

Work Package 3 & 4

Développement des Matériaux de Formation pour le Cours Mixte

"Questionnaire adressé aux parties prenantes du projet International Mavrud Day dans les contextes nationaux, visant à apporter une contribution intangible au WP4 (Mise en œuvre d'ateliers pour les apprenants adultes), décrit comme : "Création d'espaces de co-planification, de réseaux communautaires pour façonner et concevoir des actions communautaires dans le tourisme régénératif, et de promotion communautaire."

Réponses au questionnaire pour "International Mavrud Day" basé sur les Modules Développés du Cours Mixte (WP3)

International Mavrud Day (Bulgaria)

Le International Mavrud Day, une initiative de l'Association Bulgare des Professionnels du Vin (BAWP), constitue une inclusion significative dans les matériaux de formation du projet AGORA. Cet événement illustre parfaitement comment la célébration d'un cépage local peut favoriser l'appréciation culturelle, soutenir les vignerons locaux et promouvoir le tourisme viticole régional. En mettant l'accent sur Mavrud, un cépage indigène de Bulgarie, l'initiative souligne l'importance de préserver et de promouvoir les variétés locales, un aspect essentiel du tourisme régénératif. L'événement soutient non seulement l'industrie viticole locale, mais il éduque également et engage un large public dans la riche tradition de la vinification bulgare. Cette approche s'aligne parfaitement avec les principes du tourisme régénératif, qui mettent l'accent sur la préservation et la célébration de la culture et des traditions locales.

<https://www.mavrudday.com/en/>

Réponses résumées aux questions pertinentes pour le Module 1 :

Tourisme durable

Question 1 : De quelle manière votre initiative contribue-t-elle à la préservation et à la promotion du patrimoine culturel bulgare, notamment en ce qui concerne le cépage Mavrud ? Quelles activités ou programmes éducatifs ont été mis en place pour sensibiliser les visiteurs et accroître l'appréciation des traditions locales et des pratiques de vinification ?

Objectif : Cette question cherche à comprendre comment l'International Mavrud Day contribue activement à la préservation et à la promotion du patrimoine culturel bulgare, en se concentrant particulièrement sur le cépage Mavrud. Cela pourrait révéler des stratégies efficaces pour renforcer la sensibilisation des visiteurs et encourager l'appréciation des traditions locales et des pratiques de vinification. Ces informations seront utiles pour développer des ateliers qui soulignent la préservation culturelle, l'éducation et l'engagement communautaire dans les initiatives de tourisme régénératif.

Réponse :

Nous, à l'Association Bulgare des Professionnels du Vin, contribuons activement à la préservation et à la promotion de notre riche patrimoine viticole à travers la célébration de la Journée Internationale du Mavrud. Cet événement est dédié au cépage Mavrud, une variété emblématique qui symbolise la profondeur et l'unicité de la vinification bulgare. Nos efforts sont ancrés dans la mise en valeur de l'harmonie entre les traditions millénaires et les techniques viticoles modernes qui caractérisent la vinification en Bulgarie.

Dans les terres de la Bulgarie moderne, les preuves de la viticulture remontent à plus de 4 000 ans. Les anciens Thraces, qui habitaient ces terres, cultivaient des raisins et produisaient du vin, une tradition reflétée dans les nombreux récipients à vin et formations rocheuses utilisées pour la vinification retrouvée aujourd'hui.

Notre stratégie pour la Journée Internationale du Mavrud inclut la préservation de notre patrimoine culturel. Cette initiative est soutenue par des collaborations avec le Ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation, le Ministère du Tourisme et les municipalités locales lors des festivals urbains.

Pour sensibiliser et accroître l'appréciation des visiteurs, nous avons développé une série d'activités éducatives qui plongent dans l'histoire et les caractéristiques uniques du cépage Mavrud. Par exemple, notre site web dédié propose des informations détaillées sur le Mavrud, avec des articles explorant ses caractéristiques, son rôle dans l'histoire bulgare et son importance dans la scène viticole contemporaine. Cette plateforme en ligne sert non seulement de centre d'information, mais aussi d'outil narratif qui tisse l'histoire du Mavrud dans le large éventail de la culture bulgare.

