRS



LE POINT DE VUE DE BENJAMIN GEHRIG

Directeur de l'Office des Vins Vaudois



Le plan de relance a été lancé il y a six mois et un certain nombre de mesures ont déjà été mises en œuvre. Pour rappel, le projet se structure en une série de mesures visant

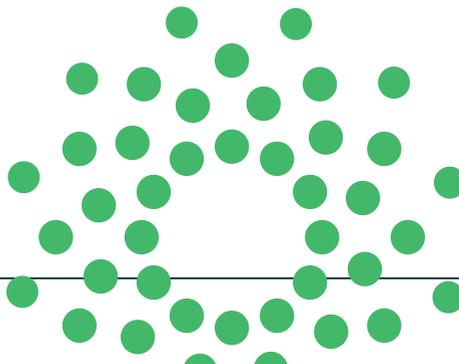
des effets à long terme sur les différents canaux de distribution qui sont : la vente directe, le secteur HoReCA, la vente en ligne et la grande distribution. L'objectif est d'obtenir des effets positifs pérennes sur l'ensemble de ces canaux.

Dans les premières étapes réalisées ces derniers mois, notons la phase de recherche HoReCa qui s'est récemment terminée et dont les résultats obtenus sont particulièrement intéressants. Le premier cours pilote pour le personnel de service a, quant à lui, eu lieu en juin, et la première vague d'appel à projets innovants s'est terminée avec des résultats encourageants : sur 23 projets soumis, douze ont obtenu un financement.

Plusieurs retours positifs quant à ces différentes mesures ont déjà pu être observés. Dans le cadre de l'appel à projets, trois vigneron·nes se sont mis ensemble afin de réaliser un projet destiné à des jeunes, ce qui montre une vraie volonté de toucher un public différent, et de le faire collectivement.

Le projet de recherche HoReCa a également été particulièrement bien reçu. Dans ce cadre, les restaurateurs qui répondaient au questionnaire recevaient un bon de CHF 100.- pour acheter du vin vaudois et plus d'une centaine de bons ont été réceptionnés en retour.

La suite s'annonce prometteuse. L'objectif est maintenant de poursuivre la concrétisation des mesures de cet ambitieux plan de relance. Il sera notamment question de déployer des campagnes de communication débouchant sur des ventes sur la plateforme vaudvins.ch, ou en vente directe grâce aux apprentissages réalisés dans l'étude consommateurs. Le développement de la Suisse alémanique est également un point central du plan : des partenariats avec des établissements sont déployés et testés pour gagner des parts de marché. L'investissement et la collaboration de l'ensemble des acteurs, de l'équipe de projet, et de l'Office des Vins Vaudois, sont les moteurs pour réaliser et concrétiser les différentes mesures.





LES VINS VAUDOIS SÉDUISENT LES ALÉMANIQUES

Dans le cadre du volet promotion du plan de relance, l'Office des Vins Vaudois a pour objectif de développer des parts de marché en Suisse alémanique. Plusieurs partenariats sont prévus pour faire connaître les Vins Vaudois de l'autre côté du Röstigraben. Zoom sur les débuts d'une belle histoire.

Le volet promotion du plan de relance du Canton et de la communauté interprofessionnelle du vin a pour objectif central de faire gagner davantage de parts de marchés aux Vins Vaudois. Pour y arriver, l'une des mesures phares du plan de relance est le développement de partenariats en Suisse alémanique. L'ambition est double: celle de rendre les Vins Vaudois facilement accessibles aux consommateurs suisse-allemands, mais aussi que ces derniers associent les nectars vaudois avec des termes comme « nouveauté », « excellente qualité », ou encore « jeune et branché ».

Le premier partenariat a été signé avec un lieu éphémère tendance à Winthertur: le Turm Areal PopUp. Du 18 mai au 25 juin, sept références de Vins Vaudois y ont été dégustées par des amateurs dans une ambiance festive. Une première étape vers la conquête des papilles suisse-allemandes qui promet d'autres réjouissantes perspectives.

L'Office des Vins Vaudois se réjouit des liens tissés avec la Suisse alémanique. Preuve que, malgré le Röstigraben, les Suisses de part et d'autre du pays, sont toujours partants pour se réunir autour d'excellents crus.



