



**CONCOURS
BORDEAUX
VIN ATTITUDE**

DOSSIER N°87



SOMMAIRE

1 LE VIN, AU COEUR DE NOTRE QUOTIDIEN

ETUDE DES CONSOMMATEURS DE VIN

RENCONTRE AVEC UN CAVISTE PASSIONNE

AU COEUR DE VOS SOUVENIRS

2 PROBLEMATIQUE

3 AU COEUR DE NOTRE STRATEGIE DE COMMUNICATION

CONCEPT : AU COEUR DE (...)

AU COEUR DE VOS CINQ SENS

SOCIAL MEDIA

PLANNING ET BUDGET

4 CONCLUSION

LE VIN, AU COEUR DE NOTRE QUOTIDIEN

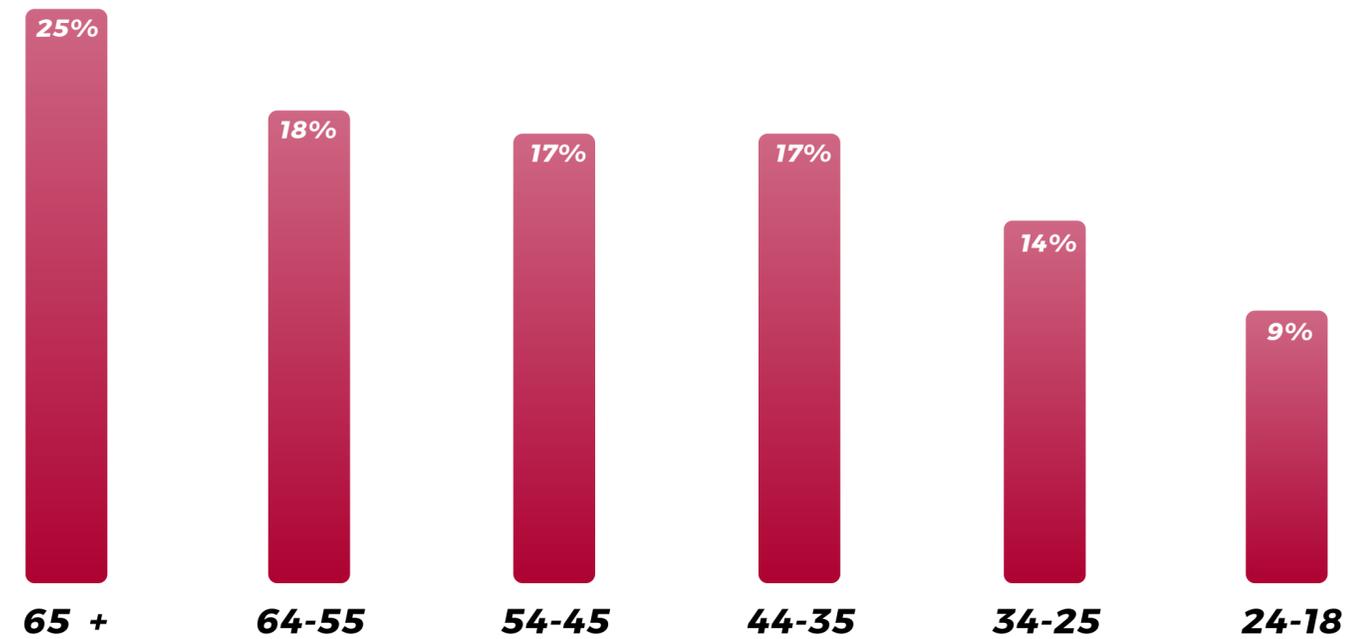


2,400,000,000

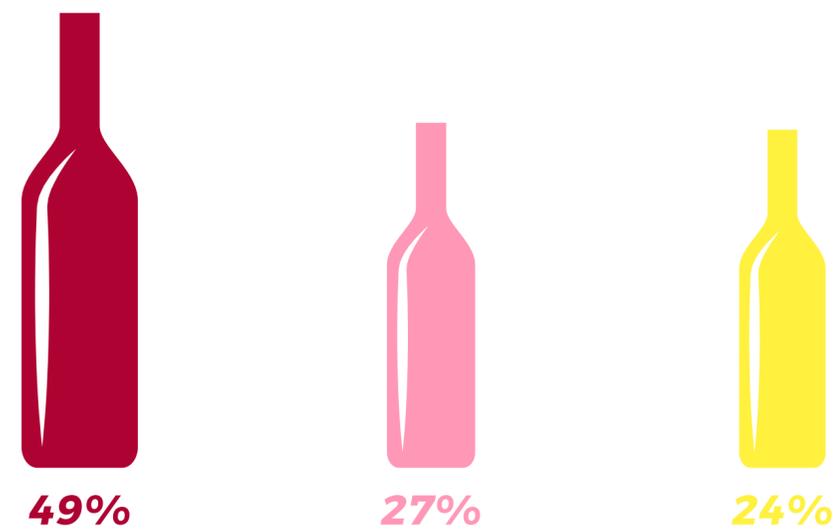
La consommation mondiale annuelle de vin en litre en 2017

