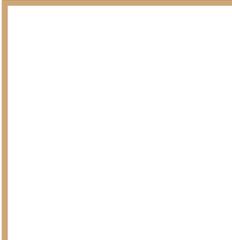


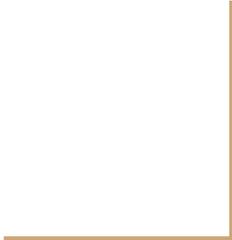


Saint-Émilion Tourisme

*Les enfants :*  
la clé d'une expérience familiale réussie  
dans votre structure



Pourquoi  
s'intéresser à la  
clientèle famille ?



# #1 Cette clientèle est déjà présente mais peut encore être développée

En Gironde, la typologie des “œnotouristes” est la suivante :

- 42% en couple
- 36% en famille
- 13% entre amis.

**Près d’un tiers des “œnotouristes” vient donc avec ses enfants !**

## **A NOTER**

Ce chiffre pourrait encore être amélioré. Les familles hésitent parfois à venir dans les domaines ou sites œnotouristiques craignant que leur enfants s’ennuient et d’être obligées de se dépêcher manquant ainsi de temps pour déguster – et acheter – les vins tranquillement.



## #2 Les enfants sont les prescripteurs de leurs parents

L'avis des enfants, cibles privilégiées du marketing, ne concerne pas seulement les produits qui leur sont destinés. Et les habitudes de consommation se prennent souvent dès le plus jeune âge.

Étude réalisée en 2003 par le CRIOC3 :

- pour les activités de loisirs : dès 7-6 ans, plus d'une activité sur deux est faite en fonction des demandes de l'enfant.
- pour les vacances, cela oscille de 31 % pour les 4-6 ans à 60 % pour les 11-12 ans.

L'enfant, pour les professionnels du marketing, assume donc un triple rôle :

- il est d'abord lui-même consommateur quand, grâce à son argent de poche, il peut s'acheter de petits objets ou des friandises.
- il est prescripteur
- et il intervient de plus en plus dans les achats des adultes.

### A NOTER

Les enfants qui viendront chez vous aujourd'hui seront potentiellement vos clients de demain. N'oublions jamais des souvenirs d'enfance dans le choix d'une destination vacances, d'un lieu où séjourner ou encore d'un vin à sélectionner pour une occasion spéciale.



Les bonnes  
pratiques à  
adopter en  
fonction de votre  
type d'activité



# #1 Propriétés viticoles

L'objectif premier en proposant des activités famille en propriétés viticoles est de montrer que **l'univers du vin n'est pas incompatible avec les enfants**. Pour cela :

- il sera important de rendre votre métier simple et accessible aux plus jeunes (*notamment par l'emploi d'un vocabulaire simplifié, utilisez des comparaisons pour expliquer les différentes étapes d'élaboration d'un vin...*)
- proposez aux parents et aux enfants des moyens d'appréhender toutes ces clés en fonction de leurs capacités (*jouez par exemple sur les différents sens de vos visiteurs*)
- prévoyez un petit espace dédié aux enfants dans votre salle de dégustation (*coin "lecture" avec des poufs et des BD par exemple, une petite table et de quoi faire des coloriages avec quelques feuilles de papier et des crayons ...*)
- n'hésitez pas à proposer des activités différentes aux parents et aux enfants durant la visite (*faites déguster du jus de fruits aux enfants pendant que les adultes dégustent votre vin, prévoyez des énigmes pour les plus jeunes durant votre visite plus traditionnelle ...*)
- faites participer les enfants notamment pour la dégustation avec le jus de raisin (*alternative : les sirops*). Sensibilisez-les aux cépages par exemple : blanc, rouge. Faites déguster un jus de raisin blanc les yeux fermés, faites-en deviner la couleur. Faites déguster des jus plus ou moins sucrés, une base pour la découverte du goût et aussi être un point de départ pour l'explication de la fermentation.



# #1 Propriétés viticoles

⇒ L'accueil des familles en propriétés viticoles peut se faire de plusieurs façons distinctes mais complémentaires :

- proposer une offre dédiée famille avec des visites créées spécialement pour cette cible
- intégrer un *parcours de visite alternatif* pour les enfants durant la visite traditionnelle des parents afin qu'ils s'intéressent à la visite par d'autres moyens (livret - jeu, atelier créatif..)
- proposer un parcours de visite traditionnel aux familles et pendant la dégustation, mettez en place un **atelier créatif**. Le but est de permettre aux parents de "profiter" pleinement de cette dégustation, d'occuper et aussi de créer un **souvenir commun parents-enfants**. Restez dans la thématique en proposant par exemple la réalisation d'une étiquette personnalisée que les enfants pourront ensuite coller sur une bouteille de jus de raisin. Demander leur de nommer une cuvée ...

⇒ De nombreuses possibilités s'offrent à vous pour favoriser l'accueil des familles en propriétés viticoles et peuvent être mises en place avec peu d'investissement !



