

Vignerons et réseaux sociaux : une question d'affinités avant tout

La présence des vignerons de Champagne sur les réseaux sociaux tels que Facebook ou Twitter n'est, à présent, ni un phénomène isolé réservé aux «geeks», ni un rite de passage ancré dans les mœurs. Nous avons interrogé quelques producteurs habitués de la communication en ligne.

En matière de réseaux sociaux, Christine Scher-Sévilano, secrétaire générale des Vignerons Indépendants de Champagne, n'est pas une débutante. Récoltante-manipulante à Vincelles avec son mari Vincent, elle utilise un groupe Facebook pour communiquer avec ses clients et les aficionados de la marque Piot-Sévilano. «Avec mon époux, nous sommes arrivés sur les réseaux sociaux dès 2006 pour garder le contact avec nos amis. Le groupe Piot-Sévilano, qui compte actuellement 430 membres, est arrivé quelques mois plus tard : à l'époque, les pages n'existaient pas encore», rappelle Christine Scher-Sévilano. Une page au nom de l'exploitation a finalement été revendiquée par le couple de vignerons, alors qu'elle avait été créée de manière automatique par les visiteurs qui publiaient sur Facebook leur présence au domaine.

La productrice, en alternance avec son mari, «poste de manière quasi quotidienne, à 90 % depuis un smartphone». Twitter, Instagram et Youtube (plus de 580 abonnés au total) ont suivi, afin de varier les formes de narration (micro-blogging, photos, vidéos). Tout cela est complété par un relais d'information avec un tout nouveau site web, qui vient d'entrer dans sa troisième version.

Une communication de longue haleine, d'autant que Christine ne ménage pas sa peine auprès des groupements de producteurs dont elle chapeaute la communication externe : Ladies Bubbles, Vignerons Indépendants de Champagne, Champagne Terroirs etc., Cercle des champagnes confidentiels, et bien sûr Piot-Sévilano.

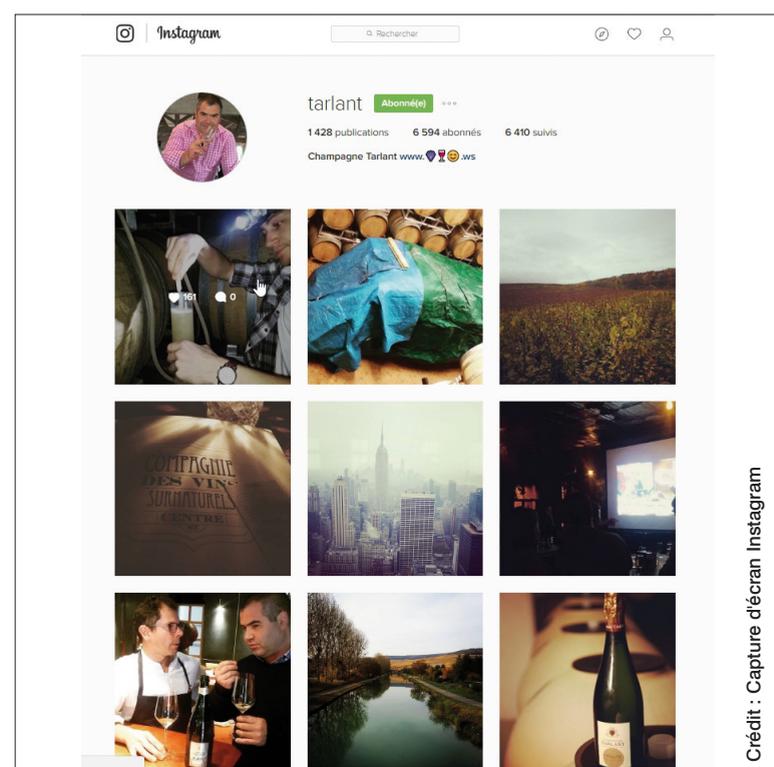
Communication conversationnelle

Benoît Tarlant, de la maison éponyme à Oeuilly, se rappelle

des premiers pas du champagne Tarlant en ligne sur un «site Internet self-made, en bon vieux HTML» : nous sommes en 1998, bien avant l'arrivée des premiers réseaux sociaux. Le blog arrive en 2004, les premières rencontres avec des vignerons-blogueurs français se nouent dès 2007. Dès lors, tout s'accélère : Facebook, Twitter, Foursquare (application de géolocalisation), Instagram et Pinterest (partage de centres d'intérêt) rejoignent le panel des Tarlant. La famille virtuelle compte ainsi plus de 33 500 membres, une donnée qui traduit le chemin parcouru depuis les premiers «posts» mis en ligne.

C'est «le lien avec l'autre, la communication conversationnelle» qui justifie ces choix, explique Benoît Tarlant. «Etant donné la petite taille de notre entreprise et cependant l'envie de s'ouvrir sur le monde, et le désir de rester en lien avec nos clients sur les 5 continents, tous ces outils nous ont facilité la vie et ont accompagné le développement de notre domaine».

