



Commission Communication

15 janvier 2019

VISIOCONFERENCE

14H – 17H



Ordre du jour

- **Actus asso VDD**
- **Déploiement nouvelle identité Vignerons Engagés**
 - * Charte graphique et timings
 - * Indicateurs
 - * Dépliant BtC, Leaflet vente, logistique
 - * Site web & Réseaux sociaux
 - * Vidéo (motion design, film)
- **Wine Paris :**
 - * Event : scénographie, programme, logistique
 - * Stands & PLV
 - * Relations presse
- **Opération de communication GD : créa collerette, logistique**
- **Opération de communication Trad : stickers carte vins**
- **Comm de crise**
- **Rencontres VDD**



Actualités asso VDD



Salariés de l'association



Iris Borrut

Directrice des Opérations

Gestion administrative et financière, communication et relations partenaires

Arnaud Bréchet

Responsable Développement

Dossiers techniques, formations et relations prospects





Nouvelle présidente de la commission



Gwen Corre
Caves de Rauzan
Export & Marketing Manager



Adhérents VDD en conversion

- Château Sainte Roseline
- Château des Demoiselles
- Cave des Hautes Côtes – Nuiton Beaunoy
- Chassenay d'Arce
- Cave de Viré
- Caves du Marmandais
- Cave d'Azé
- Arnaud de Villeneuve
- Cave de Clessé
- Vignerons Créateurs
- Agamy



Les chiffres clés VDD

30 entreprises adhérentes à VDD dont 11 en conversion

4 700
vignerons

1 200
salariés

90
AOP



31 800
hectares

30
IGP

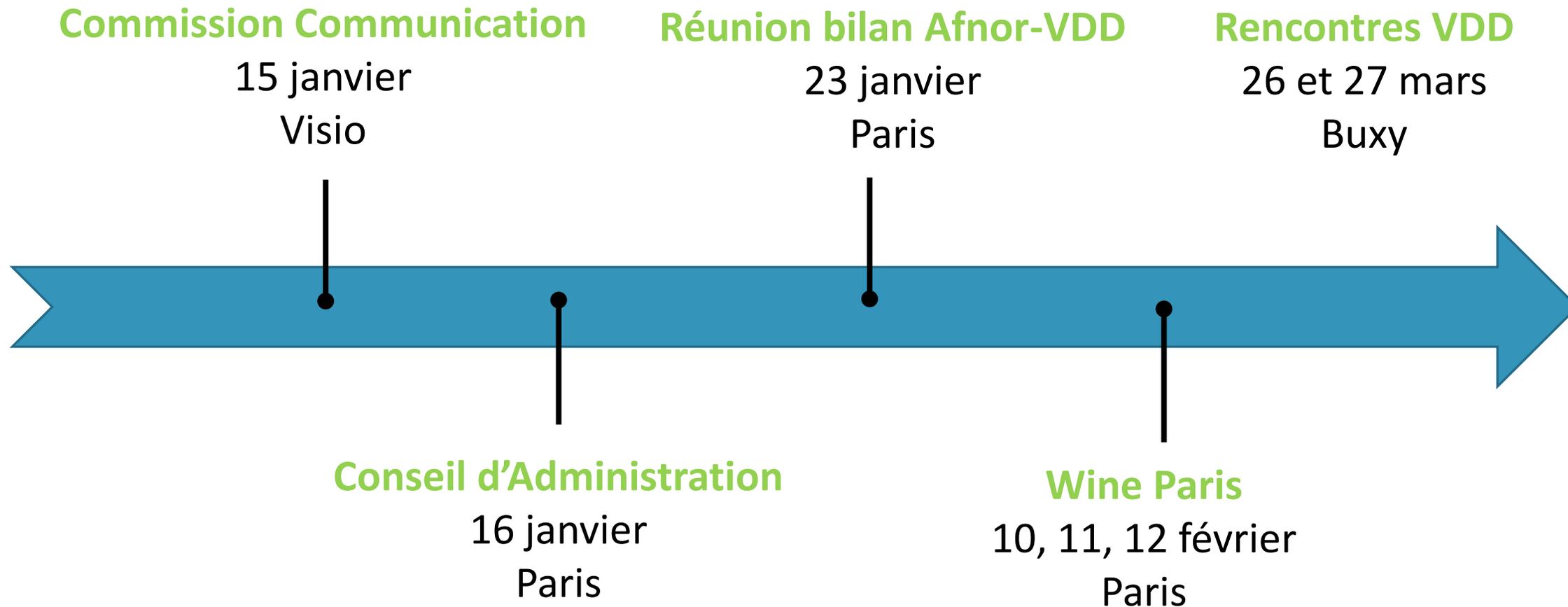
1,7 millions
d'hectolitres
produits

Soit **4,2%** de la surface du vignoble français &
3,8% de la production annuelle de vin français

8 régions viticoles concernées



Agenda de l'association





Bilan 2019

- 1 an du nouveau cahier des charges VDD-Engagé RSE
- Cap des **30 entreprises adhérentes**
- Renforcement du cahier des charges Vignoble** (en synergie avec la démarche HVE)
- Sélectionné **Plateforme RSE**, étude de labels RSE menée par France Stratégie
- VDD à l'Élysée avec le Collectif 3^{ème} voie
- 6^{èmes} édition des Rencontres VDD
- Création Formation commerciale DD
- Renouvellement de l'équipe salariée VDD