De plus, nous organisons des tours informatifs annuels pour les journalistes et professionnels du vin, tant bulgares qu'étrangers, afin de favoriser une compréhension plus profonde et une meilleure appréciation de notre patrimoine viticole. Ces visites sont conçues pour offrir des expériences directes des vins bulgares et des régions viticoles, mettant en avant des pratiques viticoles durables qui préservent notre patrimoine culturel et promeuvent la gestion environnementale. À travers ces initiatives, nous nous efforçons d'établir la Journée Internationale du Mavrud comme un événement significatif qui éduque et inspire à la fois les locaux et les visiteurs,

renforçant l'importance culturelle et économique des variétés de raisins indigènes et soutenant les objectifs plus larges du tourisme régénératif.

Question 2 : Pourriez-vous décrire les pratiques durables adoptées par votre initiative pour minimiser son impact environnemental ? Comment ces pratiques s'alignent-elles avec les principes du tourisme régénératif, et quelles mesures sont mises en place pour assurer la durabilité à long terme et la résilience de l'industrie du tourisme viticole local ?

Objectif : L'objectif de cette question est de comprendre les pratiques durables adoptées par la Journée Internationale du Mavrud et comment elles s'alignent avec les principes du tourisme régénératif. En examinant ces pratiques et les mesures mises en place pour assurer la durabilité à long terme et la résilience, cette question vise à découvrir des stratégies concrètes qui peuvent être appliquées à d'autres initiatives touristiques. Ces informations seront essentielles pour le développement d'ateliers axés sur les pratiques durables et la résilience de l'industrie du tourisme viticole local.

RÉPONSE :

Pour nous, le concept de durabilité n'est pas un simple mot à la mode — il représente un véritable engagement qui guide chacune de nos actions. Nous nous efforçons d'en respecter les principes fondamentaux dans tous les aspects de notre travail, en accordant une attention particulière au vin, qui demeure au cœur de notre mission.

Concrètement, l'Association Bulgare des Professionnels du Vin (BAWP) intègre la durabilité à chaque étape de ses initiatives. Lors de nos festivals, la logistique des transports est soigneusement planifiée afin de minimiser la consommation de carburant et de réduire les émissions polluantes. Nous avons également mis en place un programme incitatif encourageant les participants à apporter leurs propres verres de dégustation, réduisant ainsi considérablement l'utilisation du plastique et du verre. De plus, les plats préparés par nos partenaires sont servis dans des contenants en papier biodégradable, réaffirmant notre volonté de limiter notre impact environnemental. Ces pratiques dépassent la simple responsabilité écologique — elles incarnent la philosophie du tourisme régénératif, qui vise non seulement à réduire

les dommages, mais aussi à contribuer activement à la résilience des écosystèmes locaux et à la durabilité à long terme des communautés viticoles.

De plus, les pratiques durables mises en œuvre lors de la Journée Internationale du Mavrud illustrent parfaitement les principes du tourisme régénératif, en établissant des références et en servant de modèle à la fois pour les visiteurs et pour nos partenaires locaux. En appliquant ces mesures, nous démontrons comment le secteur de l'œnotourisme peut fonctionner de manière durable tout en sensibilisant et en inspirant nos partenaires et nos visiteurs à adopter des initiatives similaires dans leurs propres activités. Cette approche collaborative contribue à créer un écosystème régénératif qui soutient la durabilité environnementale et renforce le tissu socio-économique de nos communautés locales, garantissant que notre patrimoine et nos pratiques viticoles continuent d'enrichir et de faire vivre la région pour les générations futures.

Réponses résumées aux questions pertinentes pour le Module 2. Producteurs locaux et régénération

Question 1 : Comment la Journée Internationale du Mavrud intègre-t-elle le concept de tourisme régénératif afin de renforcer la durabilité culturelle et environnementale de l'événement ?