ETUDE DES CONSOMMATEURS

REPARTITION DES CONSOMMATEURS PAR TRANCHE D'AGE

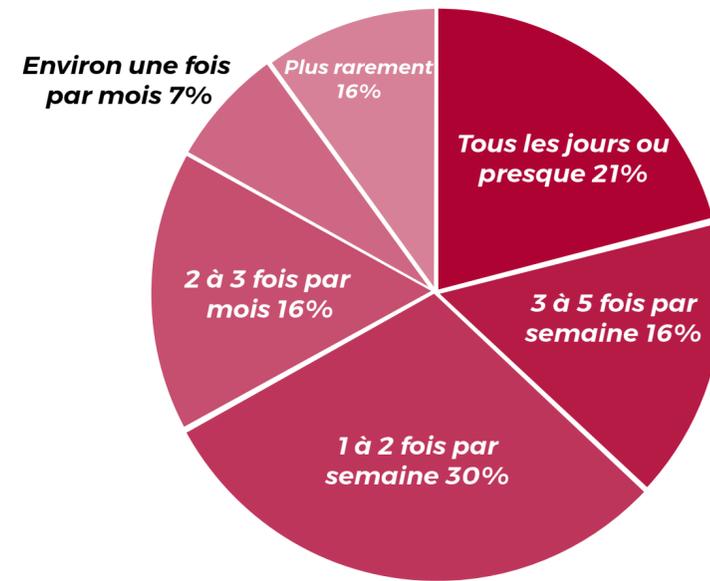


REPARTITION DES CONSOMMATEURS SELON LEUR PREFERENCE DE VIN

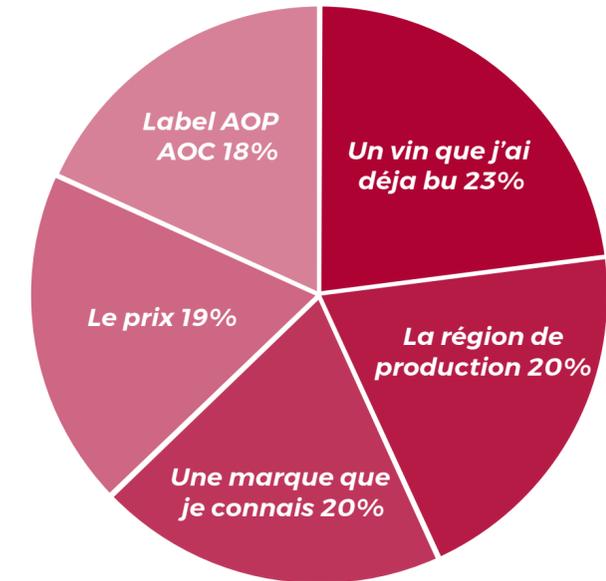


ETUDE DES CONSOMMATEURS

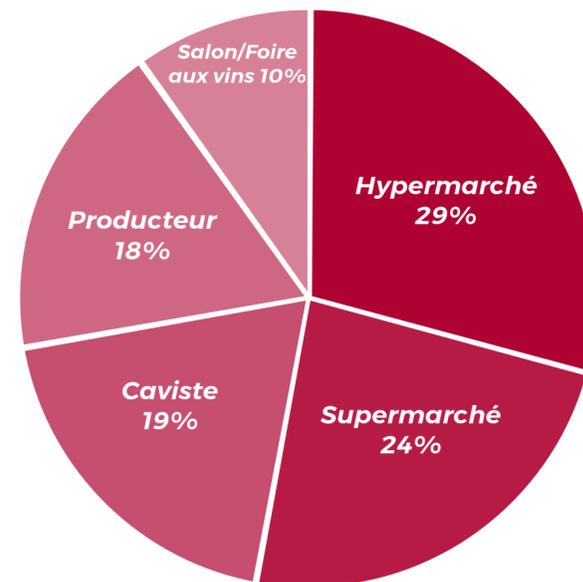
FREQUENCE DE CONSOMMATION



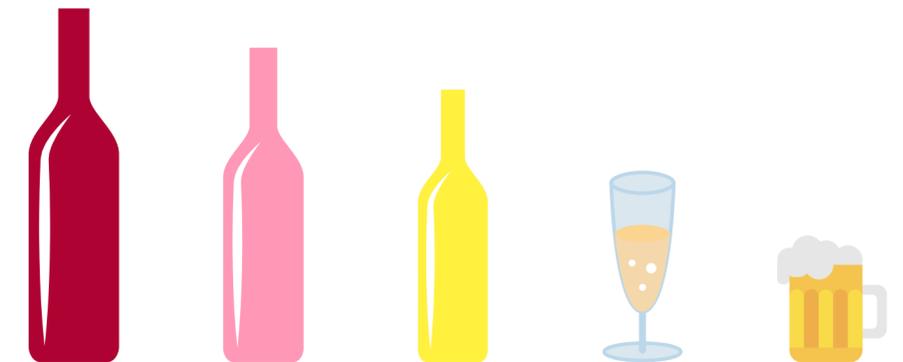
RAISONS D'ACHAT



LIEU D'ACHAT



TOP 5 BOISSONS ALCOOLISEES



ETUDE DES CONSOMMATEURS



18-24 ANS: LES PLUS OCCASIONNELS

Ils sont attentifs aux **recommandations** de leurs proches. Il s'agit du segment avec la plus forte propension à consommer des **vins blancs et rosés**.

21% ne portent pas trop attention aux vins qu'ils achètent, à partir du moment où le prix leur convient.



25-34 ANS: BESOIN D'ÊTRE RASSURÉ

Ils sont très attentifs aux **recommandations** de leurs proches et ont une forte propension à consommer du vin en **CHR**, ils sont souvent influencés par le **design** des bouteilles ou **étiquettes** lors de leur choix du vin.

Aventureux mais sensibles au prix: **23%** ne portent pas trop attention aux vins qu'ils achètent.



35-44 ANS: ATTIRER PAR LA DÉCOUVERTE

Des consommateurs qui recherchent la **diversité**. La **consommation** au **domicile** commence à prendre le pas sur les dépenses en CHR

Aventureux à **67%** aiment essayer de façon régulière des vins nouveaux et différents.

ETUDE DES CONSOMMATEURS



45-54 ANS: BESOIN D'ÊTRE RASSURÉ

Moins aventureux que les 35-44 ans, ils préfèrent consommer le vin qu'ils **connaissent** et savent **aimer**. Ils sont souvent influencés dans leur consommation par des produits de leur **région d'origine** et par les **labels** (AOP ou médailles).

59% aiment essayer de façon régulière des vins nouveaux.



55-64 ANS: EN QUÊTE DE DIVERSITÉ

Ils aiment **essayer** de façon régulière des vins **nouveaux** et **différents**. Même s'ils sont en quête de **diversité**, ils ont une forte tendance à s'en tenir aux vins qu'ils **aiment**. De plus, La dépense pour une consommation au **domicile** devient largement majoritaire par rapport à celle en CHR.

Aventureux mais sensibles au prix: **23%** ne portent pas trop attention aux vins qu'ils achètent.



65 ANS ET PLUS: LES HABITUDES

Des consommateurs qui recherchent la **diversité**. La **consommation** au **domicile** commence à prendre le pas sur les dépenses en CHR

Aventureux à **67%** aiment essayer de façon régulière des vins nouveaux et différents.



RENCONTRE AVEC UN CAVISTE

Quelle est la principale caractéristique des vins de Bordeaux ?

“Ce sont des vins d’assemblage composés de multi-cépages. Bordeaux est la seule région de France à combiner plusieurs cépages. De plus, la découverte des vertus des barriques a apporté un certain goût au vin.”

Les vins de Bordeaux peuvent-ils être conservés longtemps ?

“Oui, ils sont de très bonne garde. Ils peuvent être conservés extrêmement longtemps. Je me souviens avoir dégusté un vin rouge datant du début des années 1900. C’était une merveille !”

Pouvez-vous nous raconter une anecdote sur le vin de Bordeaux ?

“Je me rend régulièrement en Chine dans le cadre de mes activités professionnelles et je peux vous assurer qu’on trouve des vins de Bordeaux partout. Je me souviens d’une fois où je me rendais à un village situé à deux jours de cheval d’une ville de type moyenne chinoise où j’ai été stupéfait de découvrir une bouteille de Bordeaux posée sur la table de la famille qui m’accueillait.”

AU COEUR DE VOS SOUVENIRS



“ Le dimanche midi est notre rendez-vous familial favori. Nous sommes tous réunis autour d’un bon repas. Une bouteille de rouge est toujours au centre de notre table.”

Jean 52 ans



“ Après le travail, j’adore retrouver mes copines autour d’un verre en terrasse. Ce moment privilégié accompagné d’un verre de vin blanc est notre rituel hebdomadaire.”

Lola 28 ans



“ Lors de nos soirées estivales, nous avons toujours une bouteille de rosé que nous partageons autour de la piscine entre discussions et rires. C’est notre rituel tous les étés.”

Hélène 21 ans



“ J’aime emmener mon petit fils dans ma cave à vin. Nous passons des heures à regarder ma collection. J’aime lui montrer les bouteilles et lui raconter des histoires. Ce sont nos moments privilégiés à nous.”

Henri 78 ans

PROBLEMATIQUE

**COMMENT DONNER UNE IMAGE TENDANCE AUX VINS DE BORDEAUX
AFIN QU'ILS DEVIENNENT FAVORIS DES CONSOMMATEURS ?**

CONCEPT



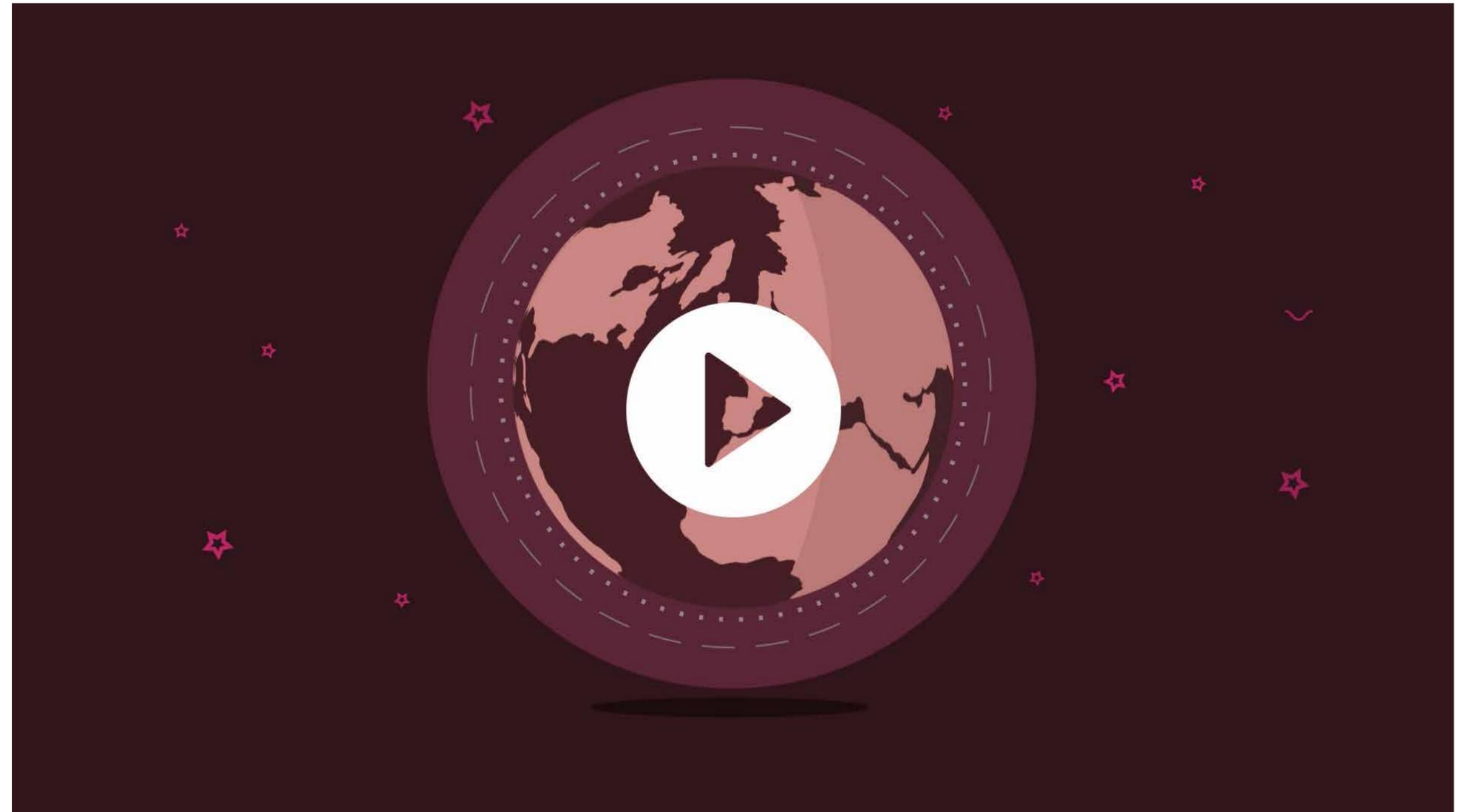
AU COEUR DE ...