Actualités 2020

Janvier : Ouverture de l'association
et du label VDD aux distributeurs

Février : Lancement de la nouvelle identité
VDD au Wine Paris

Mars : 7^{èmes} Rencontres VDD en Bourgogne



Calendrier des audits

2019												2020					
Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Sept	Octobre	Nov	Déc	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	
	TAIN 1- 4/02/2019 C. Slingue	LUGNY 6- 8/03/19 S.Narjoud		BAILLY 14- 16/05/19 P. Montagne	RAUZAN 13- 14/06/19 C. Slingue	LOIRE PRO 9- 12/07/19 L.Genin			RHONE A 14-15- 17- 18/10/19 C.Slingue		BUXY 4- 6/12/2019 S. Narjoud	JAILLANCE 21- 22/01/20 L. Leveque		HAUTES COTES 23- 25/03/20 S. Narjoud	ROSELINE 6-8/04/20 F. GRAS DEMOISELLE S 8/04/20 F.GRAS		
					TERRES SECRETES 18- 19/06/19 S. Narjoud						CASTELBARRRY 5- 6/12/2019 MH Ametrano	CAVES DU MARMANDAIS 14- 17/01/20 S.Narjoud			Tavel 23-24/04/20 MH. Ametrano		



Dernier CA et atelier stratégique

23 – 24 octobre 2019

4 chantiers retenus

- Clarifier le message phyto & Valoriser l'atout sociétal/durable de VDD
- Augmenter la visibilité VDD - logo produit
- Augmenter la part de voix
- Réfléchir au cas du vrac



Wine Paris

- * EVENT : SCÉNOGRAPHIE, PROGRAMME, LOGISTIQUE
- * STANDS & PLV
- * RELATIONS PRESSE



Qui participe ?

18 caves participantes dont 4 en conversion (en rouge)

Entreprise	Type de stand	Numéro de stand
Isle Saint Pierre	Stand propre	inconnu a ce jour
VMV	Stand rattaché à une Interprofession	6 M186
Loire Propriétés	Stand propre	Hall 6 L 227
Caves de Rauzan	Stand rattaché à une Interprofession	4A 207-1
SCA LES VIGNERONS CREATEURS	Stand rattaché à une Interprofession	EN ATTENTE
Cave de Lugny	Stand rattaché à une Interprofession	6 L106
CAVE DU MARMANDAIS	Stand rattaché à une Interprofession	EN ATTENTE
Jaillance	Stand propre	4 E219
Nuiton Beaunoy	Stand rattaché à une Interprofession	6 M106
Vignerons des Terres Secrètes	Stand rattaché à une Interprofession	6M106
Arnaud de Villeneuve	Stand rattaché à une Interprofession	inconnu pour le moment
Cave de Buxy	Stand propre	
Saint Maurice	Stand rattaché à une Interprofession	nc
RHONEA	Stand propre	6 M231
DOM BRIAL	Stand propre	
CASTELBARRY	Stand propre	Hall 4 B141
TAVEL	Stand propre	HALL LANGUEDOC
TAIN	Stand propre	Hall 6 N245



Communication interne en amont

Quel meilleur média pour communiquer les nouveautés (cahier des charges et identité) à :

- vos forces de vente qui seront sur Wine Paris ?
- dans un second temps, les équipes salariés et les viticulteurs ?



Wine Paris - Event - Mardi 11 février

Programme sur le salon (1/2)

Au programme mardi 11 février 2020

12h : La jungle des certifications : Panorama des labels

Fabien Humbert (La Revue du Vin de France), Xavier Gomart (Directeur Général, Cave de Tain) et Edouard Cassanet (Directeur Général, Cave de Lugny) et Jean-Pierre Van Ruyskenvelde (Directeur Général, L'IFV Institut Français de la Vigne et du Vin)

13h : Les vins nature, évolution ou révolution ?

Antoine Gerbelle (Tellement Soif, France Inter) et Pascaline Lepeltier, Meilleure Sommelière de France 2018

14h : Le bio est-il un argument de vente à l'international ?

Gérard Bertrand

15h : La force des labels bio et écoresponsables dans la distribution

Xavier Leclerc (Auchan) et Virginie Morvan (Lavinia)

16h : Une nouvelle grille de lecture pour les vins bio et biodynamiques et nature ? Comment les aborder et les classer ?

Denis Saverot, directeur de la rédaction de la Revue du Vin de France et Philippe Faure-Brac, Meilleur Sommelier du Monde 1992 et Président de l'UDSF

17h : Données sur les attentes des consommateurs sur le bio

Arnaud Daphy, SOWINE

→ Briefer Edouard et Xavier sur l'intervention de 12h
→ Connaissez-vous d'autres intervenants ensuite que l'on pourrait briefer pour souffler que conférence à 16h ?



Wine Paris - Event - Mardi 11 février

Programme sur le salon (2/2)

- **Conférences de presse** : pas de conférence annoncée sur notre créneau pour l'instant

- Animations

16H 16H30 ATELIERS DU CHR: LES CONSOMMATEURS FACE AUX CARTES DE VINS : ILS NOUS PARLENT DE LEUR "CARTE IDÉALE«

16H30 17H30 ATELIERS DU CHR : # LABELS ENVIRONNEMENTAUX DANS LE VIN: MIEUX LES COMPRENDRE, MIEUX EN PARLER.

17H30 18H30 FILIÈRE VIN : QUEL DIALOGUE RSE POUR QUEL ACTE D'ACHAT ?

- ◆ Yann Chabin
Secrétaire Général
- ◆ Philippe Huppé
Président ANEV
- ◆ Laurence Le Marchand
Directeur qualité et Développement Durable - Nicolas
- ◆ Benoît Ab-Der-Halden
Président Terra Vitis Rhône Méditerranée
- ◆ Isabelle Charnot
Directrice qualité et Développement Durable - Maison Johanès Boubée



Wine Paris - Event - Mardi 11 février

Programme

16h – 16h15 : Accueil des participants

16h15 – 17h : Conférence >>> sujet autocentré

Option 1 : Pour leurs 10 ans, les Vignerons en Développement Durable s'engagent ! Nouvelle identité, cahier des charges renforcé, le label Vignerons en Développement Durable devient Vignerons Engagés !

