



Promotion des vins du Sud-Ouest aux États- Unis – année 2021

Campagne financée avec le Concours de
France Agrimer



WINE ENTHUSIAST
Un partenaire historique des vins
du Sud-ouest
depuis 2014

Un Programme Tasting/Rating

- Dans le but d'éduquer et convaincre les cibles trade stratégiques par le biais d'un media prescripteurs/partenaires experts, Wine Enthusiast grâce à un dispositif spécifique aux Vins du Sud Ouest.
- A destination des cavistes, distributeurs, grossistes, hôtels, restaurants, catering groups, sommeliers, journalistes, consommateurs amateurs
- Enthusiast dégustera et notera 50 vins Sud Ouest disponibles aux États-Unis. Les importateurs et producteurs seront responsables d'envoyer les échantillons à Wine Enthusiast.
- Une sélection de vins parmi les notes, seront mis en avant via 3 pages de publi-redactionnels (selections faites avec IVSO)

RESULTATS

3 pages publi-redactionnelle avec le résultat des ratings (edition: Octobre)

940,000 impressions



Une dégustation digitale exclusive par Roger Voss

- Au centre du dispositif : un webinar panel (on line) animée par Roger Voss, European Editor de Wine Enthusiast à New York + participation de 2-3 producteurs de la région pour parler de la région et de ses caractéristiques
- Promotion additionnelle via un plan promotionnel sur le site du magazine winemag.com dont:
 - Une landing page avec présentation des participants et possibilités de showcase 6 à 8 vins. Après l'évènement, l'enregistrement du webinar Panel sera disponible sur cette landing page et resta live
 - Une série d'email blast pour recruter
 - Series de bannières sur winemag.com pour 2 semaines (parlant du webinar WE + IVSO)
 - 2 facebook posts
 - 2 tweets
 - Amplification avec boosts
 - Bannière sur winemag.com pour 1 mois

RESULTATS

100-120 participants Trade (+ consommateurs)





A PROPOS DE WINE ENTHUSIAST

Fondé en 1988 par Adam et Sybil Strum, Wine Enthusiast Magazine est un magazine pour consommateurs spécialisé sur le vin et spiritueux. Dans chaque numéro sont présentés plus d'une centaines de wine reviews, les dernières tendances et des recommandations de destinations voyage et art culinaire.

Entre le magazine et ses plateformes digitales, Wine Enthusiast touche plus de 4.5 million de consommateurs.

Magazine :

Audience : 940K + lecteurs
Diffusion Print et Web : 253K

13 numéros par an

Digital :

Page vue mensuel : 2.1 Million
Nombre moyen de visiteurs mensuel : 1 M

Social Media : 859K

Facebook : 305K
Twitter : 214 K
Instagram : 295K
Pinterest : 20K
LinkedIn 25K

Wine & Spirits



Wine & Spirits

WINE & SPIRITS
Partenariat depuis 2019

UN PROGRAMME TASTING/RATING

Éduquer et convaincre les cibles Trade stratégiques par le biais d'un autre média prescripteurs/partenaires experts, dans le cadre d'un dispositif spécifique aux Vins du Sud-Ouest.

Wine & Spirits dégustera et notera au minimum 80 vins Sud-Ouest disponibles aux États-Unis au cours de la première partie de l'année. Les notes seront publiées dans le magazine.

Afin de promouvoir ces ratings, trois publicités seront publiées à trois différents temps dans l'année en plus de promotion sur les réseaux sociaux.

