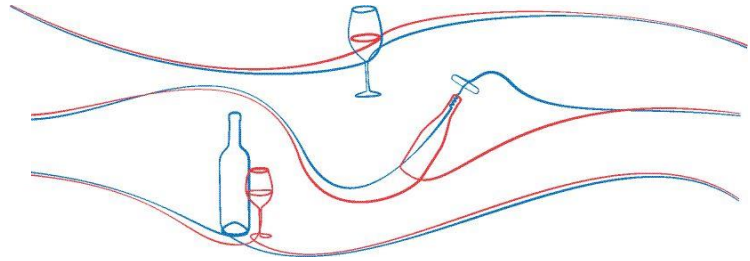




Des vins, des styles



Communiqué de presse

Bruxelles, juillet 2013

Actualité vins/web

Le road trip inédit « Vins de France » a conquis la toile européenne



Photos libres de droits disponibles en haute résolution via les coordonnées ci-dessous.

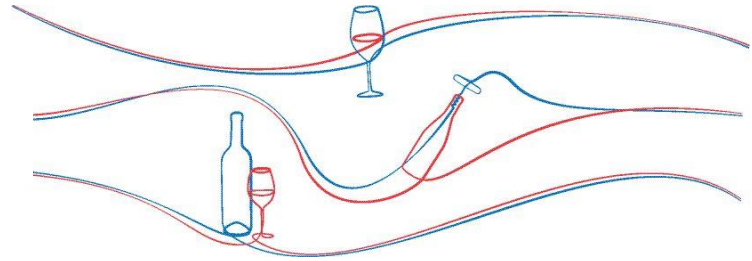
Service de presse :

c/o Sopexa Belgique (Vincent Bayer)

Tél : 02 456 11 84 – Mail : vincent.bayer@sopexa.com



Des vins, des styles



Communiqué de presse

Bruxelles, juillet 2013

Actualité vins/web

Le road trip inédit « Vins de France » a conquis la toile européenne

A chacun son style et ses vins de France : telle est la promesse des viticulteurs français « new generation ». Un message qu'ils souhaitent démontrer aux chroniqueurs vins du web européen, directement sur le terrain de leurs productions. Le concept : un « road trip » inédit à travers les vignobles de France, organisé du 25 mai au 2 juin 2013.

Résultats : plus de 50 000 visites sur le site Internet dédié au projet, plus de 1,5 millions d'affichages auprès de 105 000 tweetos, 24 000 interactions et 5 millions d'affichages sur Instagram, 4 500 interactions sur Facebook, 3 000 vues sur Vimeo... et 6 nouveaux leaders d'opinion devenus ambassadeurs des vins de France sur la toile européenne.

En 2012, le constat était clair : si les européens – et les Belges en particulier – apprécient le vin, ils en avaient un niveau de connaissances un peu confus, par manque de repères dans cet univers riche et complexe. C'est pourquoi **les vins français se présentent aujourd'hui sous des atours revisités et faciles d'accès: leur correspondance à un style**, de l'« authentique naturel » au « glamour chic », en passant par le « décontracté simple » et le « décalé fun ». Une clé d'entrée à la fois à la fois moderne, simple et en phase avec les attitudes de consommation d'aujourd'hui.

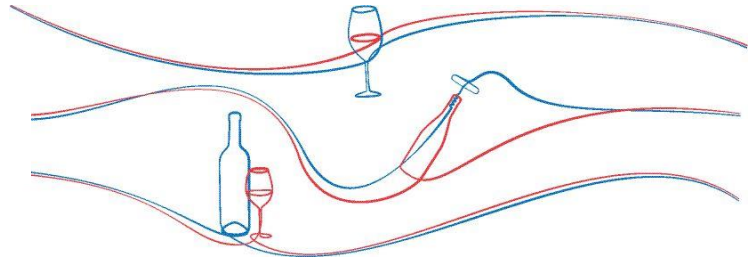
« Des vins, des styles » : toute la vérité

Mais du marketing au concret, il y a parfois un monde... Dès lors, qui de mieux que des chroniqueurs vins du web 2.0 pour témoigner, en toute objectivité, de l'actualité des productions viticoles françaises? Passionnés, indépendants et aux faites des partages d'informations dans la sphère du *Hub*, ils ont le meilleur profil pour transmettre les faits avec la plus grande crédibilité.

Pour peu, bien sûr, qu'ils soient directement confrontés au terrain. Un mot un geste, les vins de France ont fait le reste... Après un appel lancé en avril dernier, **6 fans de vins et fous de web de Russie, d'Allemagne, du Royaume-Uni, du Danemark, des Pays-Bas et de Belgique** ont été sélectionnés par FranceAgrimer pour participer à un Road Trip de 10 jours au cœur de la viticulture française d'aujourd'hui.



Des vins, des styles



Constitué de visites de vignobles, rencontres de viticulteurs et dégustations, le voyage était articulé autour de 4 grandes étapes, chacune assortie d'un focus sur un des quatre « styles de vins de France » en particulier. Afin d'offrir un panorama complet de tous les vins de France, chaque étape était jalonnée de dégustations de vins de plusieurs régions : Alsace, Lorraine, Champagne, Bourgogne, Bordeaux, Loire, Languedoc, Roussillon, Rhône, Provence, Jura, Savoie, Beaujolais, Corse, Sud-Ouest, Bergerac...