Option 2 : Vignerons Engagés. Un cahier des charges renforcé, une nouvelle identité visuelle, un cahier

Option 3 : Pour ses 10 ans, VDD devient Vignerons Engagés. Venez découvrir nos nouveaux engagements RSE et durables, de la vigne au verre

Intervenants : Pascal Duconget (Président), Laurent Durif, Gwen Corre, Emeline ou Vanessa, AFNOR (?) Clients (Isabelle Charnot)

17h – 19h : Dégustation & Animation Photobooth

→ **Invitation** : définir thématique / intervenant / horaires
→ **17h-19h : des idées pour animer ?**



Wine Paris - Event - Mardi 11 février

Scénographie 3D (1/4)

Eléments scénographie pour présentation du 10 février Paris Porte de Versailles

Pêle mêle de photos
Vendange, humains
info sur les vignobles

Grand visuel

Stickers sur caisses

Nom du vignoble

Sur une grande table ronde 2,50m diam.
Le logo imprimé avec pancartes bois précisant les engagements, façon table d'orientation.

Empilement de caisses bois clair + bouteilles

Présentation des bouteilles sur stèles avec matériaux nature



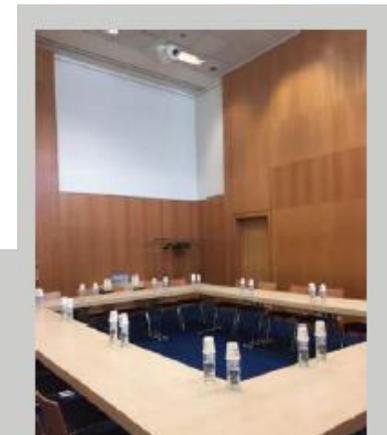
Wine Paris - Event - Mardi 11 février

Scénographie 3D (2/4)

1 zone conférence, 40 chaises
1 grand visuel 3 m x 2,20 haut

3 grandes tables de présentations
3 ambiances différentes
1 display par producteur
2 visuels 1m x 2,20m ht

1 table centrale façon table
d'orientation précisant les
engagements





Wine Paris - Event - Mardi 11 février

Scénographie 3D (3/4)





Wine Paris - Event - Mardi 11 février

Scénographie 3D (4/4)



- Agencement : vos retours?
- Couleur des nappages à définir (reco beige ou kraft)
- Visuels à choisir
- Photobox à placer
- 1 espace pour le buffet : à challenger
- Espace dégustation : diminuer le nombre, rajouter budget visuels
- 18 caves participantes (dont 4 en conversion) : définir la répartition (par couleur ? par 4 piliers ?) et la représentativité



Wine Paris - Event - Mardi 11 février

Invitation et Communiqué de presse (1/2)

L'association des
Vignerons en Développement Durable,
1^{er} label RSE de la filière vin,
devient
VIGNERONS ENGAGÉS



À l'occasion de ses 10 ans, l'association
des Vignerons en Développement
Durable dévoile sa nouvelle identité :
Vignerons Engagés

Une nouvelle charte qui vient
renforcer les engagements du
premier label RSE dédié au monde
du vin en France, créé en 2007 par
une dizaine d'entreprises viticoles.

L'association des
Vignerons en Développement Durable,
1^{er} label RSE de la filière vin,
devient
VIGNERONS ENGAGÉS



À l'occasion de ses 10 ans, l'association
des Vignerons en Développement
Durable dévoile sa nouvelle identité :
Vignerons Engagés

Une nouvelle charte qui vient
renforcer les engagements du
premier label RSE dédié au monde
du vin en France, créé en 2007 par
une dizaine d'entreprises viticoles.

UNE HISTOIRE DE PASSIONS ET D'ENGAGEMENTS

Animé par des valeurs communes telles que le respect, l'honnêteté, l'authenticité, l'innovation et la solidarité, Vignerons Engagés s'inscrit dans une démarche responsable à travers des engagements forts respectueux de la nature et des hommes.

Guidés selon un cahier des charges strict et ambitieux, gage d'une éthique et d'une qualité du produit, la nouvelle charte Vignerons Engagés vient soutenir les valeurs et la personnalité du label. Il regroupe aujourd'hui 30 caves coopératives et domaines particuliers répartis sur 11 régions viticoles représentatives de l'ADP en France.

Vignerons Engagés agit pour préserver l'environnement, assurer une qualité de la vigne au vin, valoriser le territoire et le patrimoine local et offrir un juste prix pour les consommateurs et les producteurs.

Fédérateur de label, regroupe aujourd'hui 30 caves coopératives et domaines particuliers répartis sur 11 régions viticoles représentatives de l'ADP en France. Cette démarche entrepreneuriale sociale respecte 10 principes et implique 12 engagements qui associent éthique, environnementale, logique économique, responsabilité sociale et sociétale.



Communiqué de presse : vos retours ?
Invitation : vos suggestions ?



Wine Paris - Event - Mardi 11 février

Invitation et Communiqué de presse (2/2)

CIBLE ET LISTING ENVOI

Nous tablons sur un listing priorisé des supports pro / spé + diffusion large, cf le nombre de supports pro et spé, nous pouvons tabler sur un objectif de 8 à 10 journalistes.

