



Vinomad : un cabinet spécialisé en stratégie œnotouristique

Vinomad est un jeune cabinet conseils. L'ambition des deux fondateurs, **Delphine Moussay-Derouet** et **Christophe Derouet** est de faire de l'œnotourisme français un canal de distribution efficace et rentable. Cette conviction leur est venue à la suite d'un voyage au cœur des vignobles du Nouveau Monde, relaté dans leur livre *Tour du monde des vignes et des vins* (Éditions Féret).

Durant un an, ces deux globe-trotters ont parcouru quatre continents, 17 pays et 194 domaines viticoles, dans l'objectif d'aller chercher de nouvelles techniques de commercialisation pour les vins français. "*Celle qui nous a paru la plus intéressante en termes de rentabilité économique et de fidélisation client est l'œnotourisme. En France, premier pays producteur de vin et premier pays visité au monde, nous sommes convaincus que le potentiel œnotouristique est énorme pour peu que l'on parvienne à conjuguer les deux atouts.*" explique **Christophe Derouet**. De leur voyage, ils ont ramené de nombreuses idées, créatives et pragmatiques.

Fidèle à leur formation en marketing, chaque projet œnotouristique est traité selon une démarche très structurée : définition de la mission avec le client, rapport d'audit permettant d'identifier les atouts et les faiblesses de la propriété, élaboration d'une stratégie et de recommandations dans le dossier conseil, mise en œuvre selon un échéancier opérationnel et suivi grâce à un tableau de bord.

"Chaque projet est unique. Nous cherchons à identifier la typicité du domaine dans l'optique de capitaliser dessus. La localisation est également primordiale pour pouvoir définir un potentiel de tourisme viti-vinicole."

Actuellement, Vinomad travaille sur le développement œnotouristique d'un château du bordelais. *"Il cherche à développer son activité commerciale et à élargir sa cible de clientèle. Cette propriété a un potentiel d'hébergement conséquent et une gamme de vins très large. Nous allons communiquer sur ces éléments qui font la particularité du domaine, optimiser son accueil, organiser un programme d'événementiels, développer une boutique et animer le fichier clients grâce à l'emailing qui sera notre principale source de diffusion."* illustre **Christophe**.

Le cabinet basé à Bordeaux a déjà d'autres projets en Languedoc-Roussillon, Bourgogne et Val de Loire.