Magnificateur de bons moments
et vecteur de partage

Notre concept est basé sur la transmission d'émotions, l'éveil des sens et le partage. Le coeur est l'organe qui génère ces interactions. Le vin quant à lui, permet de rassembler et d'unifier des personnes d'horizons complètement différents dont le seul point commun est le vin. Il est au coeur des relations et des échanges entre toutes ces personnes.

TEASER

BORDEAUX AU COEUR DU MONDE



Si le lien ne fonctionne pas voici l'url de la vidéo :
<https://www.youtube.com/watch?v=0eZAZvHG4Us>

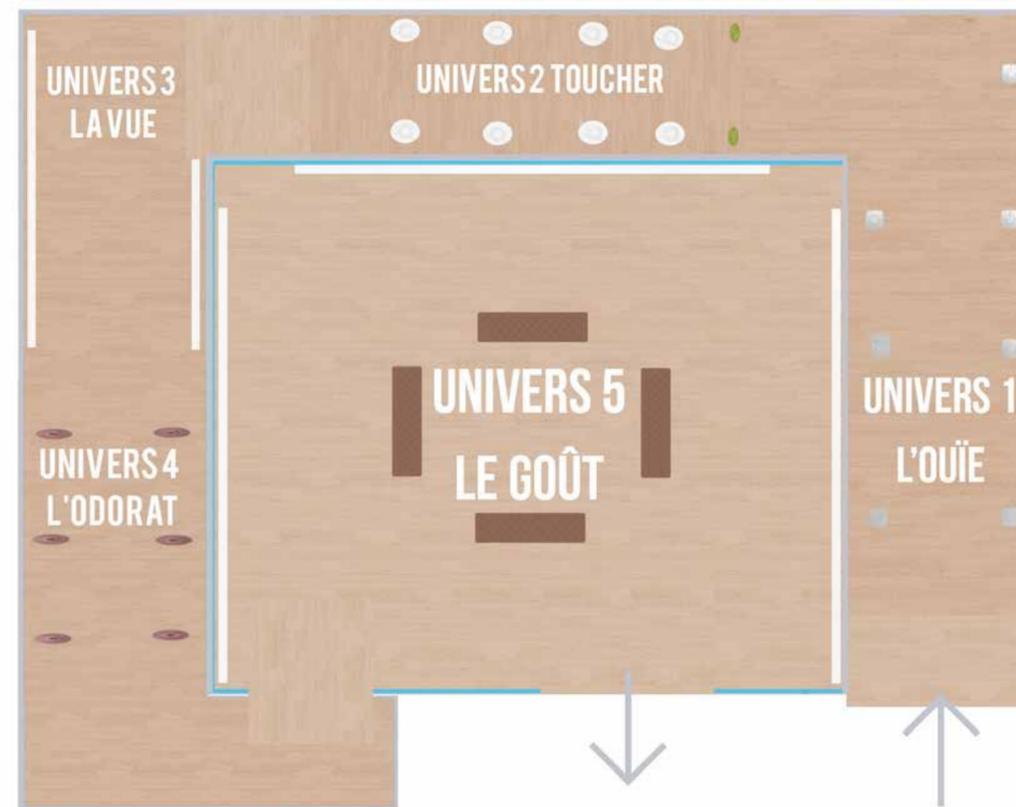
A group of people, mostly men, are shown from the chest up, holding wine glasses filled with red wine. They appear to be in a social setting, possibly a restaurant or a wine tasting event. The image is dimly lit and has a dark, semi-transparent overlay. The text 'LEVIER DE COMMUNICATION' is centered in the middle of the image in a bold, white, sans-serif font.

LEVIER DE COMMUNICATION

AU COEUR DE VOS CINQ SENS

PRESENTATION

Un évènement au Hangar 14 qui aura lieu le 8 septembre 2018, réunira des consommateurs de vin et des viticulteurs autour d'un parcours sensoriel invitant à l'éveil de l'ouïe, du toucher, de la vue, de l'odorat et du goût.



Nous avons conçu cinq univers retraçant les sens que nous pouvons percevoir. Ils permettent aux participants de se plonger dans l'univers du vin et de s'ouvrir à une nouvelle dimension, autre que lorsqu'ils achètent leurs vins. L'idée est de leur faire part des valeurs procurées par le vin et du travail passionné des viticulteurs dans un cadre ludique.

Les participants seront guidés dans ce parcours qui se terminera dans l'univers du goût : la dégustation de vin. Une dizaine de viticulteurs seront présents afin de faire déguster leurs vins et pourront échanger avec les visiteurs pour leur faire part de leur métier.

AU COEUR DE VOS CINQ SENS

AU COEUR DES SONORITES



Cet univers est sombre, il est éclairé par quelques faisceaux lumineux provenant du plafond. L'idée est de plonger les visiteurs dans une atmosphère paisible et tranquille afin qu'ils puissent s'imaginer et se projeter dans un champs de vignes d'un château bordelais. Une bande sonore de campagne, des bruits d'oiseaux, le vent accompagneront les visiteurs dans cette première étape du parcours.

AU COEUR DE VOS CINQ SENS

AU COEUR DE NOS TERRES



Ce second univers retrace le toucher. Pour cela, huit tonneaux (ici représentés par des vases) seront disposés en quinconces et contiendront différentes matières propres à l'évolution du vin : de la matière première à son conditionnement en bouteille (herbe, terre, écorce de vigne, feuille de vigne, grappes de raisin, raisins écrasés, vert polis et liège). Les visiteurs plongeront les mains dans ces tonneaux et devront deviner ce qui se trouve à l'intérieur. Cet atelier a pour but de favoriser l'imagination et la reconnaissance de matières uniquement à travers le toucher.

AU COEUR DE VOS CINQ SENS

AU COEUR DE VOTRE PERCEPTION



Ce troisième univers est représentatif de la vue. Plusieurs écrans seront disposés de part et d'autre du parcours et feront défiler des vidéos de vignobles bordelais, des étapes de production, des explications sur les robes des vins ou bien encore des portraits de viticulteurs. Cette étape du parcours a pour but d'illustrer ce qu'on pu tâter les visiteurs lors de l'étape précédente.

AU COEUR DE VOS CINQ SENS

AU COEUR DE VOS SENTEURS



Ce quatrième univers a pour but d'éveiller l'odorat. Pour cela, huit meubles seront présentés sur lesquels se trouveront des cloches en verre contenant des odeurs. L'idée est de suggérer des odeurs aux visiteurs sans qu'ils aient d'a priori sur ce qu'ils voient. Il y aura des senteurs fruitées, florales, épicées, végétales, animales, empyreumatiques, boisées, minérales.

**AU COEUR DE
VOS CINQ SENS**

AU COEUR DE VOS PAPILLES



L'univers du goût est le dernier de notre parcours sensoriel. Il sera représenté par une dégustation de vin animée par des viticulteurs collaborant avec Bordeaux. Ils pourront présenter et faire déguster leur production tout en échangeant avec les visiteurs. Des tables et des chaises seront mises à disposition des participants afin qu'ils puissent se détendre, échanger et partager dans une ambiance agréable.