RÉPONSE :

À travers la Journée Internationale du Mavrud, nous cherchons à mettre en valeur les vins issus de cépages locaux et à souligner la diversité ainsi que les pratiques durables dans la vinification, sans perdre de vue les solutions innovantes qui nous entourent. Notre attention ne se limite pas uniquement au vin lui-même, mais englobe également des éléments tels que le micro-terroir, la cuisine régionale et une intervention minimale dans le processus de vinification.

Nous nous efforçons de mettre en lumière les personnes derrière les vins, leur savoir-faire et leur engagement envers la préservation de l'environnement. Cette approche est essentielle à la promotion du tourisme régénératif, car elle permet non seulement de préserver notre patrimoine culturel et viticole, mais aussi d'encourager les pratiques durables parmi les producteurs locaux et de sensibiliser les participants à l'importance de la responsabilité environnementale.

La Journée Internationale du Mavrud favorise ainsi une expérience touristique plus durable et culturellement enrichissante, en reliant la richesse culturelle à une conscience écologique profonde.

Question 2 : De quelles manières les activités de la Journée Internationale du Mavrud contribuent-elles à la renaissance rurale de la région, notamment en termes de revitalisation économique et sociale ?

RÉPONSE :

La Journée Internationale du Mavrud, célébrée le 26 octobre, n'est pas simplement un événement d'un jour, mais fait partie d'une initiative plus large ayant un impact durable tout au long de l'année. Symboliquement, cette date marque la fin de l'année agricole avec la récolte, offrant une opportunité marketing significative pour promouvoir le vin bulgare face à l'augmentation des importations de vins étrangers.

Les activités entourant la Journée Internationale du Mavrud incluent de nombreuses dégustations de vins de variétés locales dans des bars à vin et des restaurants, en utilisant principalement des produits fermiers locaux pour mettre en avant l'authenticité et l'unicité. De plus, lors des quatre Festivals Urbains du Vin en octobre, nous encourageons la participation de davantage de caves locales qui proposent du tourisme viticole pour promouvoir leur région et leurs expériences viticoles. Nous collaborons étroitement avec les municipalités, les ministères et les fournisseurs locaux d'hébergement pour stimuler le tourisme domestique et attirer les visiteurs internationaux, tout en les éduquant sur l'histoire, la culture et les traditions bulgares.

Ces efforts contribuent de manière significative à la renaissance rurale de la région, en la revitalisant économiquement et socialement en renforçant la visibilité des entreprises locales et en favorisant un écosystème touristique durable qui célèbre et soutient notre patrimoine viticole.

Question 3 : Pouvez-vous décrire le processus d'engagement des parties prenantes locales dans la planification et l'exécution de la Journée internationale du Mavrud et comment cela reflète les principes du tourisme régénératif ?

RÉPONSE :

Au cours des quatre à cinq dernières années, la Journée Internationale du Mavrud s'est imposée comme l'un des événements œnologiques les plus importants et les plus qualitatifs de Bulgarie. Le secret de notre succès réside, selon moi, dans notre capacité, en tant qu'Association Bulgare des Professionnels du Vin, à intégrer harmonieusement cet événement viticole à de nombreux produits de tourisme alternatif, en lien avec notre histoire et notre patrimoine culturel.

Nous impliquons les acteurs locaux en construisant de manière continue un réseau régional, national et international — incluant les représentations commerciales et diplomatiques. Cet engagement reflète les principes du tourisme régénératif en favorisant la participation des communautés locales et en s'appuyant sur des partenariats qui renforcent la durabilité culturelle et environnementale de notre événement. Chaque année, nous consolidons nos réalisations, établissant un exemple solide et encourageant l'entrepreneuriat social et régénératif, tout en renforçant le tissu économique et social de notre communauté.

Réponses résumées aux questions pertinentes pour le Module 3 : Développement du tourisme régénératif dirigé par la communauté

Question 1 : Comment la "Journée Internationale du Mavrud" encourage-t-elle la collaboration entre les vignerons locaux, les entreprises et les institutions culturelles pour créer un réseau communautaire cohésif qui promeut le vin bulgare et le patrimoine culturel à l'échelle nationale et internationale ?