RESULTATS

Section print présentant les résultats du tasting Sud-Ouest

Tiré à plus de 82 600 exemplaires



134 EXCEPTIONAL CHARDONNAYS

Wine & Spirits

BEST
NEW

SOMMERS



PLUS

SF50

*Where to eat
& drink now in
the Bay Area*

Wine & Spirits

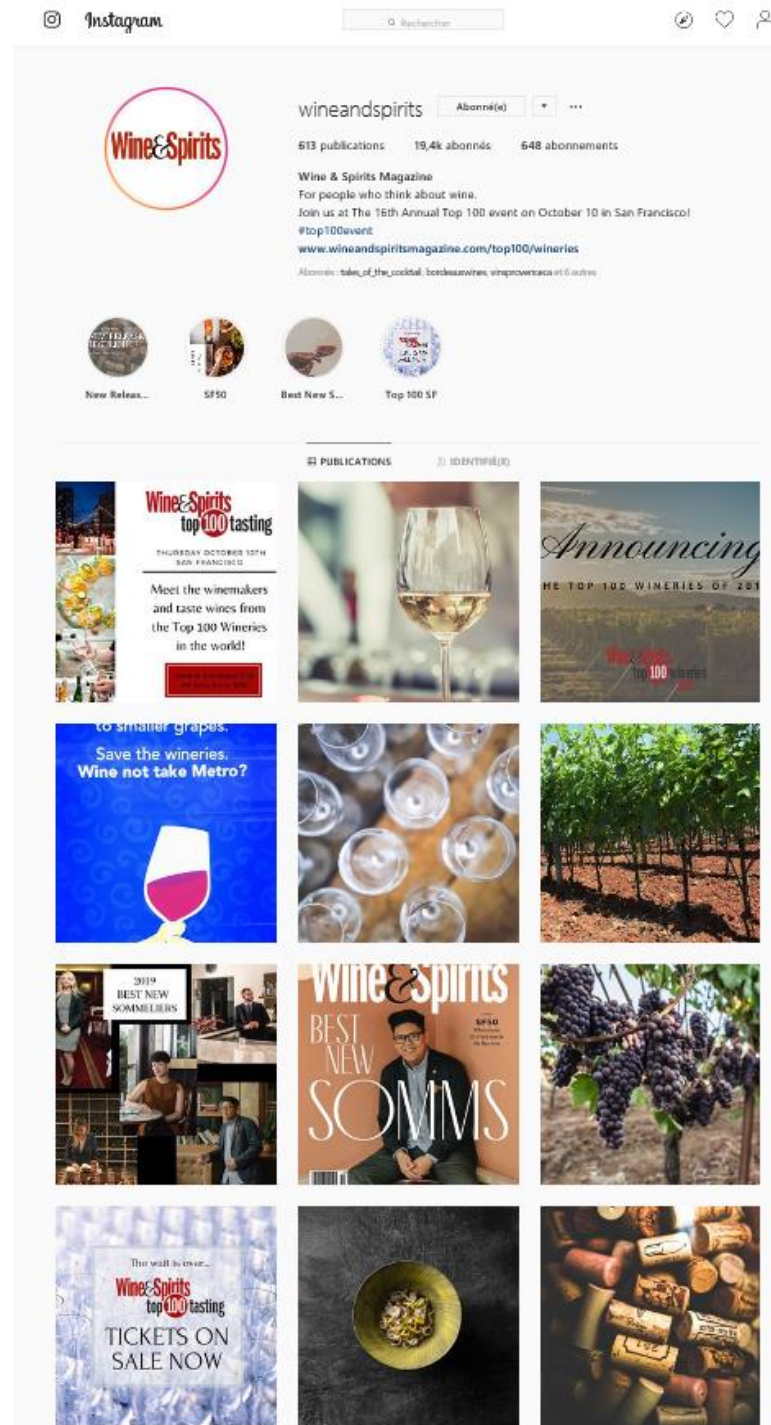
VIGNOBLES DU
SUD-OUEST
FRANCE

UNE CAMPAGNE DE PLACEMENT PUBLICITAIRE POUR ACCROÎTRE LA VISIBILITÉ DE LA MARQUE SUD-OUEST FRANCE

- 1/3 de page (Verticale)
- 1/3 de page (Rectangulaire)
- 1 page

Dans les parutions de Juin, Aout et Octobre avec un focus "Year's Best Southwest France" pour l'édition d'Octobre.