AU COEUR DE VOS CINQ SENS

AU COEUR DE NOTRE PLAND'ACTION

Phase n°1 : Avant l'évènement

- Site internet éphémère pour l'évènement
- Mailing aux personnes inscrites dans les bases de données de Planète Bordeaux
- Intégration et présentation de l'évènement sur le site Planète Bordeaux
- Publicité payante sur Google (SEA)
- Publicité payante sur Facebook et calendar
- Affichage
- Préparation des partenariats

Phase n°2 : Au coeur de notre évènement

- Relation Presse
- Filtre Snapchat
- Photocall
- Livre d'or retranscrit sur des écrans géants
- Jeu concours

Phase n°3 : Après l'évènement

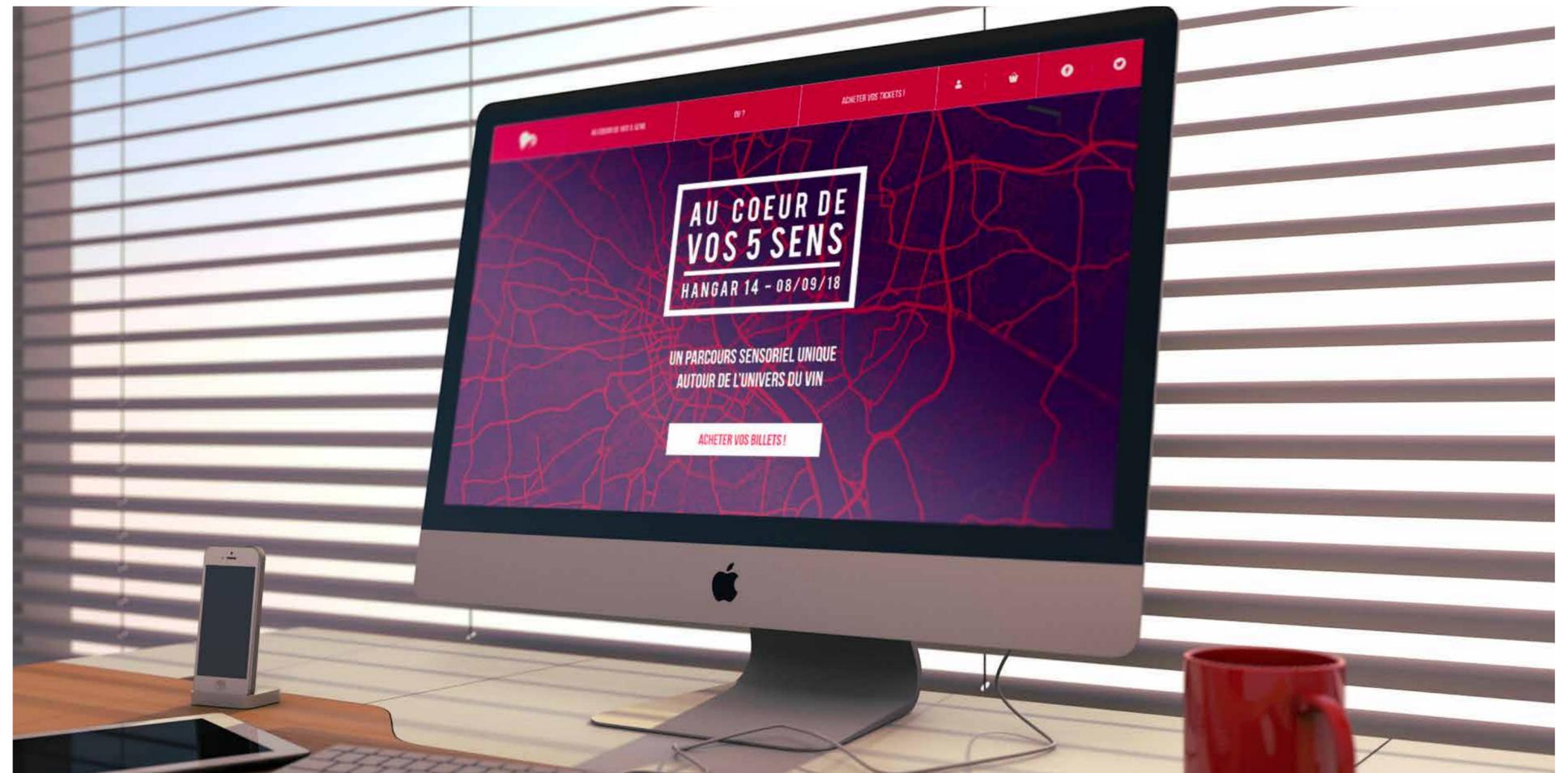
- Newsletter avec les anciens et nouveaux contacts
- Relais sur les réseaux sociaux
- Création d'aftermovie et de making of de l'évènement
- Retombées relation presse

AU COEUR DE VOS CINQ SENS

AVANT L'ÉVÈNEMENT

Création d'un site éphémère

Nous avons conçu un site internet entièrement dédié à notre événement afin de le mettre en avant, de présenter son contenu, de donner plus d'informations aux potentiels visiteurs et de permettre la vente de billets. Il ne restera en ligne que pendant une durée déterminée (quelques semaines avant et après l'évènement). Nous avons recréé un logo et une charte graphique propres à notre concept.

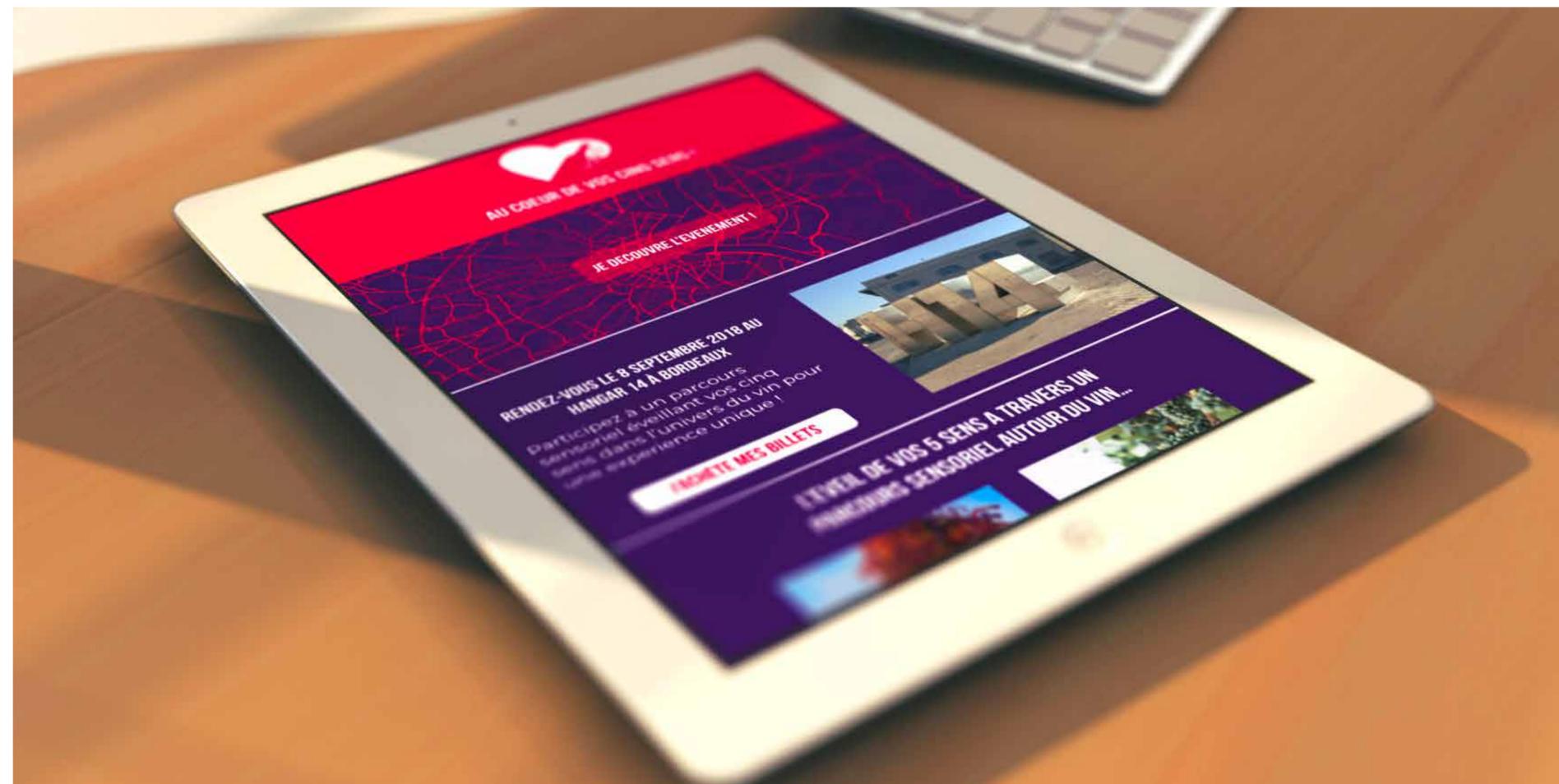


AU COEUR DE VOS CINQ SENS

AVANT L'EVENEMENT

Mailing

Nous avons réalisé une newsletter qui sera envoyée aux contacts enregistrés dans la base de données de Bordeaux Planète. Elle présentera l'évènement, les informations pratiques et redirigera les internautes intéressés vers le site internet éphémère que nous avons conçu pour l'occasion afin qu'ils puissent acheter leurs billets.