RÉPONSE :

D'après mon expérience personnelle, je peux témoigner que de nombreuses caves bulgares ont commencé à produire des vins issus de cépages indigènes, tels que le Mavrud et le Rubin, inspirées par notre initiative de la Journée Internationale du Mavrud. Elles aussi souhaitent démontrer leurs compétences et obtenir la reconnaissance qu'elles méritent. Je suis ravi de constater que ce mécanisme fonctionne, même si ce n'était pas notre intention initiale.

Un exemple concret de pratique collaborative avec les institutions culturelles est visible lors de certains festivals urbains que nous organisons. Par exemple, à Sofia, le festival se tient au Largo de Sofia, et à Plovdiv, il a lieu dans le centre-ville, où l'on peut voir des fouilles millénaires des anciennes villes de Serdica et Philippopolis. Grâce à nos partenariats avec le ministère du Tourisme et les autorités municipales, la Journée Internationale du Mavrud et les Festivals Urbains du Vin sont devenus des événements incontournables des calendriers culturels annuels.

À l'échelle internationale, il est important de mentionner que la Journée du Mavrud a largement dépassé les frontières de la Bulgarie et est désormais célébrée dans plus de 20 pays à travers quatre continents. Cette portée mondiale est également due à plusieurs membres de l'Association Bulgare des Professionnels du Vin, qui sont basés à l'étranger et promeuvent activement le vin bulgare à l'international.

Question 2 : Comment les principes et stratégies de succès de l'initiative de la Journée Internationale du Mavrud peuvent-ils être adaptés pour favoriser le tourisme communautaire dans d'autres régions, en particulier en mettant l'accent sur la création d'espaces de co-planification et de réseaux communautaires ?

RÉPONSE :

Pour adapter les principes et stratégies de succès de la Journée Internationale du Mavrud et favoriser le tourisme communautaire dans d'autres régions, une étape fondamentale consiste à réaliser une analyse initiale des rôles, des relations et de l'influence des parties prenantes au sein de la communauté. Cette analyse est cruciale pour développer une stratégie efficace permettant d'engager un éventail toujours plus large de parties prenantes. Nous avons donné un exemple solide d'engagement communautaire réussi en tirant parti des résultats obtenus et en partageant ces succès à travers des canaux de communication publics.

De plus, l'établissement d'espaces de co-planification et de réseaux communautaires peut être facilité par l'organisation d'ateliers et de forums réunissant divers membres de la communauté, y compris des entreprises locales, des groupes culturels et des institutions gouvernementales. Cet environnement collaboratif favorise un sentiment de responsabilité collective et de bénéfice mutuel, éléments essentiels pour la pérennisation et l'extension de l'initiative. Partager le modèle de la Journée Internationale du Mavrud, qui inclut un engagement systématique des parties prenantes et la célébration du patrimoine local, offre un plan directeur que d'autres régions peuvent adapter en fonction de leurs contextes culturels et environnementaux uniques. Cette approche améliore les expériences touristiques et favorise la revitalisation économique et sociale, en respectant les principes du tourisme régénératif.

Les réponses résumées aux questions relatives au Module 4 : Expériences Virtuelles

La technologie et les outils numériques rendent l'expérience de voyage plus engageante, accessible et durable. Les expériences immersives soutenues par de nouvelles technologies (réalité virtuelle et augmentée, éléments interactifs, etc.) offrent des moyens alternatifs ou complémentaires pour interagir avec diverses cultures, environnements et histoires. Quels éléments du "tourisme virtuel" sont mis en œuvre dans vos offres/services touristiques ?

RÉPONSE :

Dans notre initiative de la Journée Internationale du Mavrud, nous avons intégré plusieurs éléments du tourisme virtuel pour améliorer l'accessibilité et l'engagement. Notre site web sert de plateforme complète, offrant un contenu interactif riche et des informations à jour sur tous les événements. Nous proposons une interface conviviale permettant aux visiteurs d'adapter leur expérience en fonction de critères et préférences personnels, comme choisir des dégustations de vin spécifiques ou des sessions éducatives.