UN RELAIS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX POUR DÉCOUPLER L'IMPACT

- Trois 'stories' dédiées sur le compte Instagram de Wine & Spirits [@WineandSpirits](https://www.instagram.com/WineandSpirits) (19 500 abonnés)
 - 30 jours
 - 3 éditions: Avril, "Tasting" et Octobre
 - Verbatims des sommeliers au sujet des vins dégustés
 - Contenu qualitatif et éducatif
 - Chaque contenu intégrera un lien pour rediriger vers la page officielle du site Sud-Ouest en plus de ses réseaux sociaux

30th ANNUAL RESTAURANT POLL

Wine & Spirits

TOP
50
WINES
IN AMERICA'S BEST
RESTAURANTS



Wine & Spirits

VIGNOBLES DU
SUD-OUEST
FRANCE

À PROPOS DE WINE & SPIRITS

Wine & Spirits est l'une des publications préférées des sommeliers, producteurs, journalistes et consommateurs-collectionneurs. Ce magazine influence les discussions autour du vin aux US depuis plus de 37 ans. Son équipe comprend des critiques, journalistes, sommeliers, chefs, producteurs et designers.

Magazine :

Numéros: Six par année plus une édition spéciale

Distribution print : 82 614 lecteurs

Profil des lecteurs:

Revenu médian: \$125,000

Âge médian: 49 ans

Hommes/ Femmes: 73%/ 27%

Réseaux sociaux:

Instagram : 19 500 abonnés



 **SevenFifty**

SEVENFIFTY

**La ressource des acheteurs du
retail et de la restauration**

PARTNERSHIP
written by
SevenFifty Daily Editors
published
December 21, 2017

SHARE



Sommeliers Select 10 Top Bottles From Southwest France

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam.



Photo Courtesy of Vines of Southwest France.

This advertising content was produced in collaboration with SevenFifty and our sponsor; it does not necessarily reflect the views of SevenFifty Daily's editorial team. For more information, please refer to our ethics guidelines.

By now, most French wine regions are familiar and well trodden. But there's an up-and-coming area that's taken the retail and restaurant worlds by surprise for its wines of superior value, finesse, affordability, and food friendliness. That area—Southwest France—was just crowned the 2017 Wine Region of the Year by *Wine Enthusiast* magazine for its exceptional wines and its innovative vision and commitment to sustainable excellence.

The vignerons of Southwest France are at the forefront of the modern winemaking movement, using viticultural techniques that are focused on sustainability. In the winery, innovative fermentation practices are used to emphasize fruit-forwardness in previously tough red wines, enabling them to be enjoyed young. Some winemakers are studying the

Sponsored Feature

LA CAUTION DES SOMMELIERS ET UN RÉFÉRENCIEMENT SUR LA PLATEFORME

- Organisation d'une dégustation dans les locaux de SevenFifty avec trois sommeliers de New York.
- « *Sommeliers Select 10 Top Bottles From Southwest France* » : Publication des résultats via un **article dédié** sur SevenFifty Daily avec les commentaires des sommeliers sur les vins et la région, ainsi que des recommandations d'accords mets et vins.
- Référencement sur le site (Product list) :

Tous les vins de la dégustation seront présentés dans une **liste Sevenfifty** qui encouragera les acheteurs à découvrir les produits et à les ajouter à leur portefeuille. La liste sera promue par l'intermédiaire de la plateforme, de la diffusion d'une newsletter et d'un article sponsorisé avec lien redirigeant vers le listing.

Southwest Wines of France Promotional List

This is an example of a promotional SevenFifty list. We can have your selected sommelier select any wines to list here which will be visible to anyone with the link. When a buyer clicks the link they will see the local distributor info, pricing, and be able to add to an order request to their distributor sales rep. If a buyer views the list from a market where your distributor does not work with SevenFifty the buyer will still see the product info and add to an order, just not see the distributor name and pricing.

You can also customize any of the text underneath the products or in the header to provide educational and marketing messaging.

	Causse Marimes, Gaillac, Rouge Peyrouzelles (2018) - 750 mL x 12	1	\$27.00	\$254.00
	The Same Importer: VINCIGRAPHY ✓	36 (3)	\$16.15	\$189.80
	Wine - Still - Red	60 (5)	\$15.30	\$183.60
	Southwest France, France			

Group Varieties: Syrah, Duran, Bressac
Average age of vines: 35 years old
Vintification: Grapes are hand harvested. Vinified and aged in cement tank for 12 months.