AU COEUR DE VOS CINQ SENS

AVANT L'ÉVÈNEMENT

Article rubrique agenda du site Bordeaux Planète

Nous avons pensé à intégrer un article dans la rubrique agenda du site internet actuel de Bordeaux Planète présentant l'évènement. Il donnera des informations aux lecteurs sur le déroulement de l'après-midi, les activités proposées, le lieu et les redirigera vers le site éphémère afin qu'ils puissent acheter leurs billets.

AGENDA

Les rendez-vous du vignoble à ne pas manquer sont ici! Portes ouvertes à la propriété, dégustations, concert dans les vignobles, expositions, salons... Venez découvrir notre AOC et rencontrer leurs acteurs tout au long de l'année.

[Accueil](#) / [Agenda](#)

Rechercher

▼ CALENDRIER ▼ RUBRIQUES VALIDER →

AU COEUR DE VOS 5 SENS
HANGAR 14 - 08/09/18

Le 08/09

Au Coeur de Vos 5 Sens 2018

Venez éveiller vos sens autour d'une expérience unique et partagez la passion de nos viticulteurs!

CONCOURS BORDEAUX VIN ATTITUDE 2018
1ère Edition

Comment créer une tendance ?
Quelles actions mettre en place pour que la "marque" Bordeaux soit le 1er choix du consommateur ?

Du 10/11 - au 10/02

Concours Bordeaux Vin Attitude 2018

Pour sa 1ère édition, le Concours Bordeaux Vin Attitude met au défi les étudiants des Ecoles

SAVE THE DATE

Oscars des Bordeaux de l'Été 2018

Bordeaux blanc, rosé, claret ou Crémant ?
Mesdames, à vous de choisir !

Le 08/03



AU COEUR DE VOS CINQ SENS

AVANT L'ÉVÈNEMENT

Liens sponsorisés (Adwords)

Afin d'augmenter la visibilité et accroître notre audience potentielle pour cet événement, nous allons mettre en place une campagne adwords visant à améliorer le positionnement de notre site internet éphémère. Les mots clés que nous intégrerons dans nos groupes d'annonce sont les suivants : événement bordeaux, événement sensoriel bordeaux, expérience ludique bordeaux, événement vin bordeaux, parcours ludique.

Au coeur de... – Vos cinq sens !

Annonce www.planete-bordeaux.fr

Partagez un moment convivial lors d'un parcours sensoriel dédié au vin.

Au coeur de... – Vos cinq sens !

Annonce www.planete-bordeaux.fr

Eveiller vos sens, lors d'un parcours unique autour du vin.

AU COEUR DE VOS CINQ SENS

AVANT L'ÉVÈNEMENT

Posts Facebook sponsorisés

Nous avons créé un événement inscrit sur le calendrier Facebook de manière à le partager sur ce réseau social, permettre aux gens de s'inscrire, de l'envoyer à des amis, de se renseigner et également d'acheter leurs billets.

Afin d'augmenter l'impact des posts liés à cet événement, nous allons utiliser Facebook Ads permettant de booster et de diffuser notre publicité à une cible prédéfinie.



Planète Bordeaux
Sponsored

Venez éveiller vos sens autour d'une expérience unique et partagez la passion de nos viticulteurs

1.9K
562 Comments 311 Shares

Like Comment Share

The screenshot shows a sponsored Facebook post from 'Planète Bordeaux'. The post features a video thumbnail with a globe and a play button. The text above the video reads 'Venez éveiller vos sens autour d'une expérience unique et partagez la passion de nos viticulteurs'. Below the video, there are engagement metrics: 1.9K likes, 562 comments, and 311 shares. At the bottom, there are buttons for 'Like', 'Comment', and 'Share'.



John Doe shared Planète Bordeaux's event.
Sponsored

Venez éveiller vos sens autour d'une expérience unique et partagez la passion de nos viticulteurs !

AU COEUR DE VOS 5 SENS
HANGAR 14 - 08/09/18

08 SEP
Sat 2 AM - Hangar 14
1 person is going

The screenshot shows a sponsored Facebook event post. The post features a graphic with the text 'AU COEUR DE VOS 5 SENS' and 'HANGAR 14 - 08/09/18'. Below the graphic, there are event details: '08 SEP', 'Sat 2 AM - Hangar 14', and '1 person is going'. At the top, it says 'John Doe shared Planète Bordeaux's event.' and 'Sponsored'.



**AU COEUR DE
VOS CINQ SENS**

AVANT L'ÉVÈNEMENT

Affichage

Nous avons conçu une campagne d'affichage dans le centre de Bordeaux qui durera 10 jours. Elle débutera 15 jours avant l'évènement. Nous avons choisi de combiner un support print à une communication digitale pour toucher un grand nombre de personnes.





AU COEUR DE VOS CINQ SENS

AU COEUR DE L'ÉVÈNEMENT

Presse, Invités, Partenariats, Reportages

Le jour de l'évènement nous convierons des influenceurs, blogs, journaux locaux afin de les faire participer à notre parcours sensoriel. L'objectif est qu'ils rédigent, par la suite, des articles présentant notre évènement et en fassent la promotion.

Quelques mois avant l'évènement, nous contacterons les médias sociaux suivants :

- Camille in Bordeaux : Ce blog permet de découvrir les meilleures adresses bordelaises, et les évènements à venir.
- Happy Ananas : Blogueuse arrivée récemment sur Bordeaux, Lysa adore créer du lien avec les gens qui l'entourent.
- Little Black Sheep : Fanny aime partager avec sa communauté son quotidien, ses doutes, ses peurs ainsi que ses coups de coeur.
- Le bonbon: Permet de découvrir chaque jour le meilleur de la ville de Bordeaux et les évènements à venir chaque week-end.
- God Bless Bacchus: Blog de référence sur le vin.
- Les itinéraires de Charlotte: Tombée dans le vignoble bordelais par hasard il y a quelques années, elle est devenue passionnée par la suite, elle prend un réel plaisir à partager ses bons plans, belles visites et sympathiques rencontres à travers tout le vignoble bordelais.

Nous inviterons également des journaux locaux tels que Sud Ouest, 20 minutes et CNEWS Matin.