## #2 Restaurants

Pour un accueil famille réussi au restaurant, plusieurs points sont à anticiper :

- proposer à minima un menu enfant
- pouvoir mettre à disposition des chaises hautes pour les plus petits ou un réhausseur de siège

En complément, des petits plus seront souvent très appréciés par les familles peuvent aussi être envisagés :

- un espace pour que les plus jeunes puissent s’amuser / prendre l’air
- des jeux ou idées de jeux pour occuper les enfants (*crayons de couleurs et feuilles de papier à disposition, photo du restaurant en noir et blanc à colorier, listes de jeux à faire à table type “pendu”, “baccalauréat” ...*)
- un petit “plus” pour ceux qui finiront leurs assiettes

⇒ La mise en place de ces points a non seulement pour but d’**encourager les familles à venir se restaurer chez vous** mais aussi de vous **éviter toutes remarques provenant d’autres clients** présents dans le restaurant.



## #3 Hébergements

Les hébergements, notamment locatifs, accueillent très souvent des clientèles familiales pendant les périodes de vacances scolaires. A cet effet, certains services sont à prévoir pour faciliter leur venue :

- proposer des équipements adaptés pour les enfants (*lit bébé, chaises hautes*) **ET** préciser clairement quels équipements ne sont pas présents sur place
- indiquer si des jeux de société ou des équipements extérieurs sont à disposition pour les plus jeunes
- décrire les proches abords de votre hébergement (*forêt ou prairie à proximité immédiate, attention route passante non loin ...*).
- proposer des suggestions d'activités ou de visites adaptées aux familles et à proximité de votre structure à la fois payantes et gratuites (*exemple : les aires de pique-niques à proximité*)
- lister les lieux "d'urgence" de proximité types pharmacie, médecin, hôpital ...

⇒ En précisant ces informations sur votre site de réservation (ou ceux de vos revendeurs), vous **limitez les questions des parents** et de nombreux appels ou échanges e-mails en amont du séjour.



## #4 Loisirs

Nombreux sont les prestataires dans les zones touristiques à proposer des activités de loisirs pour les familles. Il n'est cependant pas toujours facile de s'y retrouver alors voici quelques conseils pour faciliter le travail des parents :

- indiquer les tarifs par tranche d'âge, les gratuités s'il y en a ou si vous proposez un tarif famille
- préciser clairement la durée de l'activité (*le temps d'attention de chaque enfant est différent et seuls les parents sauront trancher si leur enfant est en capacité de rester concentré assez longtemps*)
- préciser les compétences requises pour suivre l'activité (*savoir lire, compter, connaître par exemple les jours de la semaine, savoir manger tout seul ...*)
- préciser les conditions de visites ou d'activités (*si les enfants devront rester debout pendant toute la durée de l'activité, s'il y a de la marche à pied, si des espaces permettront aux plus jeunes de s'asseoir régulièrement, intérieur / extérieur, eau à disposition des plus jeunes en cas de fortes chaleurs*)

⇒ Enfin de façon très pratique, pensez à **proposer une pause toilettes avant même le début de votre visite ou activité**. Cela vous évitera probablement quelques interruptions pendant celle-ci.



Des idées venues  
“d’ailleurs”  
à adapter en  
Saint-Émilionnais

- *spécial propriétés viticoles* -



## #1 Éveil des sens à Viavino

C'est au coeur du Pays de Lunel que **Viavino** a été conçu pour recevoir tout type de public, du plus novice au plus connaisseur. La dimension ludique est omniprésente :

- visites pédagogiques
- cartes postales sillonnant le jardin aromatique
- écrans tactiles et quizz
- un espace de récréation aux allures de taureau permettant de stimuler l'imagination et de recréer une atmosphère camarguaise
- ateliers éveil des sens dédiés à la découverte de la culture du vin et de la vigne

Ces instants ludiques seront l'occasion de faire connaître aux enfants toute la richesse des fruits locaux à travers de nouvelles sensations gustatives et olfactives : découverte de la vigne et des cépages, reconnaissance des arômes et senteurs, atelier du goût autour du raisin et dégustation de jus de raisin.

[Découvrir Viavino >](#)



## #2 Malbelle, la coccinelle par “Esprit Lot”

La destination Lot Tourisme a choisi en septembre 2016 d’engager ses partenaires viticoles dans une démarche commune d’accueil des familles en propriétés viticoles par le projet **“Malbelle, la coccinelle”**.

L’idée ici a été de créer un livret - jeu commun à toutes les structures afin de de permettre aux jeunes visiteurs d’appréhender autrement l’univers du vin : devinettes, rébus, dessin à colorier ...

Ce projet mené à l’échelle de la destination Lot Tourisme avait un double objectif :

- développer l’accueil des familles au sein des propriétés viticoles grâce à un outil commun
- dédramatiser l’image du vin auprès des familles et faire du vignobles une destination “famille”.

[Découvrir le projet “Malbelle, la coccinelle” >](#)



## #3 Le Hameau Duboeuf, un parc à thème autour du vin

Dans le village de Romanèche-Thorins en Beaujolais, **Le Hameau Duboeuf** permet de découvrir, le temps d'une journée, tout l'univers de la vigne et du vin.