© Turm Areal Pop Up

ÉTUDE SUR LES CONSOMMATEURS

INNOVER POUR SÉDUIRE DE NOUVEAUX CONSOMMATEURS

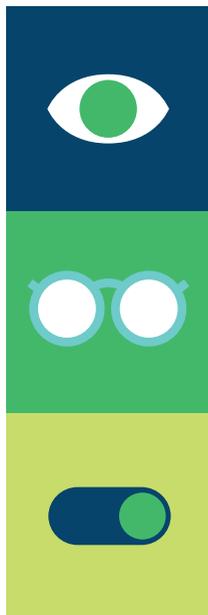
L'intérêt croissant des générations Y et Z pour le vin invite à réévaluer la manière de s'adresser aux consommateurs. L'objectif étant de conquérir ces derniers tout en conservant sa clientèle existante. Conseils.

Une étude anthropologique menée par Antropomedia dans le cadre du plan de relance révèle que les générations Y et Z, souvent considérées par le passé comme « détachées, désintéressées », manifestent en réalité une appréciation complexe et engagée du vin, bien que différente de celle de leurs aînés.

Pour les Baby-Boomers (1946-1964) et la génération X (1965-1980), le vin est un marqueur social, synonyme de connaissance et de sophistication. Cette perception a évolué chez les nouvelles générations qui s'éloignent des coutumes traditionnelles et voient moins la maîtrise du vin comme une affirmation de leur statut social. Au contraire, cette approche traditionnelle est désormais souvent perçue comme une caractéristique rurale ou conservatrice. Cependant, malgré cette divergence, l'intérêt pour le vin demeure réel.

Pour attirer et conquérir ce segment en pleine expansion, l'innovation est nécessaire - que ce soit au niveau des produits, des emballages, de la distribution ou de la communication. De nouvelles expériences doivent être proposées. L'expertise du vin peut être démystifiée et remplacée par une appréciation simple des plaisirs qu'il procure, mettant en avant une richesse locale, inclusive, plus saine et plus durable.





L'ÉTUDE PROPOSE PLUSIEURS PISTES

POUR RÉPONDRE À CES NOUVELLES ATTENTES :

- Des vins et boissons plus durables, naturels, légers, frais, pétillants et moins alcoolisés.
- Un accès et une utilisation facilités par des canaux de distribution et des emballages durables et pratiques.
- Démystifier le vin et communiquer sur des thématiques captivantes telles que les moments de plaisir, les rencontres sans artifice, les instants harmonieux de joie et d'insouciance associés à la consommation d'un produit local et durable.

Des formations seront organisées dans vos régions et un guide pratique sera remis aux participants pour les aider à conquérir ces nouvelles générations tout en conservant la clientèle existante. Les inscriptions seront ouvertes et communiquées lors d'une prochaine newsletter du plan de relance. Restez à l'écoute.

NOUVEAU COURS DÉDIÉ AUX VINS VAUDOIS POUR LE PERSONNEL DE SERVICE !



DE QUOI PARLE-T-ON ?

D'une formation complète 100% Vins Vaudois issue d'une collaboration entre Changins, GastroVaud, et l'Office des Vins Vaudois.

À QUI CETTE FORMATION EST-ELLE ADRESSÉE ?

Au personnel de service, sur le terrain au quotidien, qui sera formé sur les vins régionaux afin de faire connaître les excellents crus vaudois auprès du consommateur final.

QUELS SUJETS Y SERONT ABORDÉS ?

Des thématiques variées seront abordées comme les cépages, la production, la vente, le service, les prix, ...

QUAND SE DÉROULERA-T-ELLE ?

Le début de la phase de test se fera en juin, les lundis 19 juin et 10 juillet à Changins. Le déploiement de la formation est ensuite prévu pour 2024.

PRODUCTEURS ET VISIBILITÉ

PLUS DE VISIBILITÉ GRÂCE À VAUDVINS.CH

Les résultats de l'étude anthropologique ont permis de lancer une campagne sur les réseaux sociaux pour la plateforme vaudvins.ch. Celle-ci vise, dans un premier temps, à souligner les instants de plaisir partagés autour d'un verre de vin vaudois. Lancée sur les réseaux sociaux, la campagne permettra de conquérir une clientèle nouvelle.