Avec sa sœur Mélanie, les jeunes vignerons se délectent des échanges qui se créent spontanément en ligne. «Il faut utiliser chaque espace pour exprimer sa voix. Certains sont plus textuels,



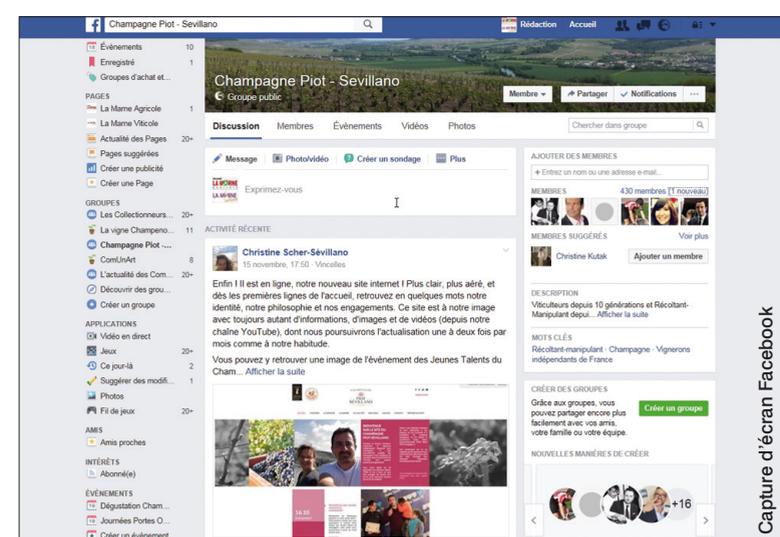
Crédit : Capture d'écran Instagram

Le champagne Tarlant apprécie la communication visuelle, ce qui explique l'utilisation de la plateforme Instagram.

d'autres vont utiliser le support de l'image ou de la photo, et la finalité est dans l'échange. Nous ne sommes plus dans des médias où l'on distribue sa parole, mais où on en discute, et où des communautés se font. C'est là, la clef de l'ensemble, et ce qui nous semble le plus enrichissant humainement».

Cependant, malgré l'intérêt que portent les Tarlant sur les réseaux sociaux, pas question de parler à Benoît de retour sur investissement ! «Cela ne me motive pas beaucoup. Je ne dis pas qu'il ne faut pas le faire, mais c'est quelque chose qui peut limiter la créativité».

Guillaume Perrin



Capture d'écran Facebook

Christine et Vincent Scher-Sévilano mettent en ligne l'activité du domaine Piot-Sévilano au sein d'un groupe Facebook dédié : une pratique atypique à l'heure de la généralisation des pages Facebook, utilisées par la plupart des vignerons inscrits sur ce réseau.

LE POINT DE VUE D'UNE ENTREPRENEUSE

Mireille Ruinat apporte ses conseils et forme les acteurs champenois en quête d'une stratégie de communication sur les réseaux sociaux. L'entrepreneuse rémoise collabore notamment avec la maison Damien-Bufferet, à Sacy. «Les propriétaires membres de l'exploitation familiale sont accueillants, et ont envie de bouger. Mais nous sommes partis de zéro !», commente l'experte en communication numérique. Renovation du site web (<http://champagne-destination-damien-bufferet.com/>), ajout d'une partie blog et d'une autre en anglais, création des vitrines Facebook, Twitter, Google+ et Pinterest (un peu moins de 500 abonnés en cumulé) : tous ces travaux ne sont que le partie émergée de l'iceberg d'une stratégie globale. Celle-ci trouve sa réalisation la plus concrète dans l'œnotourisme et l'accueil de la clientèle au domaine. Un premier essai a été mené pendant le Champagne Day, le 21 octobre à Sacy : une des rares initiatives menées dans la Marne, alors que le phénomène est né... aux États-Unis, sur les réseaux sociaux.

INFINITI DELHORBE REIMS

Cité de l'Automobile Croix Blandin 51100 Reims

QX30

LE CROSSOVER NÉ POUR DÉFIER LES CONVENTIONS

INFINITI
EMPOWER THE DRIVE™

à partir de **389€** /MOIS¹
LLD SUR 49 MOIS AVEC PREMIER LOYER MAJORÉ

*Véhicule utilitaire sport. **Sublimar la conduite.
Emissions de CO₂ : 128 g/km. Consommation mixte de carburant : 4,9 l/100km.
¹Sur la base des résultats des tests officiels conduits en laboratoire par le fabricant en application de la réglementation. Ces valeurs peuvent différer des résultats en conditions réelles de conduite (qui peuvent être affectés par le type et les conditions de conduite et par d'autres facteurs).
²Exemple en Location Longue Durée pour QX30 2.2D 7DCT, 40.000 km max; premier loyer majoré de 4.633€ suivi de 48 loyers de 389€. Modèle présenté INFINITI QX30 2.2d Premium Tech avec option toit en verre premier loyer majoré de 4.633€ suivi de 48 loyers de 555€. Restitution du véhicule chez votre concessionnaire en fin de contrat avec paiement des frais de remise en état et des km supplémentaires. Offre réservée aux particuliers, non cumulable avec d'autres offres, sous réserve d'acceptation par DIAC 14 avenue Pavé Neuf 93168 Noisy le Grand - RCS Bobigny 702 002 221, valable jusqu'au 31 décembre 2016 chez les concessionnaires INFINITI participants. Les conditions générales de vente s'appliquent - voir sous infiniti.fr