De plus, nos campagnes robustes sur les réseaux sociaux et nos collaborations avec des journalistes contribuent à amplifier notre portée et à interagir en temps réel avec un public mondial. Ces campagnes sont conçues non seulement pour informer mais aussi pour engager les utilisateurs grâce à des diffusions en direct d'événements. Ces stratégies numériques garantissent que même ceux qui ne peuvent pas assister en personne peuvent découvrir la richesse de la culture du vin bulgare, peu importe où ils se trouvent dans le monde.

Cette approche du tourisme virtuel rend notre événement plus durable en réduisant les besoins de déplacements physiques et étend notre impact éducatif en rendant l'apprentissage des pratiques viticoles régénératives accessible à un public plus large.

Lequel de ces éléments pensez-vous être le plus attractif pour vos clients/touristes et pourquoi ?

RÉPONSE :

Chaque élément de notre offre virtuelle cible des segments spécifiques de notre public, mais nous constatons que les informations sur les événements à l'échelle mondiale résonnent le plus profondément avec les clients finaux. Cette perspective globale répond

aux intérêts divers des visiteurs internationaux et relie les clients locaux à un récit plus large du vin bulgare sur la scène mondiale.

Notre site web sert de plateforme polyvalente, s'adressant non seulement aux amateurs de vin, mais aussi à un large éventail d'utilisateurs, y compris les professionnels des médias, les organisateurs d'événements, les apprenants et les formateurs. Pour les professionnels des médias, il fournit des informations actualisées et des communiqués de presse facilitant un reportage précis et rapide sur les événements et les développements dans l'industrie du vin. Les organisateurs d'événements y trouvent un outil précieux pour promouvoir leurs événements et toucher un public engagé, augmentant ainsi la visibilité et la participation des événements. De plus, notre plateforme offre une riche bibliothèque de ressources et de meilleures pratiques, en faisant un outil essentiel pour les apprenants et les formateurs souhaitant approfondir leur compréhension de la viticulture et de l'œnologie. En mettant en avant des applications concrètes et des histoires à succès, le site inspire et éduque, promouvant la diffusion de pratiques innovantes en matière de tourisme régénératif et de vinification durable à travers le monde.

Quelle(s) partie(s) pensez-vous pouvoir supprimer en raison de leur moindre attractivité ?

RÉPONSE :

Bien que chaque composant de notre site web s'adresse à un public spécifique, nous évaluons constamment la pertinence et l'attractivité de notre contenu pour nous assurer que nous restons concentrés sur notre mission principale. Après une réflexion approfondie, nous avons décidé de rationaliser nos offres en réduisant l'accent mis sur le contenu statique et moins interactif qui n'engage pas directement nos utilisateurs ou ne contribue pas de manière significative à nos objectifs éducatifs ou promotionnels. Cela inclut certains éléments de contenu plus passifs qui, bien qu'informatifs, ne favorisent pas l'interaction ni une compréhension plus profonde de la culture du vin.

Réponses résumées aux questions pertinentes pour le Module 5. Ressources pour le développement du tourisme communautaire et des centres d'apprentissage prospectifs + base de données de ressources

En quoi cette initiative contribue-t-elle au développement et à la promotion du tourisme communautaire ? Comment vise-t-elle concrètement à orienter le tourisme vers un idéal plus collaboratif ?

RÉPONSE :

Notre initiative exploite le contexte unique du vin, de la nature et des cépages locaux pour enrichir l'offre touristique, en mêlant efficacement patrimoine culturel et tourisme. En promouvant le Mavrud et d'autres cépages locaux, nous visons à approfondir l'appréciation des visiteurs pour nos vins régionaux et à encourager des pratiques touristiques durables qui respectent et préservent notre environnement. De plus, la Journée Internationale du Mavrud catalyse le tourisme communautaire en organisant une série d'événements réunissant des vignerons locaux, des artisans et des acteurs culturels. Ces événements mettent en valeur la richesse de notre culture locale et stimulent l'activité économique au sein de la communauté. Nos festivals, par exemple, sont conçus pour prolonger le séjour des visiteurs grâce à un programme d'expériences diversifiées qui célèbrent à la fois les aspects traditionnels et innovants de notre culture du vin. Nous espérons que ces engagements encourageront un modèle de tourisme collaboratif où les parties prenantes locales sont des participants actifs plutôt que de simples observateurs. Cette approche améliore non seulement l'expérience des visiteurs, mais garantit également que les bénéfices du tourisme sont répartis de manière plus équitable au sein de notre communauté.