Une nouvelle campagne publicitaire sur les réseaux sociaux a été lancée visant les internautes qui apprécient les moments agréables, relaxants et conviviaux partagés autour d'un délicieux verre de vin vaudois. Cette première campagne servira à optimiser les axes de communication en mesurant précisément les résultats, ce qui permettra par la suite d'en lancer de nouvelles, plus ciblées, toujours dans l'intention d'augmenter la notoriété des Vins Vaudois et conquérir de nouveaux clients.

L'objectif principal de **vaudvins.ch** est de vous aider à **faire découvrir vos vins** à des consommateurs qui ne les connaissent pas encore. Dans ce contexte, la possibilité de panacher un carton,

la variété de vins et la livraison garantie en 72 heures sont de véritables atouts. De plus, une nouveauté va faire son apparition dans les prochaines semaines: les consommateurs qui souhaitent acheter six à douze bouteilles du même vin seront dirigés directement vers la boutique du vigneron.

En vous enregistrant, vous aurez l'opportunité de faire partie de cette aventure qui va rapprocher les consommateurs des Vins Vaudois. Ne manquez pas cette opportunité

unique de faire connaître vos vins à un public plus large et inscrivez-vous dès maintenant sur <https://shop.vaudvins.ch/inscription>.



VAUD INS

REJOIGNEZ-NOUS!



REJOIGNEZ L'ESCARGOT ROUGE !

Lancé en 2021, L'Escargot Rouge est rapidement devenu l'un des vins rouges les plus vendus du pays. Pour ne rien gâcher à ce succès, la marque offre de nombreux avantages aux producteurs qui décident de la rejoindre. N'attendez plus pour, vous aussi, en bénéficier.



Lancé en septembre 2021, l'Escargot Rouge est né de la volonté de la Communauté Interprofessionnelle du Vin Vaudois de valoriser les rouges vaudois en créant une marque qui répond aux attentes du consommateur et permet d'élargir la clientèle des Vins Vaudois. Après à peine 2 ans sur le marché, l'Escargot Rouge est devenu l'un des vins rouges les plus vendus du pays avec plus de 100'000 bouteilles commercialisées.

Les retours des producteurs :

- Excellente satisfaction générale des caves productrices
- L'Escargot Rouge est souvent le vin rouge le plus vendu sur les foires/salons et attire le visiteur grâce à son branding
- Favorise la vente des autres vins du domaine
- Promotion accentuée pour la cave

Vos avantages ?

- Adhérer à une marque vaudoise forte
- Faire partie d'un nouveau réseau et être intégré à la communication commune autour de la marque
- Acquérir une nouvelle clientèle en Suisse romande et en Suisse alémanique
- Obtenir des financements complémentaires pour des participations à des événements ou des sponsoring de manifestation
- Profiter des packs de lancement d'une valeur de CHF 2'000.- TTC

Vous êtes intéressés à en savoir plus ou à devenir producteur de la marque ?

Rendez-vous sur :

www.escargotrouge.ch/inscription-producteurs/



APPEL À PROJETS, 2^E VAGUE



SOUTENIR L'INNOVATION DANS LA VENTE DIRECTE

DE QUOI PARLE-T-ON ?

Du soutien pour des projets innovants afin d'acquérir des nouveaux clients dans la vente directe.

QUI PEUT POSTULER ?

Les professionnels, entreprises et associations régionales actifs dans la vente directe.

DE QUEL SOUTIEN PEUT-ON BÉNÉFICIER ?

Maximum CHF 10'000.- par projet et pas plus de 80% du budget global du projet.

COMMENT POSTULER ?

Par e-mail : relance@ovv.ch ou via le formulaire sur le site dédié en déposant le projet avant le 25 août 2023.

www.relance-ovv.ch/appel-a-projets



RETROUVEZ TOUTES LES INFORMATIONS SUR
WWW.RELANCE-OVV.CH

OFFICE DES VINS VAUDOIS

Avenue des Jordils 1
1006 Lausanne
+41 21 614 25 80
relance@ovv.ch



Vaudois
L'EXCELLENCE DES TERROIRS

 SWISS WINE | SANS HÉSITER
VAUD