Un voyage inédit relayé sur la toile européenne



Le voyage fut organisé en car tout-terrain, avec une équipe technique professionnelle pour aider à la production de posts, vidéos, articles, compte-rendu, photos, interviews, etc. Pendant tout le voyage, chaque participant était invité à :

- animer le site www.roadtripinfrance.com avec du contenu adéquat dans la (les) langues(s) de son pays,

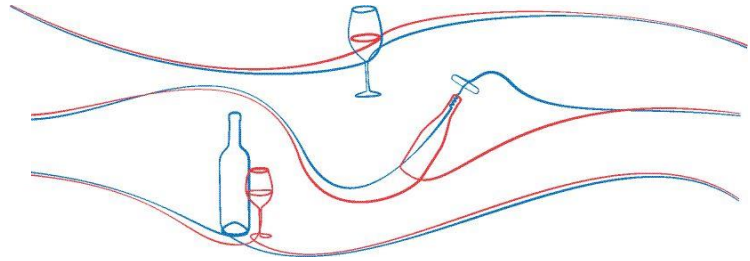
- publier sur son propre blog, compte Twitter, Facebook, Instagram, Vimeo, Youtube, etc.

- participer aux reportages vidéos du Road Trip en tant que correspondant-témoin de son pays ; une équipe audio-visuelle assurait les captations le jour et le montage des séquences la nuit, pour une diffusion « à chaud » des meilleurs moments tout au long des étapes. Une vidéo complète du Road Trip, agencée en 4 épisodes (chacun dominé par un style de vins), sera produite et diffusée à la rentrée, visible entre autres sur le site www.roadtripinfrance.com.





Des vins, des styles



Des résultats au top

Forts de leurs importants réseaux de contacts online et d'une activité rédactionnelle bouillonnante, les 6 baroudeurs européens ont généré des dizaines de milliers d'interactions sur Internet pendant toute la durée de leur road trip au cœur des vignobles français.

- **Instagram** est sans conteste le réseau social ayant battu tous les records de mobilisation sur le sujet : les 6 road-trippers y totalisaient pas moins de **60 000 abonnés** et y ont généré quelque **24 000 interactions** et plus de **5 millions d'affichages**.
- Vient ensuite **Twitter**, où les participants totalisaient plus de **23 000 abonnés** ; durant le voyage, ils y ont généré plus de **1,5 millions d'affichages** auprès de **105 000 utilisateurs**
- Sur **Facebook**, les road-trippers ont généré quelque **4 500 interactions** dans leurs réseaux d'amis qui totalisaient plus de **15 000 contacts**.
- Sur Youtube et Vimeo, les interviews des participants pendant le Road Trip ont affiché quelque **3 000 vues**.
- Tout ceci au départ de leurs propres canaux de communication et de la plateforme online spécialement dédiée au projet : le site Internet www.roadtripinfrance.com, qui totalisa près de **50 000 visites**.



Marc Roisin & Jens De Maere pour la Belgique

En Belgique en particulier,

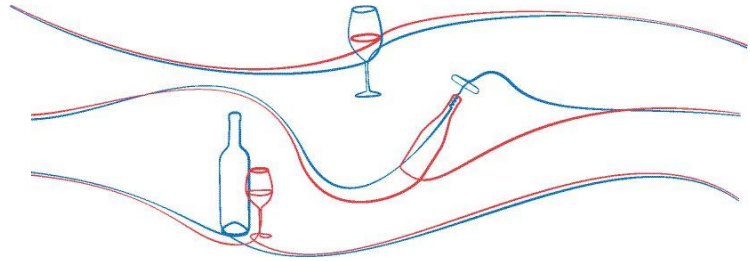
les blogueurs Marc Roisin (FR) et Jens De Maere (NL) ont produit

- sur **Facebook** : **103 publications** ayant généré quelque **1300 interactions** au départ de leur réseau de **2000 contacts**
- sur **Twitter** : **88 tweets** directement visibles par leurs quelque **2 300 followers**
- sur **Instagram** : la diffusion de **274 photos** directement visibles par leurs **624 abonnés**.

Tous deux connaisseurs passionnés de vins, leurs commentaires pendant le Road Trip traduisent une impression générale de modernité et de dynamisme de la viticulture française : « *Dans toutes les régions que nous avons visitées, nous avons constaté de l'innovation, du progrès et l'utilisation de nouvelles technologies. Résultat récurrent : une palette d'arômes hyper séduisante, qui a parlé à l'ensemble des participants au Road Trip* ».



Des vins, des styles



Ces premiers résultats sont provisoires : ils tiennent uniquement compte de la semaine du voyage (les jours précédant le road trip et la semaine qui s'en suivit ont aussi vu un important rayonnement du sujet sur la toile, et les discussions continuent encore aujourd'hui). De plus, une vidéo du Road Trip est actuellement en cours de montage : elle sera prochainement diffusée, entre autres, via les partenaires médias de l'action dans les 6 pays concernés.

Enfin, outre ces résultats qualitatifs sur le court terme, 6 jeunes leaders d'opinion en matière de vins sur les médias online sont devenus de nouveaux ambassadeurs à long terme des vins français auprès des nouvelles générations de consommateurs européens.

Ce projet est une initiative de FranceAgrimer, l'instance au service de la promotion des produits agricoles et de la mer français.