Message rep Cases 0 \$/case Add Mo

	Champ d'Orphée, Champ d'Orphée (2017) - 750 mL x 12	1	\$16.80	\$201.60
	Selection Mosaic: VINCIGRAPHY ✓	36 (3)	\$16.60	\$193.00
	Wine - Still - Red	60 (5)	\$15.17	\$182.00
	Southwest France, France			

Put your custom text here!

Message rep Cases 0 \$/case Add Mo

	Château Richard, Bergerac, Rouge Naturel (2018) - 750 mL x 12	1	\$13.33	\$159.96
	Shivrick Imports: VINCIGRAPHY ✓	24 (2)	\$16.75	\$129.00
	Wine - Still - Red	36 (3)	\$10.17	\$122.90
	Southwest France, France			

Located in the heart of legendary Roussillon, the domaine de Blanes is located in the commune of Pailla de la Rivière, close to Spain. Originally, the estate is run by Jean Pierre and Rose Marie Barles who founded the winery in 1968. In 2006, their daughter, Marie Pierre took a part of the familial domaine and handles 28 acres of the Catalane Cergnon.

Message rep Cases 0 \$/case Add Mo

	Château Tour des Gendres, Côtes de Bergerac, La Gloire de mon Père (2014) - 750 mL x 12	1	\$14.50	\$174.00
	Mattina's Wines - Standard: VINCIGRAPHY ✓	24 (2)	\$15.33	\$159.96
	Wine - Still - Red	36 (3)	\$12.66	\$151.92
	Southwest France, France			

On some of the most beautiful land in southwest France, Château Tour des Gendres sits in the appellation of Bergerac. This centuries-old stronghold of classic French food and wine culture is located on the bank of the Dordogne River, 10 minutes drive east of Bordeaux.

The de Cost family has run the farm here since the early 1900s, but only in 1986 did Luc de Cost and his brother, Jean, decide to plant the vineyard and embark on a new adventure of viticulture and winemaking. In 1996, they became the first in the region to move away from pesticides and chemicals and turn to 100 percent organic farming. The property is planted with Sauvignon, Sémillon and Muscadelle for whites, and Cabernet Sauvignon, Merlot and Malbec for reds. The de Cost family produces two delicious entry-level wines: Tour des Gendres Classique Blanc and La Gloire de Mon Père red, both recognized as classic wines for the region. Along with the iconic cuvées of Moulin des Dames and Anthologie, these wines reflect the experience and passion of the de Cost family, as well as the rugged charm of their singular terroir.

Message rep Cases 0 \$/case Add Mo

	Château du Cèdre, Cahors Malbec Cèdre Héritage (2016) - 750 mL x 12	1	\$10.00	\$120.00
	Mattina's Wines - Essential: VINCIGRAPHY ✓	36 (3)	\$10.00	\$120.00
	Wine - Still - Red	60 (5)	\$5.50	\$114.00
	Southwest France, France	120 (10)	\$9.50	\$108.00

Pascal Verhaeghe and his brother, Jean-Marc, bring a welcome refinement to the wines of picturesque Cahors, located about an hour and a half east of Bordeaux. Their father began making wines at Château du Cèdre in the 1970s, and the fun-loving sons took over in the 1990s, banning all herbicides and chemicals, and adopting a domaine wine way. "None brewed, experience new ways." Cahors wines are made predominantly from Malbec, and known for being powerful, rich and dark. Pascal and Jean-Marc built on these semi-dry wine qualities to produce wines that are very polished and remarkably balanced. These wines are quite approachable when young, but they do age exceptionally well. The estate's signature cedar tree also gives the labels of their Cahors wines. The well-priced reds and whites are a great introduction to the wines of southwest France.