- Extract complet

TIMINGS

- Envoi invit : asap
- Relances : à la suite de la diffusion de l'invitation
- CP : 10 jour avant le salon sous réserve embargo OU post Salon



Wine Paris - Event - Mardi 11 février

Invitations

Invités	Qui invite	Quand	Quel message
Journalistes	Agence ASAP Adhérents si actions RP	18 janvier	Invitation + CP
Adhérents VDD = Membres CA et AG CC comm comm	Association VDD	Semaine du 20 janvier Relance début février	Invitation ASAP retravaillée, par mail
Partenaires	Association VDD	Semaine du 20 janvier	Invitation ASAP retravaillée, par mail
Clients distributeurs	Association VDD pour les contacts privilégiés ET Adhérents : qui ? comment cadrer et quadriller ?	Semaine du 20 janvier	Invitation ASAP retravaillée, par mail

Pas d'inscription préalable
Vient qui veut, inciter les VDD à venir



Wine Paris - Event - Mardi 11 février

Traiteur

~~Le Coin Des Canapés~~

Spécialités Pains d'Epices

~~Les Escales Gourmandes~~

Bouchées Fraîcheur

Mini Rouleau de Printemps Fraîcheur

~Les Saveurs du Soleil~

Les tapas du soleil :

Polenta anchoïade aneth, Polenta tapenade olive noire, citron confit

~~Les Mini Sandwiches~~

Wraps (équivalent 1.5 pièces) :

Poulet, curry, salade et menthe fraîche

Boeuf, salade et mayonnaise

Finger Nordique à la pince dinde comté, (équivalent 2 pièces)

~~Les Douceurs~~

Macaron Maison Couleur Pastelle

Petits Fours Frais Tradition

~~Les Gourmandises Individuelles~~

Mini Rouleau de Printemps Fraîcheur

~Boissons Soft~

Evian 1L Verre Consigné

Perrier fines bulles 1L Verre Consigné

~~Matériel en Location~~

"Tout le matériel nécessaire au bon déroulement de votre prestation"

Livraison prévue le jour j entre 10h00 et 12h00

- 80 Verres à Softs

- 180 Verres à Vin

Reprise prévue le jour j+1 entre 7h00 et 9h00

~Accessoires de Service~

100 Serviettes blanches Cocktail 20x20 cm

Bac à Glacer, en location

Glaçons sac de 8 à 10Kg

~Personnel de Service~

Option Responsable de réception de 13h à 20h

Il sera votre interlocuteur privilégié tout au long de votre événement

(Heure supplémentaire 48,25€ ht en sus)

(300,20 € HT + 1 formule déjeuner 20,30€ HT en sus)

OK pour rajouter
personnel



Wine Paris - Event - Mardi 11 février

D'autres idées pour aller + loin ?

Objectif : impliquer davantage

- Boîte à idée des journalistes sur le DD à placer sur une table : OUI
- Concours « Devinez combien d'espèces protègent les Vignerons Engagés ? » avec la réponse sur le nouveau site web et à la clef une box Vignerons Engagés offerte : NON

Objectif : capter des adresses mails

- Mécanique sur le site web pour récupérer adresses mails (téléchargement d'un livre blanc sur la RSE et le DD, du VDD MAG, d'une infographie spéciale Vin & DD... qu'est-ce qui vous ferait le + envie ?)



Wine Paris - Event - Mardi 11 février

Matériel

Matériel	Location	Commandé
Verres 80 verres softs 180 verres vin	Traiteur	OK
Serviettes 100 serviettes	<i>Traiteur</i>	<i>OK</i>
Bac à glacer = vasque et Glacons	<i>Traiteur</i>	<i>À valider</i>
Crachoir	<i>Rhonéa x3</i>	
Personnel de service	<i>Traiteur</i>	<i>A valider</i>
Kit son et image Vidéoproj, écran, micro, enceinte, cables	<i>ASAP ?</i>	
Tables et chaises	<i>WP</i>	
1 paper board	<i>WP</i>	
Portant et cintres	<i>WP</i>	
1 pupitre	<i>WP</i>	

**Couteaux
sommeliers → Tain
Dropstop → Pultex
(Morgane)**



Wine Paris Publicité & Communication (1/3)

1. Encart pub dans le guide visiteur

Emplacement à définir

2.a Bannière web

Mais pas de retours statistiques

2.b 6 Dalles sol 50x50

Croisements grosses artères, entrée du salon

Pour ses **10 ANS** **VDD** DEVIENT...

Venez découvrir nos **Engagements Durables**, de la vigne au verre

CONFÉRENCE - DÉGUSTATIONS - ANIMATIONS

Retrouvez-nous **MARDI 11 FÉVRIER** à partir de 16h
Salle 412-413 Pavillon 4 - 1^{er} étage pour une

Expérience unique!

#VigneronsEngagés   

www.vignerons-engages.com

The advertisement features a background image of two people walking through a vineyard. It includes several logos: 'GROWERS IN VIGNERONS DEVELOPPEMENT DURABLE SUSTAINABLE DEVELOPMENT' (top left), 'DEVELOPPEMENT DURABLE VIGNERONS ENGAGÉS Charte Qualité' (middle left), and a wine bottle and glass icon (top right). The text is primarily in green and blue, with a blue banner for the event details.



Wine Paris Publicité & Communication (2/3)

3. Présence sur le site web

A confirmer avec l'organisation : page animation, page espace presse

4. Post sur la page linkedin

A confirmer avec l'organisation

Interview via Gabrielle Vizzanova

D'autres idées ?

Les animations du salon

wineparis.com/ON-OFF/ON-les-anim...