Quelles contributions concrètes sont données aux participants afin non seulement de leur transmettre davantage de sensibilisation, mais aussi de leur permettre d'apprendre de nouvelles informations dans ce domaine ?

RÉPONSE:

Lors de la Journée Internationale du Mavrud, nous utilisons stratégiquement le storytelling à chaque point de contact approprié pour enrichir l'engagement et

l'apprentissage des participants. Chaque étiquette de vin raconte une histoire ; elle reflète la réflexion, la philosophie et la passion qui imprègnent chaque bouteille produite par nos vignerons locaux. En racontant ces histoires lors des dégustations de vin et des interactions avec les consommateurs, nous cherchons à partager le vin tout en transmettant le riche contexte culturel et historique qui façonne nos processus de vinification.

Réponses résumées aux questions pertinentes pour le Module C. Outils pratiques avec des instruments d'exemple pour la co-crédation d'expériences.

Question 1 : Comment la pensée design a-t-elle influencé la planification et l'exécution de la Journée Internationale du Mavrud ? Pourriez-vous décrire un scénario spécifique où l'empathie envers vos participants a significativement façonné les activités ou l'offre de l'événement ?

Objectif : Cette question cherche à comprendre comment la pensée design, en particulier la phase d'empathie, a été utilisée pour adapter la Journée Internationale du Mavrud afin de répondre aux besoins et d'améliorer l'expérience des participants. Comprendre cela pourrait fournir des informations précieuses sur la manière d'utiliser la pensée design pour mieux comprendre et répondre aux attentes culturelles et éducatives des visiteurs dans des contextes de tourisme régénératif.

RÉPONSE :

Lors de la Journée Internationale du Mavrud, l'application de la pensée design, notamment pendant la phase d'empathie, a joué un rôle clé dans la conception de notre événement. Grâce à un engagement approfondi avec notre communauté, nous avons mené des enquêtes détaillées et des entretiens avec des producteurs locaux de vin, des leaders communautaires et des participants des éditions précédentes. Cela nous a permis de comprendre leurs expériences et attentes de manière authentique. Par exemple, les retours ont révélé un fort désir non seulement de célébrer le cépage Mavrud, mais aussi d'élargir la portée du festival pour inclure une célébration plus complète de la culture viticole bulgare, mettant en lumière d'autres variétés locales qui étaient auparavant sous-représentées.

Cette approche empathique nous a conduits à développer un événement plus inclusif qui résonne profondément avec les parties prenantes locales et les visiteurs internationaux. Nous avons ainsi intégré des segments éducatifs qui mettaient en avant la diversité de la viticulture bulgare, incluant davantage de variétés dans nos dégustations et présentations. Cela a élargi l'attrait du festival tout en enrichissant son aspect éducatif. Ce processus a permis de mieux répondre aux attentes culturelles et éducatives des participants, renforçant l'impact global de l'événement.

Question 2 : Pouvez-vous expliquer comment le storytelling est utilisé lors de la Journée Internationale du Mavrud pour transmettre l'histoire et l'importance du cépage Mavrud aux visiteurs ? Quel impact cela a-t-il eu sur l'engagement et l'éducation des visiteurs ?

Objectif : Cette question vise à explorer le rôle du storytelling dans l'enrichissement des aspects éducatifs de la Journée Internationale du Mavrud. En comprenant comment le storytelling engage et informe les visiteurs sur l'héritage culturel et l'importance écologique de la production locale de vin, les développeurs d'ateliers pourront mieux apprécier et enseigner le pouvoir du récit dans la promotion des traditions locales et des pratiques durables.

