

# Comment organiser un événement ?

## ORGANISER UN ÉVÈNEMENT

### Pour promouvoir votre domaine par le biais :

- D'une nouveauté : une nouvelle cuvée, un nouveau produit œnologique (une randonnée qui aura lieu tous les mois d'avril à septembre, un atelier vendange, la nouvelle carte de votre table d'hôte, la rénovation du chai...).
- D'un rendez vous exceptionnel (le début du festival de jazz que vous organisez sur votre domaine, la pièce de théâtre qui aura lieu dans l'ancien chai tout l'été...).

**La cible : les meilleurs clients, la presse, le réseau du tourisme, les prospects.**

### LES 4 OBJECTIFS À SE FIXER AVANT DE COMMENCER :

#### ■ Objectif de vente

- Réaliser X € de Chiffre d'affaires
- Vendre X bouteilles

#### ■ Objectif de prospection.

- Identifier et rencontrer des prospects /nouveaux clients
- Faire venir X personnes

#### ■ Objectif d'image.

- Augmenter sa notoriété, renforcer son positionnement
- Obtenir X articles dans la presse

#### ■ Objectif de partenariat.

- Faire vivre des partenariats
- Rencontrer X membres des offices de tourisme, X restaurateurs, X hôteliers, etc.
- Présenter son projet auprès de X partenaires prospects.

### LE COMMUNIQUÉ DE PRESSE :

- Envoyé par mail ou par courrier à un journaliste identifié
- Une seule information par communiqué : soirée jazz dans le nouvel espace de réception, pas les dates des prochaines vendanges, ni le dernier vin créé
- Une page recto datée, comportant un titre simple, un chapeau qui résume l'information, un corps de texte qui détaille la soirée et les aménagements du nouvel espace
- Des phrases courtes et simples
- En fin de page, la personne à contacter pour plus d'informations.



## L'exemple d'une soirée concert jazz

Prétexte au lancement de la nouvelle salle de réception pour banquets et séminaires. Les invités seront accueillis dans la nouvelle salle, partageront un dîner, le vigneron fera servir les vins qu'il souhaite mettre en avant et vendre...

### Avant :

#### ■ J - 5 mois :

Bien penser son projet : ses points forts, son attrait. Se fixer un objectif concret et mesurable. Que doit savoir l'invité en repartant de la soirée ?

#### Planifier, créer une check-list "préparation de la manifestation".

- Prix de la soirée pour rentrer dans vos frais
- Liste des personnes à avoir absolument, des personnes à inviter (qui ne paieront pas!), se procurer adresses mail et postales si besoin...
- Faire la promotion de la soirée sur votre site web, précisant les modalités d'inscription ou la personne à contacter pour la réservation
- Réserver le jazz band!
- Estimer le nombre d'invités. Faire faire un devis par le traiteur
- Réserver le traiteur.

#### ■ J - 2 mois :

- Informer par un e-mailing
- Faire de belles affiches (attention à la quantité : 100 c'est largement suffisant) à apposer dans le caveau, à l'office du tourisme, dans votre réseau...

#### ■ J - 1 mois :

- Inviter à participer à la manifestation par un mailing papier
- Avertir la presse avec un communiqué de presse
- Faire le point sur le nombre d'inscrits, avertir le traiteur
- Inviter par téléphone les personnes les plus importantes
- Faire un document regroupant toute votre offre pour les séminaires et banquets.

#### ■ J - 1 semaine

- Envoyer un e-mailing de rappel.

### Pendant

- Partager ce moment : faites un discours de bienvenue, montrer vos bouteilles, faites goûter vos vins...
- Laisser le document de présentation de votre offre séminaires/banquets
- A la sortie, profitez-en pour proposer visuellement vos vins à la vente...

### Après

- Remercier par mail
- Évaluer les résultats : atteinte des objectifs et diagnostic ; bénéfice financier de l'action.