Applications Vignerons en Dével... Gmail - La message... Mon profil - Zoom VDD Admin Espace Pro Animer des réseaux... MEG Crédit Agricole Quadra

ESPACE PERSONNEL VISITEUR • ESPACE EXPOSANT • ESPACE PRESSE • Se connecter FR EN

W WINE PARIS

10-12 février 2020
PARIS EXPO
PORTE DE VERSAILLES

DÉCOUVRIR WINE PARIS EXPOSER VISITER ON / OFF INFOS PRATIQUES

Accueil > ON / OFF > ON, les animations sur le salon

ON, LES ANIMATIONS SUR LE SALON

EN JOURNÉE, DU 10 AU 12 FÉVRIER, LE MONDE DU VIN EST UNI ET RÉUNI SUR LE SALON ET OFFRE MILLE OCCASIONS DE DÉGUSTER, DÉCOUVRIR, APPRENDRE ET ÉCHANGER !



Wine Paris

Publicité & Communication (3/3)

5. Posts sur nos réseaux sociaux, NL et sites web

Rappel action : Chaque adhérent communique sur les réseaux sociaux, trois fois dans l'année (Wineparis, rencontres VDD, Semaine du Développement durable) avec à la fois un relais des informations de l'association (communiqués de presse, etc.) et contenus propres à chaque adhérent

→ Par quel biais voulez-vous récupérer les posts et les lignes RP pour le Wine Paris ?

Option 1 : un post unique que chaque adhérent s'engage à poster le lundi 10.02

Option 2 : des éléments de langage seulement

Signature email format bannière à rajouter

Faire une liste de diffusion spéciale RS ? Ou comm comm ok ?



Docs de comm & PLV

PLV A VOTRE DISPOSITION

1 - Sticker sol 42x60cm	2 - Sticker mural 20x20 cm	3 - Sticker Pancarte identification de stand	4 - Ballons géants hélium 90	5 - Présentoir table 21x30	6 - Macarons FR + ENG	7- Badge VDD	8- Leaflet event
-------------------------------	----------------------------------	--	------------------------------------	----------------------------------	-----------------------------	--------------------	------------------------

TIMINGS

- > Livraison de toute la PLV au transporteur Rhonéa
- > Répartition par Arnaud / Iris sur les différents stands le dimanche entre 17h et 23h
- > Badges exposants : Rhonéa (Cécile)

A REGLER

- > **Ballons hélium : logistique et prix ! On y va tous ou on y va pas ?**
- > **Tote-bags : distribués pendant l'évènement avec à l'intérieur le doc de comm**

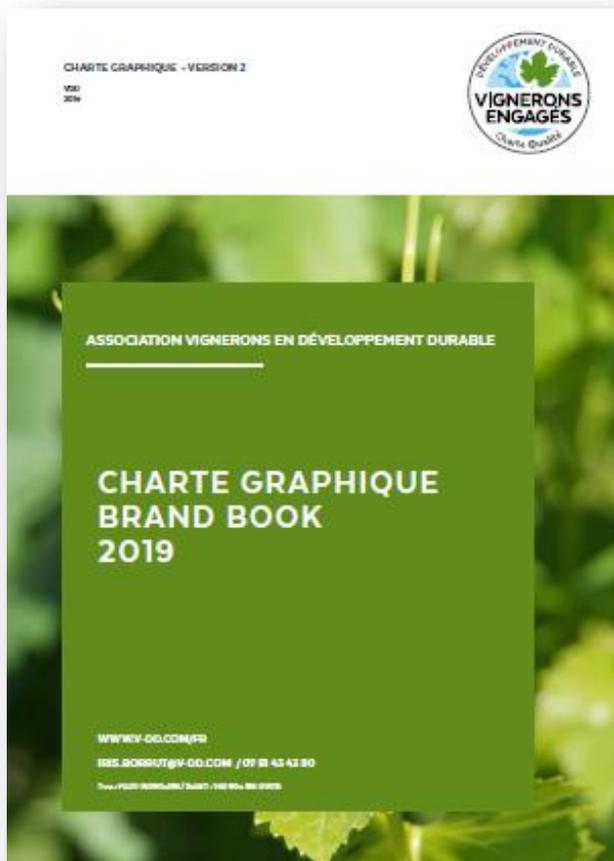


Déploiement nouvelle identité Vignerons Engagés

- * CHARTE GRAPHIQUE ET TIMINGS
- * NOUVEAUX DOCS DE COMM : CREA ET LOGISTIQUE
- * SITE WEB & RÉSEAUX SOCIAUX
- * VIDÉO (MOTION DESIGN, FILM)



Tous les éléments sont envoyés !



Charte graphique
Logos, typos
Version anglais – français
Actif – en conversion

*Destinataires :
représentants à l'AG,
membres du CA,
membres de la
commission
communication*



Charte graphique et timings



22 novembre	Envoi par l'association du Brandbook / Charte graphique / Caisse à outils nouveau Logo aux Référents VDD
	Préparation par les VDD de leurs outils PLV, étiquettes, contre-étiquettes, etc. <i>Si besoin du nouveau logo avant le 1^{er} décembre pour des contraintes timings de créa graphique uniquement, me contacter</i>
	Autorisation des VDD à communiquer <u>en interne seulement</u> - en précisant que confidentiel pour l'externe jusqu'au Wine Paris
10 février	Lancement officiel de la nouvelle identité du label au Wine Paris Autorisation des VDD à communiquer <u>en externe</u> : clients, PLV, étiquettes, contre-étiquettes, etc.