RÉPONSE :

Lors de la Journée Internationale du Mavrud, le storytelling est utilisé de manière stratégique pour approfondir la compréhension des visiteurs sur l'héritage et l'importance du cépage Mavrud, enrichissant ainsi leur expérience globale. Nous tissons des récits captivants tout au long de l'événement afin d'éduquer et de captiver notre public, augmentant significativement l'engagement des visiteurs et favorisant les résultats éducatifs.

Par exemple, une narration clé est l'histoire expliquant pourquoi la Journée Internationale du Mavrud est célébrée le 26 octobre, le jour de la Saint-Dimitri. Cette date a été choisie pour honorer les traditions établies par Aristi Chorbadzakov, un vigneron local respecté, connu pour son soin méticuleux des vignobles, symbolisant le respect durable du métier au sein de notre communauté. Ce récit célèbre le cépage Mavrud et inscrit l'événement dans un contexte culturel et saisonnier plus large, renforçant sa signification et sa résonance auprès des audiences locales et internationales.

De nombreuses présentations, dégustations et promotions liées aux vins bulgares issus de variétés locales ont lieu pendant l'événement. Les participants reçoivent des informations complètes sur l'origine, le développement et les usages spécifiques de chaque cépage. Les spécificités régionales, les expressions de terroir et les décisions de vinification sont également largement abordées afin de mettre en valeur la diversité et la complexité de nos vins. Lors de quatre festivals urbains, une sélection unifiée et représentative de vins provenant de variétés locales est présentée par les membres professionnels de l'Association des Vins Bulgares, qui sont profondément engagés dans la cause du vin bulgare et formés pour enrichir les visiteurs avec les informations nécessaires.

En utilisant le storytelling, nous visons à transformer la Journée Internationale du Mavrud en plus qu'un simple festival de vin ; il devient une plateforme d'échange culturel et éducatif qui soutient les principes du tourisme régénératif. Cette approche garantit que l'événement favorise l'appréciation des traditions viticoles locales et promeut des pratiques touristiques durables et centrées sur la communauté.

Question 3 : De quelle manière la cartographie des services (service blueprinting) a-t-elle été utilisée pour rationaliser les opérations et améliorer l'expérience des visiteurs lors de la Journée Internationale du Mavrud ? Pourriez-vous donner des exemples de la manière dont cet outil a permis d'identifier et de résoudre des défis liés à la prestation de services ?

Objectif : Cette question vise à explorer l'application de la cartographie des services dans la gestion des logistiques et des opérations d'un événement culturel de grande envergure comme la Journée Internationale du Mavrud. Comprendre comment la cartographie des services a facilité une gestion efficace de l'événement et la résolution de problèmes peut aider à développer des ateliers axés sur l'excellence opérationnelle et la durabilité dans la planification d'événements dans le cadre du tourisme régénératif.

RÉPONSE :

Lors de la Journée Internationale du Mavrud, nous utilisons la cartographie des services (service blueprinting) pour optimiser les opérations de l'événement et nous aligner avec les principes du tourisme régénératif, tout en améliorant le bien-être de la communauté et de l'environnement. Cette méthode commence par la cartographie du parcours client, de l'engagement en ligne jusqu'aux retours post-événement, en détaillant les points de contact clés comme les fonctionnalités interactives du site Web, les stands d'information avec QR codes lors de l'événement et les canaux de

retour d'information numériques après l'événement.

Les processus en coulisses incluent la coordination avec les vignobles locaux, l'intégration de l'expertise académique pour garantir l'exactitude du contenu et la gestion logistique pour des événements tels que le Festival Urbain du Vin. Nous utilisons des outils comme Trello pour la gestion des tâches en temps réel et la résolution de problèmes, ce qui soutient notre objectif de réduire les déplacements physiques et d'améliorer l'engagement numérique grâce à des visites virtuelles et des sessions en direct.

Les points de friction, tels que les défis logistiques entre plusieurs lieux, sont résolus par des améliorations numériques stratégiques et des partenariats communautaires, ce qui améliore la durabilité et l'impact économique local. Les retours continus après l'événement alimentent nos ajustements itératifs, garantissant que chaque Journée du Mavrud soutienne efficacement le tourisme durable et l'implication de la communauté.