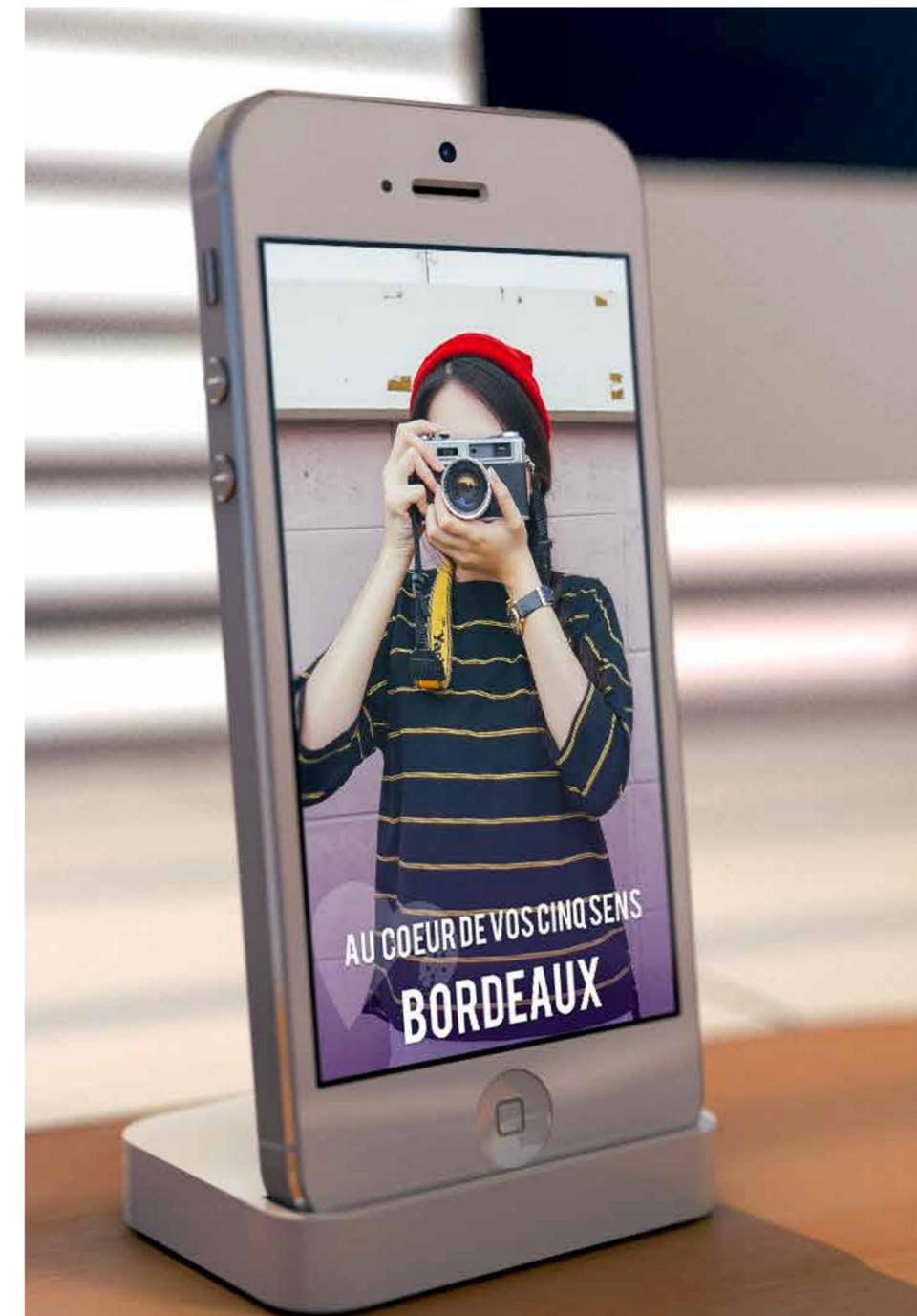
AU COEUR DE VOS CINQ SENS

AU COEUR DE L'ÉVÈNEMENT

Filtre Snapchat

Nous avons conçu un filtre Snapchat géocalisé au niveau du Hangar 14 sur le quai des marques actif sur la journée du 8 septembre 2018. Il permettra aux visiteurs de notre événement de se prendre en photo et ainsi de l'envoyer à leurs amis et de la poster sur les réseaux sociaux. Le filtre permet de gagner en notoriété et de générer de l'engagement d'un simple geste du doigt !

Ce réseau social s'adresse plutôt à une cible jeune, majoritairement les 18-24 ans qui est très présente et active sur les réseaux sociaux. Elle pourrait déclencher l'engouement sur les réseaux sociaux.



**AU COEUR DE
VOS CINQ SENS**

AU COEUR DE L'ÉVÈNEMENT

Photocall

Nous avons conçu un photocall que nous avons personnalisé aux couleurs de l'évènement qui permettra aux visiteurs de se prendre en photo. Les visiteurs la recevront par mail pour pouvoir la conserver et la poster sur les réseaux sociaux. De plus, elles seront diffusées sur les écrans géants dans le dernier univers : la salle de dégustation.



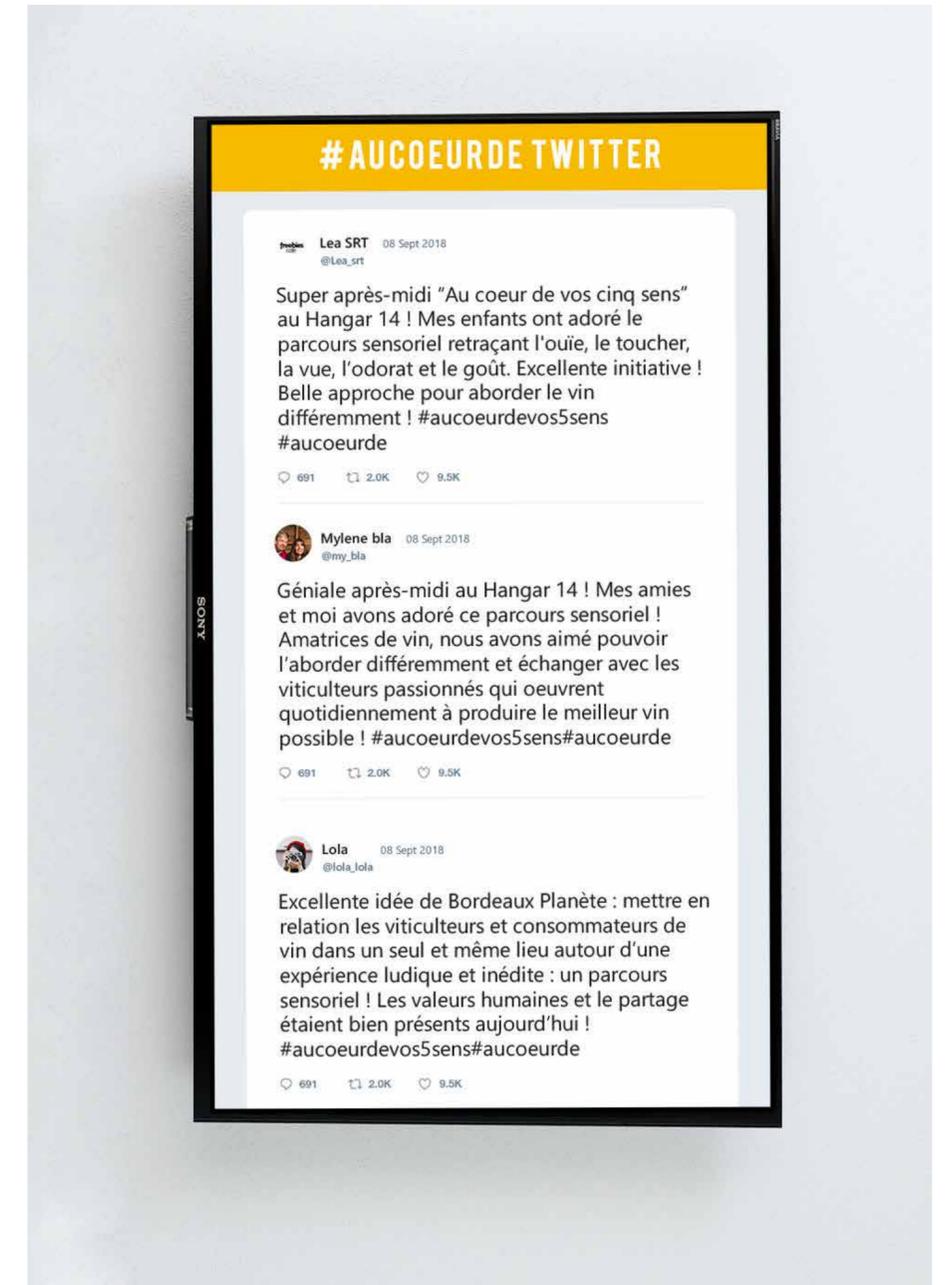
AU COEUR DE VOS CINQ SENS

AU COEUR DE L'ÉVÉNEMENT

Livre d'or Twitter

Nous inciterons les visiteurs à poster des tweets grâce aux #aucoeurdevos5sens qui seront diffusés en temps réel sur des écrans géants qui seront placés dans la salle de dégustation.

Ils pourront les poster depuis leur smartphone ou utiliser des tablettes qui seront mises à leur disposition à cet effet.



AU COEUR DE VOS CINQ SENS

AU COEUR DE L'ÉVÈNEMENT

Jeu concours

Afin d'attirer des participants, nous allons mettre en place un jeu concours. Pour y participer, les visiteurs devront renseigner leurs données personnelles notamment leur adresse mail et leurs réponses au quizz. Les résultats seront donnés à la fin de l'évènement. Le gagnant se verra remporter une visite dans un château pour deux personnes et des grands crus de Bordeaux.

AU COEUR DE VOS CINQ SENS

JEUX - CONCOURS

GAGNEZ 1 VISITE DANS UN CHÂTEAU
BORDELAIS ET
DES GRANDS CRUS

COMMENCEZ

[Pinterest](#) [Twitter](#) [YouTube](#) [Facebook](#)

AU COEUR DE VOS CINQ SENS

APRES L'EVENTEMENT

Relations Presse

Partager les articles de presse mentionnant et détaillant l'évènement au coeur de vos cinq sens sur les réseaux sociaux ainsi que dans la rubrique espace presse du site internet Planète Bordeaux. Nous pourrions ainsi profiter des répercussions liées aux relations de presse.

The screenshot shows a news article from the website Sud Ouest. The date is Thursday, February 8, 2018. The article title is "Au coeur de vos cinq sens, une expérience inédite". Below the title, it says "A LA UNE / BORDEAUX / Publié le 10/09/2018 à 10h05. Mis à jour à 11h47 par SudOuest.fr." There are social media sharing buttons for Facebook, Twitter, Google+, and LinkedIn, along with a "COMMENTAIRES SUSPENDUS" button. The main image of the article features a dark blue background with a red street map pattern and the text "AU COEUR DE VOS 5 SENS" and "HANGAR 14 - 08/09/18". At the bottom of the article, there is a "PREMIUM" badge and a small text snippet: "Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore".

AU COEUR DE VOS CINQ SENS

APRES L'EVENTEMENT

Relais des meilleures anecdotes

Repost des meilleurs posts et tweets de l'évènement sur les réseaux sociaux les jours qui suivront l'évènement mais aussi dans les semaines à venir car ils permettront de rappeler aux internautes l'évènement.