Attention timings



- 1. Ne pas trop vous couvrir en stocks** portant le logo actuel (étiquettes, contre-étiquettes, stickers, etc.) – il ne pourra plus être utilisé à compter de **février 2021** (hors supports longue vie type panneaux, etc).
- 2. Anticiper lors de vos créas en cours ou à venir pour intégrer le nouveau logo** (supports cités ci-dessus + nouvelle PLV, affiches, stands, etc.) et **communiquer en externe à partir de février 2020**



Nouveaux docs de comm

- Document Institutionnel

 - Dépliant BtC

 - Leaflet BtB

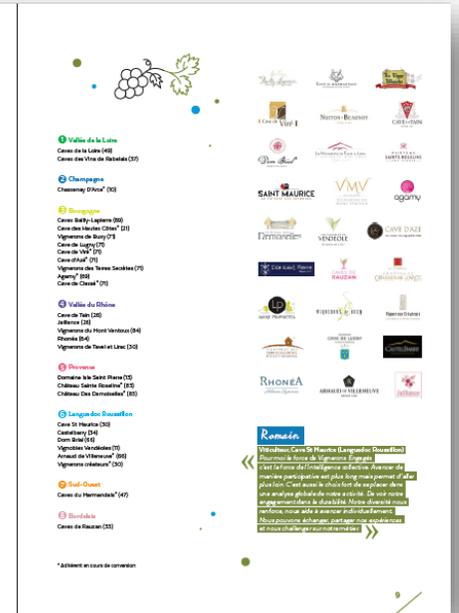
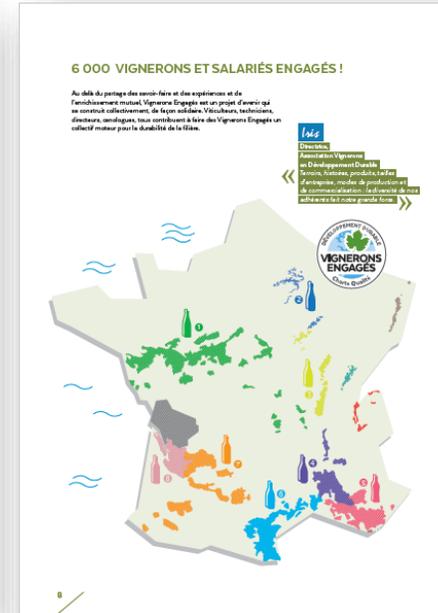
 - ➔ Livraison dans les caves

 - ➔ Volume x à livrer au transporteur Rhonéa



Nouveauté

Document institutionnel



- 20 pages pour tout connaître de Vignerons Engagés : son ADN, ses Engagements, ses membres...
- En français, en anglais



Nouveauté Dépliant BtC

- Le dépliant historique mis à jour
- En français, en anglais

PETIT GUIDE

À L'USAGE DES ACTEURS RESPONSABLES ET ENGAGÉS

AGIR POUR L'ENVIRONNEMENT

Protéger nos ressources naturelles et préserver l'équilibre de nos écosystèmes.

GARANTIR UNE QUALITÉ DE LA VIGNE AU VERRRE

Respecter nos engagements vis-à-vis de l'environnement, de la santé et de la sécurité.

SOUTENIR LE TERRITOIRE ET LE PATRIMOINE LOCAL

Valoriser les savoir-faire locaux et les produits de qualité.

OFFRIIR LE JUSTE PRIX POUR LE CONSOMMATEUR ET LE PRODUCTEUR

Garantir une juste rémunération à tous les acteurs de la filière.

VIGNERONS ENGAGÉS, LE PREMIER LABEL RSE DEDIE AU MONDE DU VIN

Créé en 2010, Vignerons Engagés est le premier label dédié au monde du vin. Il est le seul à être certifié par le Bureau Veritas.

VIGNERONS ENGAGÉS EN CHIFFRES

- 6 000 vignerons et salariés
- 31 800 hectares
- 1,7 millions d'hectolitres de vin produits
- 30 IGP
- 90 AOP
- 8 régions viticoles concernées
- 4,2% de la surface de vignoble français et 3,8% de la production annuelle de vin français

LES ADHÉRENTS EN FRANCE

POURQUOI CHOISIR LE LABEL VIGNERONS ENGAGÉS

JE SUIS CONSOMMATEUR

- Un produit de qualité
- Un produit d'origine locale
- Un produit respectueux de l'environnement
- Un produit qui respecte les engagements de la filière

JE SUIS DISTRIBUTEUR

- Un produit de qualité
- Un produit d'origine locale
- Un produit respectueux de l'environnement
- Un produit qui respecte les engagements de la filière

AGIR POUR L'ENVIRONNEMENT

ENGAGEMENT 1: Protéger les ressources naturelles et préserver l'équilibre de nos écosystèmes.

ENGAGEMENT 2: Protéger la biodiversité et préserver l'équilibre de nos écosystèmes.

ENGAGEMENT 3: Protéger les ressources naturelles et préserver l'équilibre de nos écosystèmes.

ENGAGEMENT 4: Protéger les ressources naturelles et préserver l'équilibre de nos écosystèmes.

ENGAGEMENT 5: Protéger les ressources naturelles et préserver l'équilibre de nos écosystèmes.

SOUTENIR LE TERRITOIRE ET LE PATRIMOINE LOCAL

ENGAGEMENT 6: Valoriser les savoir-faire locaux et les produits de qualité.

ENGAGEMENT 7: Valoriser les savoir-faire locaux et les produits de qualité.

GARANTIR UNE QUALITÉ DE LA VIGNE AU VERRRE

ENGAGEMENT 8: Protéger nos ressources naturelles et préserver l'équilibre de nos écosystèmes.

ENGAGEMENT 9: Protéger nos ressources naturelles et préserver l'équilibre de nos écosystèmes.

