Marianne symbole République Française
Logo Atout France

Japon : une campagne oenotourisme sur Facebook

Article Japon

En mars, Atout France a organisé au Japon une campagne Facebook sur la thématique œnotouristique en partenariat avec les CRT Nouvelle-Aquitaine, Centre Val de Loire et le CDT du Vaucluse. La présentation de 4 vins de Maison Castel, issus des terroirs de ces destinations, lors d'un Live très suivi a notamment permis de valoriser ces produits et leurs régions d'origine.

Les vins Maison Castel, distribués par le puissant groupe Suntory, sont bien connus des Japonais et se vendent très bien dans le pays, notamment dans la période actuelle compte tenu de certaines restrictions d'accès aux bars et restaurants. **Atout France a donc souhaité faire bénéficier de cette notoriété, les destinations partenaires de sa campagne oenotourisme**.

Celle-ci a été lancée le 18 mars avec la diffusion d'un "Facebook Live" tourné au sein de la Résidence de France, réunissant un œnologue du groupe Suntory et le chargé de promotion B2B d'Atout France (lui-même œnologue !).

Dans une atmosphère à la fois conviviale et studieuse, un dialogue s'est installé entre les deux intervenants afin d'apporter tour à tour des informations concrètes sur chaque produit et destination, illustrées par des images, vidéos, graphiques et cartes.

Le "Live" a accueilli 462 personnes, avec en continu une présence de plus de 420 spectateurs. Les commentaires, au nombre de 285, ont été très positifs.

Afin de maximiser la visibilité de la campagne, un jeu concours (5 lots de 2 bouteilles à gagner) a été organisé jusqu'au 18 avril, encourageant les candidats à visionner le Facebook Live (près de 6000 vues).

En savoir plus sur le marché