Réalisation de contenus vidéo

Réalisation d'aftermovie et de makings off sur l'après-midi qui seront postés sur les réseaux sociaux. Nous avons pensé à créer des contenus vidéos car ils génèrent le plus de vues, de likes, de partages et d'interactions.

STRATEGIE DE SOCIAL MEDIA



CREER UNE TENDANCE



**GENERER DE L'INTERACTION
AVEC LA COMMUNAUTE**



**ATTIRER DES (NOUVEAUX)
CONSOMMATEURS CONNECTES**

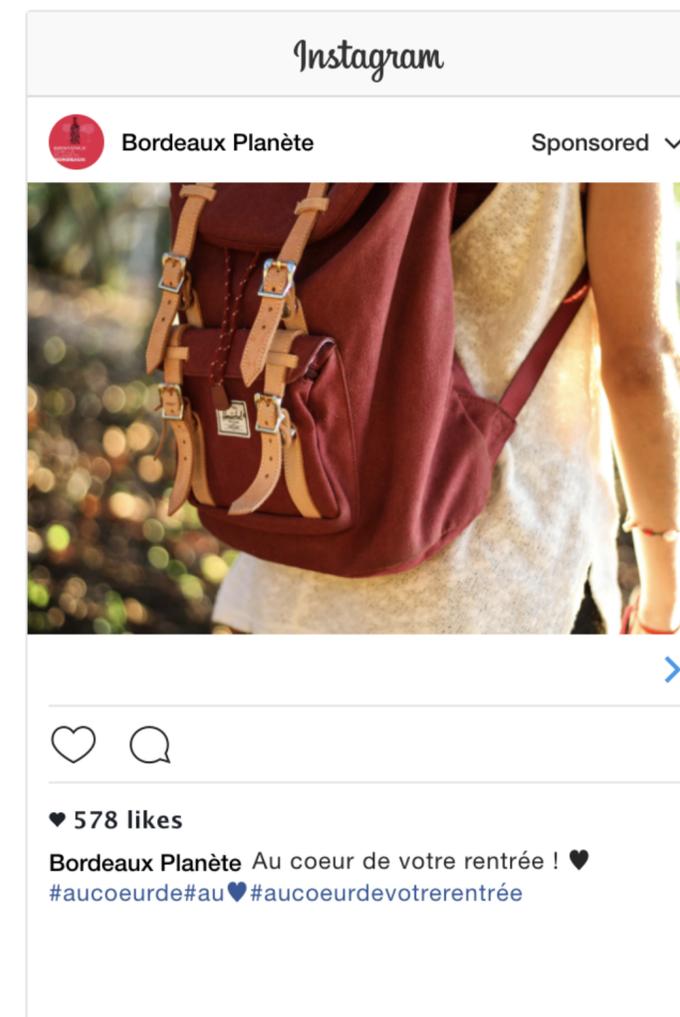
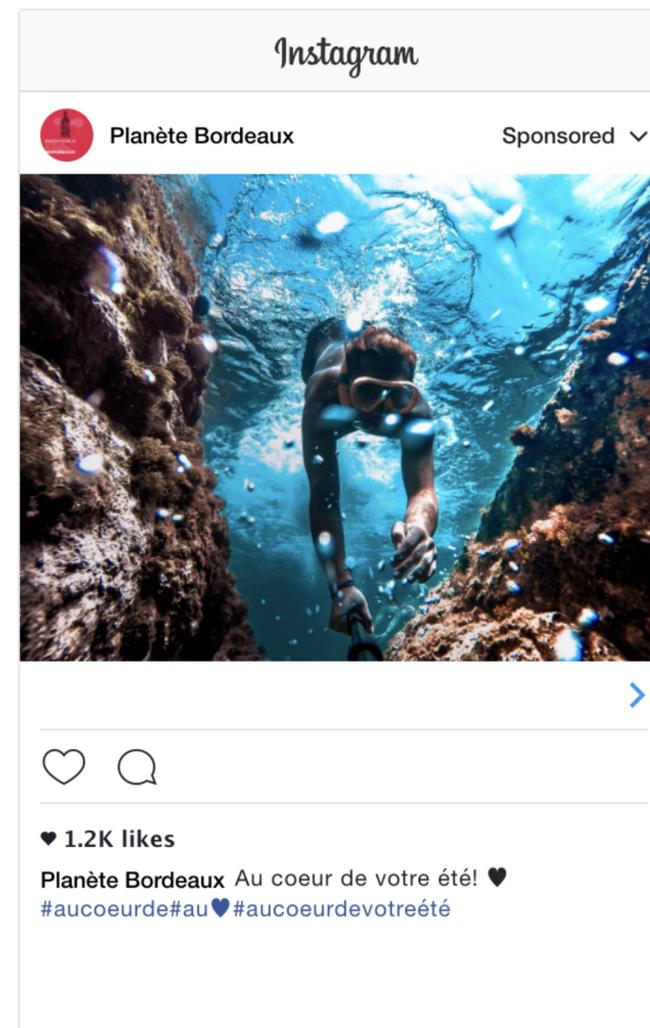


FIDELISER

STRATEGIE DE SOCIAL MEDIA

AU COEUR DE VOS TEMPS FORTS

Cette stratégie de communication sur les réseaux sociaux sera appliquée tout au long de l'année et sera marquée par des temps forts que l'on appelle les marronniers (éléments récurrents et ponctuels dans l'année) comme la saint-valentin, Noël, Pâques, rentrée scolaire. Notre baseline "Au coeur de (...)" permettra de réagir facilement à certains buzzs et s'adapte très facilement à des événements ponctuels.



STRATEGIE DE SOCIAL MEDIA

AU COEUR DE (...) CHALLENGE

Inciter les internautes à compléter notre slogan “Au coeur de (...)” par le mot qui correspond à leur humeur, situation, lieu où ils se situent ou évènement. Cela peut être : au coeur de mon dimanche, au coeur de mon mariage, au coeur de ma Saint-valentin, au coeur de mon samedi soir, au coeur des Chartrons etc. Ce slogan est déclinable à l’infini et adaptable à n’importe quelle situation.

Nous leur demanderons de publier ce post sur Facebook, Twitter ou bien encore Instagram en utilisant les hashtags suivants : #aucoeurde, #planètebordeaux, #aucoeurdebordeaux et de taguer des amis à eux afin de faire perdurer la chaîne.

 **Jeanne Dupont**
Sponsored Like Page

Au coeur de mon anniversaire #aucoeurde, #au♡, #bordeauxplanètes, #aucoeurdebordeaux @Laura @Hélène @Léo @Maxime à votre retour 😊



  80 15 Comments 2 Shares

 Like  Comment  Share

 **Léo Martin**
Sponsored Like Page

Au coeur de mon après-midi skate #aucoeurde, #au♡, #bordeauxplanètes, #aucoeurdebordeaux @Hugo @Paul @Tanhuy, it's your turn 😊



  48 13 Comments 0 Shares

 Like  Comment  Share

STRATEGIE DE SOCIAL MEDIA

AU COEUR DE VOS ANECDOTES

Inciter les internautes à nous raconter leur plus belle anecdote, souvenir, moment autour d'un verre de Bordeaux qu'ils publieront sur les réseaux sociaux. Afin d'inciter les internautes à participer à cette opération, nous mettrons en place un jeu concours visant à élire la plus belle, la plus drôle, la plus catastrophique histoire racontée. Toutes les anecdotes seront diffusées sur un site annexe relié au site de Bordeaux Planète.

La communauté pourra alors voter pour son anecdote favorite en fonction de sa catégorie. Le gagnant de chaque catégorie se verra offrir une dotation attractive qui sera : un week-end pour deux dans un domaine des vins de Bordeaux.

AU COEUR DE VOS ANECDOTES

Accueil / Anecdotes

Rechercher

FILTRES VALIDER

LA PLUS ÉMOUVANTE

Lola @lapetitebordeleaise · 🌍
Ma plus belle anecdote autour d'un verre de Bordeaux est le jour où mon compagnon est revenu du travail un vendredi soir et m'a demandé en fiançailles. C'était le plus beau jour de ma vie et je me souviendrais toujours de la bouteille de vin rouge qui a accompagné ce magnifique moment 🥰
#aucoeurde, #au♥️, @aucoeurdesmessouvenirs, #aucoeurdemesanecdotes, #bordeauxplanète

468 678

LA PLUS DRÔLE

Alexandre Etienne @alexetienne · 🌍
Mercredi dernier je rencontrais pour la première fois mes nouveaux beaux parents. Cette soirée étant très importante pour ma copine, je décide d'acheter une bonne bouteille de Bordeaux, un excellent millésime. Mes très chers beaux parents en ont fait du vinaigre. Ca fait cher la salade tout de même. Mon coeur a saigné du Bordeaux...RIP
#aucoeurde#au♥️ #aucoeurdemessouvenirs #aucoeurdemesanecdotes #bordeauxplanète

STRATEGIE DE SOCIAL MEDIA

AU COEUR DE NOS VIGNOBLES

Nous allons créer du contenu qui mettra en avant et valorise le travail passionné des viticulteurs collaborant avec l'AOC des vins de Bordeaux. Cela peut prendre la forme d'un GIF, cinemagraph, photo, vidéo, articles. Nous privilégierons des contenus vidéos car ce sont eux qui génèrent le plus d'interactions avec la communauté.