OFFRIIR LE JUSTE PRIX POUR LE CONSOMMATEUR ET LE PRODUCTEUR

ENGAGEMENT 10: Garantir une juste rémunération à tous les acteurs de la filière.

ENGAGEMENT 11: Garantir une juste rémunération à tous les acteurs de la filière.

Votre retour ?





Nouveauté Leaflet BtB

➔ Format, contenu : Vos idées ?

Format A4 2 pliures sur papier ensemencé

Avantages

POURQUOI CHOISIR LE LABEL VIGNERONS ENGAGÉS



JE SUIS CONSOMMATEUR

- Un gage de confiance et de qualité
- La garantie d'un vin produit dans des conditions sociales et environnementales justes et positives
- Un geste citoyen concret en faveur de producteurs engagés et de vins durables
- La promesse de vins durables et authentiques
- Un produit engagé pour le maintien des paysages et sentiers ruraux
- La garantie d'une démarche long-terme et durable, de la vigne au verre



JE SUIS DISTRIBUTEUR

- Une réponse claire et concise aux nouvelles attentes des consommateurs
- Une démarche de développement durable solide et différenciante
- La garantie d'une démarche durable, de la vigne au verre
- Un levier de différenciation et de renouvellement de vos gammes
- Un moyen d'innover, de marquer et en avant vos propres engagements durables
- La garantie d'une démarche audacieuse par un tiers reconnu: TAPNOR

Données marché

- 80% des consos de vin sensibles au DD*
- Les Français prêts à payer 5 à 30% plus cher pour un produit durable**

2nd label reconnu après le bio (35% notoriété assisté BtC)

Vignerons Engagés en 4 points clés

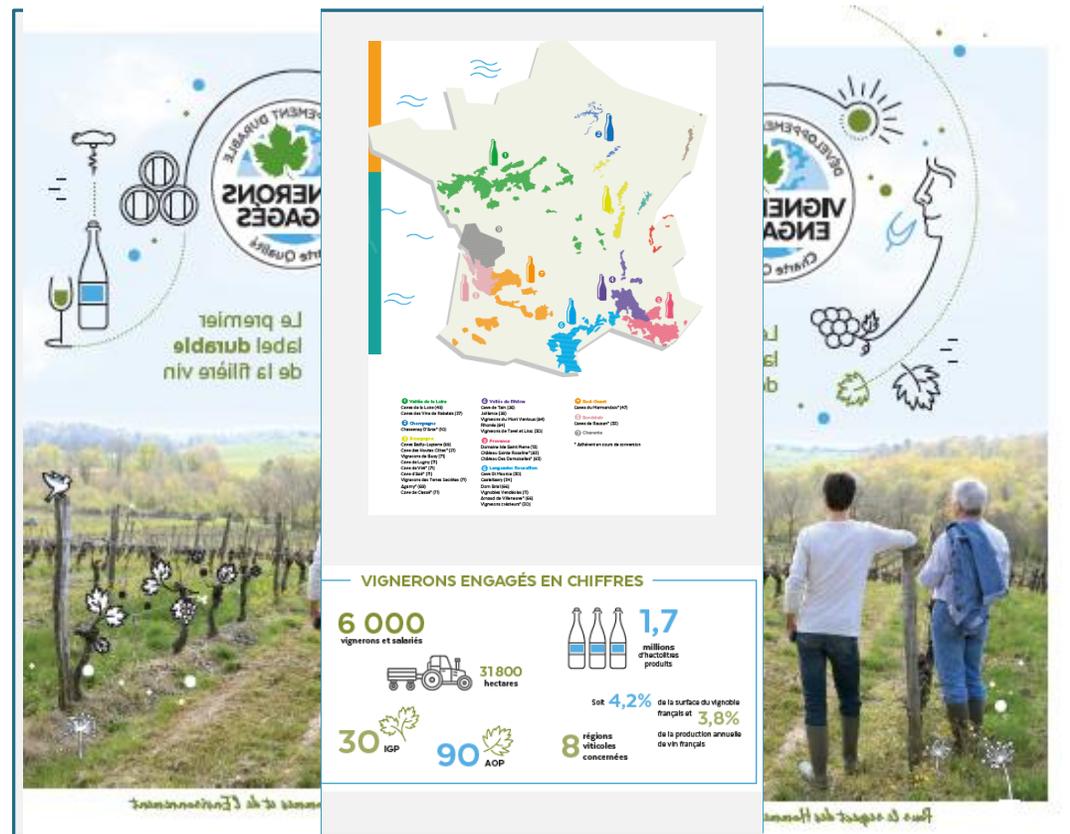
Nos 12 engagements durables

Témoignages clients et adhérents

Mécanisme

- Colletterte et macarons toute l'année
- (Rencontres, site, RS)

Recto



Verso



Site web, réseaux sociaux, vidéo

- **SITE WEB**

Refonte en cours

V1 : première semaine de février

V2 : fin avril

www.vignerons-engages.com

www.sustainable-winegrowing.org

#VigneronsEngages #SustainableWinegrowing

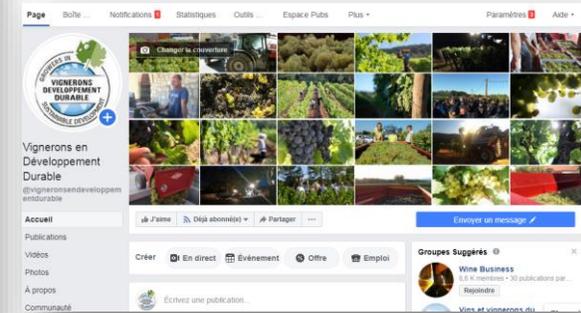
- **RESEAUX SOCIAUX**

Bonne nouvelle ! Il reste du budget. Plan à venir avec posts sponsorisés, etc.