- **le musée** : 2000 ans de métiers de la vigne sont racontés dans ce musée avec plus de 3000 objets exposés. Dans une autre salle, des automates, jeux, hologrammes, vidéos et des animations interactives.
- **la Gare du vin** : cette gare héberge une exposition sur le transport du vin par les rails, des circuits miniatures ont été reproduits et une collection de lanternes de trains devrait ravir les amateurs.
- **Ciné'up** : à bord de ces nacelles animées au rythme des images projetées sur deux écrans géants, les visiteurs vont découvrir la beauté des paysages du Beaujolais et du Mâconnais, en suivant deux abeilles, dans une aventure mouvementée.
- **Rosalies** : découvrez la balade en rosalies à travers les vignes et jardins. Pour les petits visiteurs dès 3 ans après l'Adventure Golf, ils pourront chevaucher les « sulkys » et participer au « Jeu de piste des Girouettes magiques ».

Pour les plus grands, le centre de vinification : dans le calme des chais, parmi les 150 cuves en inox, les visiteurs comprennent de manière à la fois ludique et scientifique les process de vinification.

[Découvrir Le Hameau Duboeuf >](#)



## #4 Vos voisins, meilleures sources d'inspiration

Il n'est souvent pas nécessaire d'aller chercher à l'autre bout du monde des idées originales ou tout simplement pertinentes pour accueillir les clientèles familiales.

Dans le bordelais, de nombreuses initiatives existent déjà et pourront vous inspirer pour développer un accueil famille propre à votre structure :

- Jeu de pistes
- Parcours ludique dans les vignes
- Escape Game
- Balade en vélo, trottinette, segway ...
- Visite faisant jouer les 5 sens

### ATTENTION

Il ne s'agit pas ici de copier - coller la bonne idée du voisin dans votre propre propriété viticole. Chaque structure a sa particularité et vous devez vous en servir pour vous démarquer !





Des idées pour  
développer  
votre accueil  
“famille”



# #1 Identifiez les besoins propre à cette clientèle

Vos structures accueillent des familles tout au long de l'année. Profitez-en pour connaître les attentes spécifiques de vos visiteurs en tant que cible "familiale".

Construisez un **rapide questionnaire** leur permettant de :

- donner leur avis sur vos prestations existantes
- vous faire part de leurs attentes sur des aspects précis
- vous donner des idées complémentaires.

⇒ Cela vous permettra d'identifier des pistes de réflexions, d'aménagement et de développement pour l'année suivante.

## IMPORTANT

Pensez à **tester vos idées** auprès de votre clientèle cible avant de les mettre en place auprès du grand public. Vous avez tous dans votre entourage des amis, de la famille qui seront ravis de servir de cobaye ... et qui oseront vous dire en toute franchise ce qu'ils pensent des vos aménagements.



## #2 Mettez en place des partenariats “famille”

En complément de votre offre spécifiquement créée pour les familles, il est intéressant de leur proposer des expériences complémentaires également orientées famille :

- des restaurants en capacité d’accueillir toute la famille (chaise haute, menu enfant ...)
- des hébergements adaptés aux familles (espace extérieur, lit bébé ou lit individuel pour les enfants, chaise haute ...)
- des activités de loisirs accessible en famille et à partir de tout âge (tarification spéciale enfant ...)
- des propriétés viticoles aux visites spéciales familles (activités 5 sens, jeux dans le vignoble ...)

⇒ Ainsi, vous pourrez en plus de l’accueil fournir un **conseil éclairé** à votre clientèle familiale et lui faire gagner un temps précieux en terme de recherche. Vos **recommandations** sont très souvent plus pris en compte par les touristes que les simples présentations que nous mettons sur nos sites internet respectifs.

⇒ Cela peut se traduire par une mise en avant sur votre site internet, la création d’un livret “famille” avec les différents contacts de vos partenaires “famille” etc ...



## #3 Communiquez sur votre approche “famille”

Le bouche à oreille se fait rapidement entre famille - que l'accueil soit au top ou à revoir.

N'oubliez pas de communiquer spécifiquement auprès des cibles familiales afin de leur faire connaître votre offre - notamment au moment de la mise en place de celle-ci :

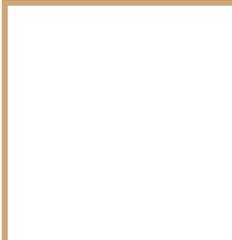
- rapprochez-vous de vos partenaires (institutionnels, partenaires aux activités connexes ...)
- identifiez des réseaux “famille” (réseaux sociaux, magazines locaux ...)
- pensez au réseau local (réseau école, bibliothèque et médiathèque, médecins ...)

⇒ Plus vous diversifierez vos réseaux de communication, plus votre cible sera en mesure de “rencontrer” votre offre et de vous associer à une structure adaptée à l'accueil “famille”.

### **ATTENTION**

Il est important de communiquer sur votre offre une fois que celle-ci est créée, testée et construite (visuel, texte, tarifications ...). Vos visiteurs sont à la recherche d'éléments concrets et rassurants pour envisager leur venue.





Tous à vos  
questions !

- *nous sommes là pour  
y répondre* -