## Les implications sociales, fiscales et réglementaires à l'aide d'exemples concrets.

### Exemple n° 1

#### **Vous souhaitez proposer un accueil au domaine, une randonnée à cheval, puis une dégustation.**

**Au niveau fiscal :** l'entreprise est une exploitation agricole au bénéfice réel. Si les recettes liées à l'œnotourisme viennent à dépasser l'un des deux seuils suivants :

30 % de son chiffre d'affaires TTC ou 50 000 euros TTC, l'entreprise relèvera de l'impôt sur les bénéfices industriels et commerciaux, elle a un an pour réagir et se rapprocher des services fiscaux.

Plus d'informations auprès de votre fédération de Vignerons Indépendants ou de votre comptable.

**Assurance :** dans toute activité d'accueil il faut prévenir votre assurance de votre projet et se prémunir pour le moins d'une responsabilité civile qui vous couvrira en cas de blessure par un tiers sur votre exploitation.

**Licence :** validez la nécessité d'une licence de vente à emporter voire de débit de boisson à emporter auprès de votre mairie.

**A savoir :**

- La randonnée à cheval nécessite l'encadrement par une personne formée et diplômée ATE : Accompagnateur de Tourisme Équestre (renseignez-vous auprès de la Fédération Française d'Équitation).
- Lors de votre randonnée, vous passerez peut être sur des chemins appartenant à votre voisin... Prévenez-le et demandez-lui l'autorisation de passage!

### Exemple n° 2

#### **Vous souhaitez proposer un accueil au domaine, une visite de la propriété, une randonnée pédestre, puis une dégustation et un repas typique ou un casse-croûte.**

**Au niveau fiscal :** idem!

**Assurance :** en plus de la responsabilité civile, il faudra prendre une assurance en cas d'intoxication alimentaire.

**Licence :** validez la nécessité d'une licence de débit de boisson à consommer sur place auprès de votre mairie.

**Le conseil des Vignerons Indépendants :**

- Le repas typique chez le vigneron séduit beaucoup la clientèle touristique. Pour gagner du temps et être en phase avec la réglementation en matière de restauration, confiez plutôt ce genre de service à un traiteur.
- Nous vous conseillons également d'intégrer la démarche labélisée "bienvenue à la ferme" qui propose de vous encadrer sur différentes offres de restauration au domaine. Par exemple : les "auberges de campagne vigneronne", "l'apéritif fermier chez le vigneron", le "sac pique-nique" ou les "goûter casse-croûtes."

Cela ne changera en rien le côté terroir et authentique que recherche la clientèle, ces produits encadrés et bien rodés fonctionnent déjà dans plusieurs régions.

### Exemple n° 3

#### **Vous souhaitez organiser une journée vendanges avec casse-croûte et dégustation.**

**Au niveau fiscal :** idem!

**Assurance :** responsabilité civile + assurance en cas d'intoxication alimentaire.

**Au niveau social :** le coupage des baies par un visiteur doit faire l'objet d'une facturation, sinon ce travail doit être rémunéré, et être déclaré à la MSA (validez avec votre MSA locale).

#### **UNE TABLE D'HÔTE : C'EST QUOI ?**

*Dans le cadre d'un accueil en chambre d'hôtes, il est parfois possible de partager le repas de la famille (généralement le soir). Une participation financière est demandée et il s'agit d'un prix tout inclus. Tous les convives mangent autour de la même table dans la cuisine ou la salle à manger familiale avec les propriétaires.*

#### **LES CONSEILS DES VIGNERONS INDÉPENDANTS :**

##### **"Atelier vendanges"**

- *Facturez la prestation : le coupage des baies, la vente du sévateur utilisé et validez avec votre MSA locale.*
- *Réservez quelques rangs de vigne pour l'atelier.*
- *L'atelier "coupage des baies" ne doit pas durer plus de 30 min. Les touristes ne sont pas habitués à travailler dans les vignes... l'atelier doit rester un plaisir.*
- *Poursuivez l'atelier avec un calcul du taux de sucre, montrez les machines à vendanger, le fonctionnement des pressoirs, les différentes cuves et les différentes étapes s'y rapportant...*