Pour cela, nous avons pensé au concept de "En bref". Il s'agit d'une courte vidéo de 45 secondes présentant le vignoble, la propriété, le métier de viticulteurs et les passionnés qui oeuvrent à produire le meilleur vin possible.

Les vidéos seront mises en ligne sur le site Planète Bordeaux et relayées sur les réseaux sociaux pour une visibilité optimale. Il y aura plusieurs vidéos par semaine mettant en avant les viticulteurs durant le mois d'octobre.



Planète Bordeaux
Sponsored

Like Page

Cette semaine découvrez Nathalie et Jérôme nos viticulteurs spécialistes du Clairet pour leur vidéo en bref ! On laisse découvrir sans plus attendre 😊

#aucoeurde#au❤️#aucoeurdenosvignobles



En Bref : Nathalie et Jérôme

Découvrez le quotidien de nos viticulteurs Nathalie et Jérôme dans leur domaine.

WWW.PLANETE-BORDEAUX.FR/

Learn More

PLANNING

JUIN

JUILLET

AOUT

S1

AU COEUR DE CHALLENGE

AU COEUR DE CHALLENGE

S2

AU COEUR DE CHALLENGE

AU COEUR DE CHALLENGE

**INTEGRATION DE L'EVENT SUR LE SITE
MISE EN LIGNE DU SITE EPHEMERE
GOOGLE ADWORDS**

S3

AU COEUR DE CHALLENGE

AU COEUR DE CHALLENGE

**MAILING
POSTS SPONSORISES FACEBOOK
CAMPAGNE GOOGLE ADWORDS**

S4

AU COEUR DE CHALLENGE

AU COEUR DE CHALLENGE

**MAILING
POSTS SPONSORISES FACEBOOK
CAMPAGNE GOOGLE ADWORDS
AFFICHAGE**

PLANNING

SEPTEMBRE

OCTOBRE

NOVEMBRE

DECEMBRE

S1

EVENEMENT
FACEBOOK POST SPONSOR
AFFICHAGES
MARRONNIER

MAKING OFF
RESEAUX SOCIAUX
MOIS DES VITICULTEURS

AU COEUR DE VOS
ANNECDOTES

AU COEUR DE VOS
ANNECDOTES

S2

NEWSLETTER APRES
EVENEMENT
ARTICLES PRESSE

MOIS DES VITICULTEURS

AU COEUR DE VOS
ANNECDOTES

AU COEUR DE VOS
ANNECDOTES

S3

CREATION DE
CONTENUS VIDEOS
ARTICLES PRESSE

MOIS DES VITICULTEURS

AU COEUR DE VOS
ANNECDOTES

AU COEUR DE VOS
ANNECDOTES
MARRONNIER : NOEL

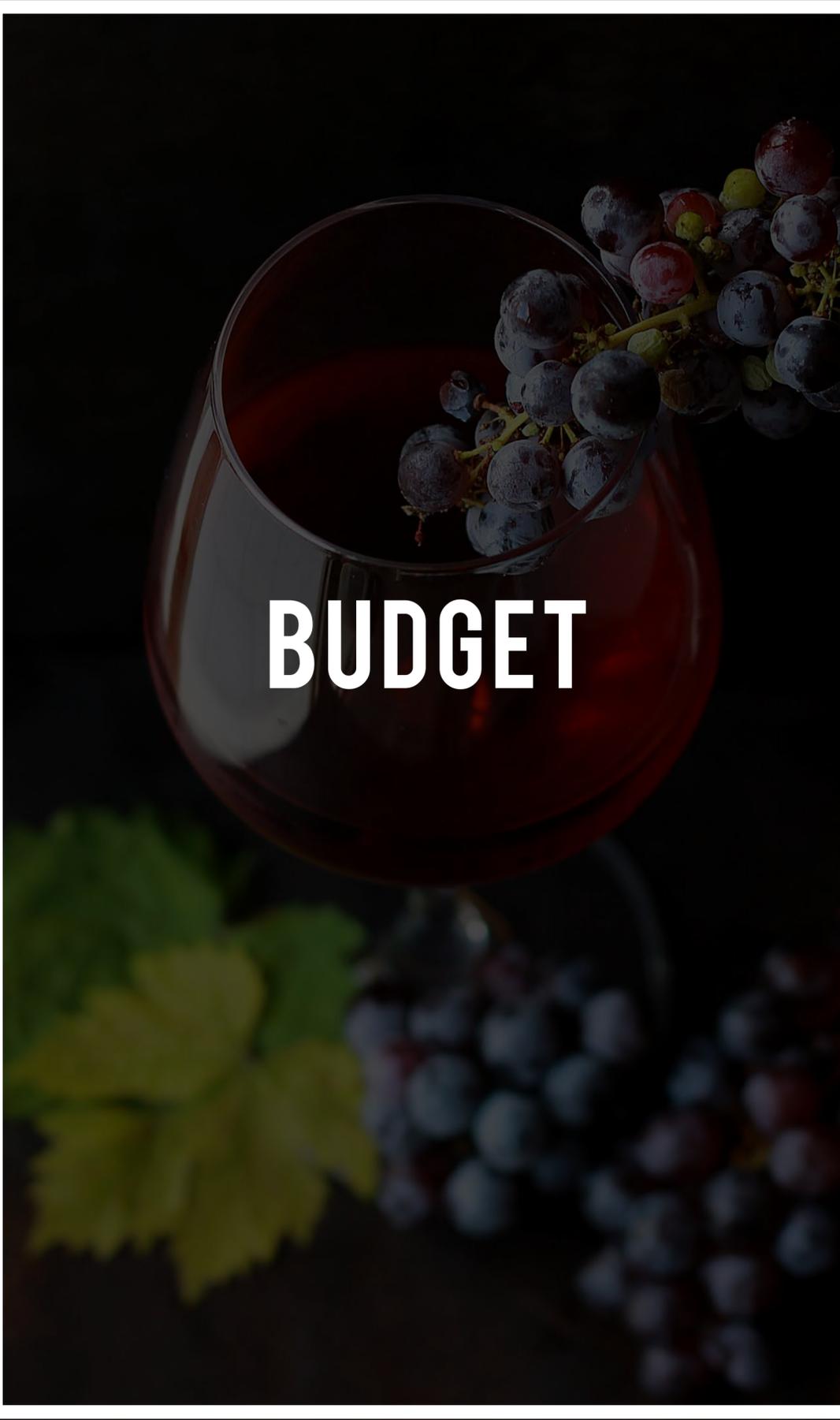
S4

MAKING OFF
RESEAUX SOCIAUX

MOIS DES VITICULTEURS

AU COEUR DE VOS
ANNECDOTES

TIRAGE AU SORT DES
MEILLEURES ANECDOTES



BUDGET

PREVISIONS

Nombre de personnes à l'évènement à minima :	5 000
Prix par enfant (-18ans) :	Gratuit
Prix par adulte :	5 €

GAIN

Recette de l'évènement à minima:	25 000 €
----------------------------------	----------

DEPENSES

Coût de l'évènement (location du hangar 14, location des stands, création du parcours, ...) :	18 000 €
Site éphémère :	3 000 €
Affichage à Bordeaux d'une durée de 10 jours :	6 000 €
Campagne Facebook ADS :	2 000 €
Campagne Google Adwords :	1 000 €
Total :	30 000 €

POURQUOI NOUS CHOISIR ?

Nous vous proposons une stratégie de communication digitale sur mesure axée sur une valeur qui vous est chère : l'humain. Nous avons repensé l'expérience et les valeurs que dégagent le vin. Pour des petites occasions comme un apéritif improvisé entre amis ou pour des grandes occasions tels qu'un mariage ou bien encore un dîner en famille pour Noël, le vin est au centre de tous ses événements et généralement au centre de la table et des convives.

Le vin permet de rassembler, fédérer et enrichir les moments partagés avec des personnes qui nous sont chères tout en échangeant. Nous avons repensé votre communication digitale en axant sur l'échange et l'interactivité de la communauté dans l'optique de créer une mode sur le web. Deal respecté ? Alors, quand est-ce que nous débutons concrètement ce projet ?