

# Comment aménager le lieu de vente ?

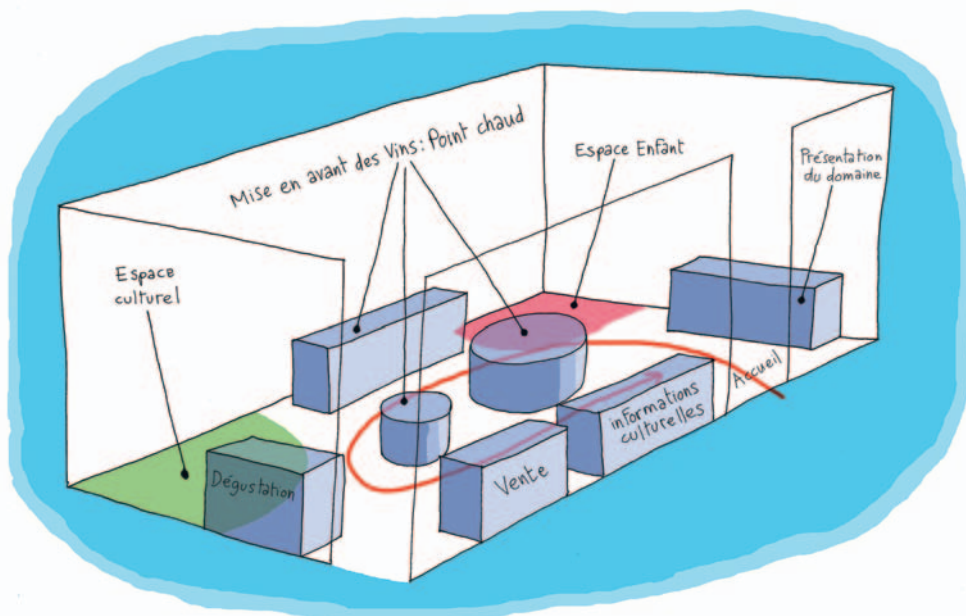
Chacun de vos produits œnotouristiques doit vous permettre de faire passer le visiteur par LE lieu de vente de vos vins.

Concernant la décoration, tout est une histoire de goût.

L'important est de garder une cohérence dans l'aménagement. Même style de mobilier. Attention, le moderne est parfois difficile à intégrer.

## A RETENIR :

- Tout doit servir la vente.
- Respecter le sens de circulation
- Une ambiance cohérente avec votre personnalité.
- Stimuler les 5 sens
- Bannissez le mélange des styles.



## Un sens de circulation à suivre :

### 1 - L'accueil

Un espace dégagé pour favoriser l'entrée

**2 - La présentation du domaine :** des photos, des brochures pour présenter l'histoire, la famille, le savoir-faire, etc.

### 3 - L'espace enfant

**4 - La mise en avant des vins et des produits :** ne pas hésiter à mettre en avant les points chauds\* pour valoriser des vins médaillés par exemple.

**5 - L'espace culturel :** le petit "plus" pédagogique qui permet de faire patienter les clients.

**6 - L'espace dégustation :** simple table ou comptoir, cet espace est réservé uniquement à la dégustation.

**7 - La vente :** tarifs, bons de commande et fiches de présentation du vin sont disponibles. Cet espace facilite la manutention des vins et le paiement.

**8 - Les informations culturelles :** la présentation du patrimoine, les autres activités culturelles, votre sélection de restaurants, d'hébergements.

## Lieu de ventes : stimulez les 5 sens de vos visiteurs

### La vue

- Soignez l'éclairage pour créer une ambiance
- Mettez du volume, des cartons, des bouteilles
- Accrochez le plan parcellaire, des photos des vignes, du chai...

### Le toucher

- Invitez les visiteurs à toucher les objets, vos bouteilles de vins. Laissez du vin à disposition dans plusieurs coins du lieu de vente : le visiteur doit pouvoir prendre la bouteille en main facilement sans avoir à vous demander. Évitez donc les armoires vitrées.

### L'ouïe

- Racontez une histoire, expliquez comment est élaboré le vin.

### L'odorat

- Faites sentir les arômes délicats de vos vins.

### Le goût

- Faites déguster... et apprenez à vos visiteurs à recracher!

## \*LES POINTS CHAUDS :

Endroits vers lesquels le visiteur est naturellement attiré :

- Point chaud "naturel" : lieu de passage obligé, place de l'entrée...
- Point chaud commercial : caisse, lieux d'exposition, meubles...

Ce sont donc des endroits à repérer et à utiliser pour mettre en avant vos vins à forte marge.

## Dispositions pratiques de l'accueil à la propriété, faites votre check-list!

### Les incontournables de l'accueil à la propriété :

#### À l'extérieur :

- Affichage des horaires et conditions de visites
- Cendrier
- Tarifs des vins commercialisés.

#### À l'intérieur :

- Caveau propre et rangé
- WC propres et en état à disposition de la clientèle
- Permanence assurée pendant les horaires d'ouverture
- Poubelle
- Bouteilles de vins présentées de façon soignée
- Crachoirs et affichage de messages de consommation responsable et modérée
- Accueil des visiteurs par le vigneron ou par une personne formée à la connaissance de la propriété et de ses vins
- Verres de dégustation propres (verres à pied) et en nombre suffisant
- Espace accueil pour les enfants
- Prix affichés
- Plan parcellaire de l'exploitation et des appellations
- Dégustation de vins à température idéale
- Fiches de présentation des vins (cf. focus ci-dessous)
- Information sur les hébergements, la restauration et les découvertes autour du domaine : votre réseau!
- Dossier présentant l'activité annuelle du vigneron
- Aide au chargement des vins
- Enregistrement des remarques des clients.

Source : "Charte Bienvenue chez le vigneron alsacien" et "Qualenvi - L'engagement durable des Vignerons Indépendants."

### La fiche de présentation d'un vin

La fiche de présentation d'un vin donne des renseignements qualitatifs sur chacun des vins disponibles à la vente. L'objectif est de susciter l'intérêt pour le produit comme on le fera dans un magasin ou chez le caviste!

#### 3 types d'informations :

- Descriptives pour identifier le vin (appellations, cépages, etc.)
- Valorisantes pour se démarquer de ses concurrents (médailles, références, etc.)
- Spécifiques pour faire de votre vin, un produit unique (caractéristiques gustatives).

#### Check-list

- Une photo de la bouteille ou de l'étiquette
- La description du terroir
- La dénomination du vin, la région
- L'analyse organoleptique
- Le cépage
- Les associations mets et vins
- Le millésime
- Les médailles ou récompenses obtenues (indiquez les références du concours).

#### Le choix de mots positifs est important :

*Un vin avec du corps est "puissant"*

*Un vin corsé est "généreux et racé"*

*Un vin fin est "élégant et délicat"*

*Un vin acide est "vif"*

Dans tous les cas, il ne sert à rien d'employer des termes trop techniques qui peuvent être répulsifs... Il s'agit avant tout de rendre le vin accessible et désirable.

#### LES CONSEILS DES VIGNERONS INDÉPENDANTS :

##### La fiche de présentation d'un vin :

Ce sont des explications voire même des conseils pour rassurer et conforter le consommateur dans son choix.

- Alors parlez simple! La fiche ne doit pas comporter trop de termes techniques.
- Donnez des idées d'accords mets et vin simples. Des recettes familiales simples et rapides à faire. Les français cuisinent de moins en moins ne l'oubliez pas!