Message rep Cases 0 \$/case Add Mo

Product List

UNE FORCE DE FRAPPE DÉMULTIPLIÉE

SevenFifty Buyer Platform



Homepage Ads

Social Promotion



Targeted Facebook Ads



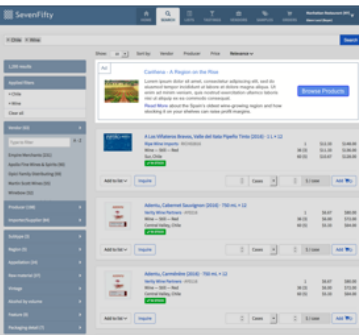
Sponsored Instagram Posts

Newsletter Promotion



Daily Dispatch

Buyer Newsletter



Search Ads

- Promotional Package - 285 000 impressions

À PROPOS DE SEVENFIFTY **DAILY**

Fondé en 2012, SevenFifty Daily est une publication média en ligne sur l'industrie des vins et spiritueux, axé sur le vin. Elle atteint environ 150 000 professionnels du vin sur sa plateforme.



Publication nationale
150 000 professionnels du trade
75 000+ acheteurs



20 millions de recherches sur le vin par an
\$8B en pouvoir d'achat



Répartition du lectorat:
Acheteurs(59%), Distributeurs (20%),
Autres (10%), Fournisseurs (8%),
Média/Industrie (3%)





SevenFifty Daily

Social Following

-  15K followers
-  23K followers
-  3K followers

Monthly Users

- 80,000+ unique visitors
- 10-15% monthly audience growth

Readership Breakdown

- Buyer (59%)
- Distributor (20%)
- Other (10%)
- Supplier (8%)
- Media/Industry (3%)

SevenFifty

Registered Users

- 80,000+ buyers
- 50,000+ suppliers and distributors

Buyers: Top 5 States

- New York 12,000+
- Georgia 6,500+
- Florida 6,500+
- Colorado 6,500+
- Texas 6,000+



BUREAU DE PRESSE

OBJECTIFS

- **Introduire le nouveau positionnement** Sud-Ouest à une cible presse spécialisée
- **Diversifier les moments de communication** auprès des grands médias spécialisés (Wine Enthusiast, Wine Advocate, Wine Spectator et Wine & Spirits) en ciblant leurs équipes rédactionnelles
- Encourager une **couverture médiatique soutenue** en continu sur l'année

CIBLE

- Médias et influenceurs spécialisés

DÉTAILS DE L'ACTIVITÉ

- Mettre à jour le **dossier de presse** produit, en élaborant sur le nouveau positionnement de la région
- Rédiger un **communiqué de presse** annonçant le nouveau branding, en plus de trois pitches saisonniers
- Envoi d'échantillons lors de **quatre vagues de mailings**
- Veille de presse et reporting

RÉSULTATS ATTENDUS

- **450+ journalistes et blogueurs** directement touchés
- **6-8 articles** de presse



GESTION DES COMMUNAUTÉS

OBJECTIFS

- **Renforcer nos liens** avec la **communauté** de sommeliers et de prescripteurs
- **Promouvoir** nos évènements et nombreux partenariats médias sur les réseaux sociaux
- **Animer la conversation** autour de la découverte de nouveaux cépages en utilisant des producteurs iconiques comme porte d'entrée

CIBLES

- Les **sommeliers et autres prescripteurs Nouvelle Génération**
- **Consommateurs** Milléniaux et Génération X présents en ligne

DÉTAIL DE L'ACTIVITÉ

- Création mensuelle de 12 calendriers de contenu
 - **Facebook**: 6-8 publications chaque mois, en incorporant une sélection diverse de contenu
 - **Instagram**: 8-10 publications permanentes chaque mois, avec un focus sur les Instagram Stories (2-4 chaque mois)
 - Création de 3 ou 4 infographies
- Gestion de la communauté au jour le jour
- KPIS :
 - 2% engagement sur les plateformes (le medium de l'industrie étant 1%)
 - +4000-5000 followers pour les plateformes
 - 600K impressions

NOTRE DÉMARCHE

Au quotidien:

- Répondre aux commentaires, mentions j'aime, partages, tags et mentions
- Surveiller les onglets « accueil » et « découvrir » pour suivre les **tendances du marché**

Hebdomadaire:

- Créer, surveiller et **optimiser les campagnes promotionnelles**
- Trouver **des articles pertinents** et chercher du contenu généré par les utilisateurs qui pourrait être intégré à nos calendriers

Mensuelle:

- Création d'un **calendrier de contenu**
- **Programmation du contenu**, en identifiant le moment idéal pour publier