- **VIDEO**

- **Motion design**

- **Séquence immersive pour site web**





Mise à jour de vos supports

- **LA CHECKLIST INDISPENSABLE POUR NE RIEN OUBLIER**

PRODUIT	Etiquette
	Contre-étiquette
	Stickers / macarons
	Collerette (déconseillé)
	BIB
DIGITAL	Site web
	Réseaux sociaux
	Signatures mails
	Newsletters
PAPIER	Affiches
	Kakémono
	Cartes de visite
	Stand salon wine Paris
	Journal interne
DIVERS	Véhicules
	Caveau, bâtiments, etc.

Limite d'utilisation ancien logo : février 2021



OP de Comm en GD
OP de Comm en Trad



Mise en place OP communication GD

Logistique et déroulé :

Cf précédente comm comm : l'OP bien coordonnée imaginée en CA n'est pas faisable (vs délais stocks, mises en rayon et commandes par les enseignes non maîtrisés)

- 1) Création collerette et macarons
- 2) Achat groupé par les caves via un bon de commande (timing cible : SEDD début juin)
- 3) Charge à chaque cave d'informer ses commerciaux
- 4) Indicateurs : visuels en magasin, fréquentation site web sur la période SEDD
- 5) Chaque cave s'engage sur une OP macarons ou logo en facing ou collerette et on fait le point 2x par an (CA de juin et CA de décembre)
- 6) Quid de recontacter les enseignes pour informer OU faire un deal catalogue avec MEA dédiée ?

TOP 4 VDD en MP : CRF 2,9M cols (10 adhérents), ITM 1,2M cols (9), Casino 1M cols (8), Leclerc 0,9M cols (10),



Mise en place OP communication GD



Timings :

Validation créa le 15/01

Envoi du bon de commande le 17/01

Décliner le gabarit cave par cave dans le cas de pose automatisée (Jaillance)

Reco comm comm : généraliser stickers

Logique boîte à outils

Faire une option face libre

Impression par les caves



Mise en place d'une OP communication Trad

Macarons Vignerons Engagés pour la carte des vins

Et/ou leaflet ?



Rencontres VDD



VIGNERONS
de BUXY *et Bourgogne*

Save the date !

*7^{èmes} Rencontres
VDD*

-
26 & 27

mars 2020

Chez les Vignerons de Buxy
en Bourgogne





Communication

- Les Rencontres Vignerons Engagés ouvertes à tous les professionnels de la filière intéressés par le développement durable !

Seriez-vous OK pour communiquer sur l'évènement dans vos réseaux ?



Programme Rencontres VDD 2019

Jeudi 26 mars

- **Matin :**

- Plénière sur les actualités de l'association
- Conférence Parties Prenantes

- **Midi :** Dégustation brise-glace / Repas buffet sur l'Espace RSE (forme à réfléchir pour optimiser les échanges)

- **Après-midi**

- « Jeu » RSE (groupe A, B, C)
- Visite cave
- Visite vignoble : sentier d'interprétation Montagny. Fosse pédologique. Démo Vitibot



Programme Rencontres VDD 2020

Vendredi 27 mars

- **Matin : Ateliers thématiques**

- TR1 : pratiques DD au vignoble, témoignages de vignerons

- TR2 : pratiques DD en cave, témoignages de caves

- TR3 : pratiques DD en communication, témoignages de marketeurs/commerciaux

- TR4 : pratiques DD en gouvernance/RH

- **Midi :**

- Dégustation Vins de Buxy

- **Après-midi :**

- Atelier thématique – fin vers 15h30



Programme Rencontres VDD 2020

Ateliers thématiques : qui témoigne ?

Domaine	Thématique	Intervenant	Témoignages chez les VDD
Cave	Valorisation des déchets de cave (glassines, etc)	Les Valoristes bourguignons	
Transversal	Patrimoine, tourisme, économie : Comment valoriser les impacts positifs de la cave sur son territoire ?	Agence de Développement Touristique de Côte d'Or	
Vigne	Cépages résistants comme alternative au chimique	Isabelle Mejean CA26 ou Nathalie Gomain Fortain CA34	
Cave	Economies d'énergies et de ressources à la cave : comment faire mieux ?	Jean-Michel Desseigne IFV	
Vigne	Couverts végétaux et vie du sol	Pour Une Agriculture du Vivant	



Programme Rencontres VDD 2020

Ateliers thématiques : qui témoigne ?

Domaine	Thématique	Intervenant	Témoignages chez les VDD
Vigne / cave	Comment aller vers un vin sans résidus	Laboratoires Dubernet	
Marketing	L'emballage du futur ?	Adelphe ?	
Cave	Intrants œnologiques et DD	À définir Des propositions ?	
Vigne / cave	Agro-œnologie	SRDV	
Marketing	Communiquer sur sa démarche RSE et VDD : top 10 des bonnes pratiques	À définir Des propositions ?	



Prochaines dates Comm comm

DATES DES CONSEILS D'ADMINISTRATION

16 janvier à Paris

10 mars en visio 14h-17h

18 juin à Paris

8 octobre à Nîmes



OP Comm RP harmonisée



Opération de com RP nationale & spécialisée



Objectif : Mettre en place une opération de com au niveau label dans la presse nationale en 2020

Détails de l'action :

- Chiffrage d'une opération de communication presse spécialisée : Mon Viti, VS News, Vitishpère, Rayon Boissons, LSA Conso
- Définition et élaboration d'un calendrier et des contenus
- Harmonisation de l'action de com RP avec les agences des adhérents
- → Recherche volontaires

Calendrier prévisionnel



A définir

Budget



?