Réponses résumées aux questions pertinentes pour le Module 7. Communication et Promotion

Question 1 : Avec des initiatives communautaires comme la vôtre impliquant un grand nombre de petites et moyennes entreprises, quelles mesures prenez-vous pour vous assurer que le marketing et la promotion soient équitables ?

Objectif : Cette question met en lumière la nécessité et les défis pour les entreprises de participer à des promotions conjointes ou croisées, où elles peuvent exploiter les réseaux et les bases de clients des autres.

RÉPONSE :

Dans notre engagement pour un marketing et une promotion équitables lors de la Journée Internationale du Mavrud, nous mettons un accent particulier sur l'inclusivité et une représentation large. En choisissant le Mavrud comme tête d'affiche de notre célébration – en raison de sa reconnaissance importante parmi les consommateurs et

de sa position unique en tant que cépage bulgare autochtone – nous ne nous contentons pas de mettre en avant le Mavrud, mais nous célébrons également le vin bulgare dans son ensemble. Cette approche holistique garantit que toutes les variétés locales de raisins, chacune caractéristique de sa région, reçoivent l'attention qu'elles méritent. Cela est essentiel pour éduquer le consommateur sur la diversité au sein de la viticulture bulgare.

Nous utilisons une stratégie de cross-promotion pour garantir une promotion équitable pour tous les participants, en particulier les petites et moyennes entreprises. Chaque participant est encouragé à partager et à promouvoir non seulement ses produits, mais aussi l'événement collectif à travers ses propres réseaux, ce qui amplifie la portée et l'engagement sans favoriser de manière disproportionnée les entités plus grandes. Nous facilitons cela en mettant à disposition des matériaux marketing collaboratifs et des plateformes numériques où plusieurs producteurs peuvent présenter de manière égale leurs histoires et leurs produits. Cette stratégie assure que chaque participant, quel que soit sa taille, bénéficie d'une meilleure visibilité et d'un engagement client, faisant ainsi de nos efforts marketing un succès collectif.

Question 2 : Quels sont les défis liés à la mise en place de campagnes marketing centralisées qui mettent en valeur les différents participants de manière tournante ou inclusive, garantissent une exposition équitable au fil du temps et établissent des critères de promotion transparents ?

Objectif : Cette question met en évidence la nécessité d'une image de marque unifiée, qui crée une marque cohérente que tous les participants peuvent utiliser et aide les petites entreprises à bénéficier de la reconnaissance globale de la marque.

RÉPONSE :

L'un des défis majeurs dans la mise en place de campagnes de marketing centralisées pour la Journée Internationale du Mavrud est de favoriser un état d'esprit d'unité et une vision partagée parmi les divers acteurs de l'industrie du vin. Pour réussir à adopter une approche unifiée du marché du vin, il est nécessaire de développer des concepts régionaux qui puissent être promus efficacement au niveau national et international. L'objectif global est de passer de la promotion d'entités individuelles à une représentation collective, garantissant que chaque participant bénéficie de la reconnaissance globale de la marque, quel que soit sa taille.

Pour surmonter ces défis, nous nous concentrons sur l'établissement de critères clairs et transparents pour la promotion, qui assurent une rotation de l'exposition parmi les participants. Cette stratégie garantit que toutes les parties prenantes aient

des opportunités égales pour mettre en avant leurs offres au fil du temps, évitant ainsi toute domination des plus grands producteurs. Nous investissons également dans la création d'une marque cohérente à laquelle tous les acteurs peuvent s'identifier et utiliser. Cette marque unifiée améliore la présence sur le marché des petites entités et contribue à une perception du vin bulgare plus forte et plus unifiée.

La mise en œuvre de ces stratégies implique un dialogue et une coopération continus avec toutes les parties prenantes afin d'aligner les intérêts et les attentes. Cela est crucial pour la pérennité de l'initiative et constitue une pratique essentielle que nous souhaitons enseigner dans nos séminaires, en montrant comment une communication efficace et des stratégies de marketing coopératif peuvent conduire à des efforts promotionnels réussis dirigés par la communauté dans le cadre du tourisme régénératif.