

"A vos côtés !"
UN DEVOIR - UNE NÉCESSITÉ

id-rezo
L'expertise a-tourisme

TOURISME AVEYRON
Agence de Développement Touristique

CORREZE tourisme
Agence de développement touristique

HAUTE LIMOGES VIENNE

LOT TOURISME
AGENCE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE

lozère
TOURISME

11 MAI 2020 – 10H00

COMMENT COMMUNIQUER SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX PENDANT ET APRÈS LA CRISE ?

[id-rezo](http://id-rezo.com)

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

"A vos côtés !"
UN DEVOIR - UNE NÉCESSITÉ

id-rezo
L'expertise a-tourisme

TOURISME AVEYRON
Agence de Développement Touristique

CORREZE tourisme
Agence de développement touristique

HAUTE LIMOGES VIENNE

LOT TOURISME
AGENCE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE

lozère
TOURISME

Vous êtes actuellement 450 prestataires du tourisme des départements de l'Aveyron, de la Haute-Vienne, de la Corrèze, du Lot et de la Lozère à être inscrit.e.s

Nous allons débiter dans quelques minutes
Quelques dizaines de prestataires et d'entreprises sont encore actuellement en train de se connecter.
Merci pour votre patience.

[id-rezo](http://id-rezo.com)

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

"A vos côtés !"
UN DEVOIR - UNE NÉCESSITÉ

id-rezo
L'AGENCE E-TOURISME

TOURISME AVEYRON Agence de Développement Touristique
CORREZE tourisme Agence de Développement Touristique
HAUTE LIMOGES VIENNE
LOT TOURISME AGENCE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE
lozère TOURISME

QUELQUES « RÈGLES DU JEU » POUR CETTE RENCONTRE

Merci de ne pas activer vos webcams afin de conserver un flux de connexion confortable pour tout le monde

Vu le nombre très important de participant.e.s, vos micros sont désactivés pour éviter l'effet de "brouhaha"

Pour l'instant LE SON N'EST PAS ACTIVE
Si au démarrage vous constatez un problème de son quittez la salle de réunion et reconnectez-vous

Utilisez le symbole « ? » situé sur votre écran pour poser une question à l'animateur.

id-rezo © Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

"A vos côtés !"
UN DEVOIR - UNE NÉCESSITÉ

id-rezo
L'AGENCE E-TOURISME

TOURISME AVEYRON Agence de Développement Touristique
CORREZE tourisme Agence de Développement Touristique
HAUTE LIMOGES VIENNE
LOT TOURISME AGENCE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE
lozère TOURISME

11 MAI 2020 – 10H00

**COMMENT COMMUNIQUER SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX
PENDANT ET APRÈS LA CRISE ?**

id-rezo © Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

"A vos côtés !"

UN DEVOIR - UNE NÉCESSITÉ





Mathieu VADOT

Fondateur du cabinet Marketing&Tourisme.
Co-fondateur de la marque « id-rezo ».
Consultant indépendant en marketing touristique

 www.marketing-tourisme.net

 www.id-rezo.com

 vadot@marketing-tourisme.net

 Facebook.com/Marketing.Tourisme

 Linkedin.com/in/mathieuvadot/



MARKETING
&
TOURISME


[id-rezo](http://id-rezo.com)
© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

"A vos côtés !"

UN DEVOIR - UNE NÉCESSITÉ















QUELQUES « RÈGLES DU JEU » POUR CETTE RENCONTRE

Merci de ne pas activer vos webcams afin de conserver un flux de connexion confortable pour tout le monde

Vu le nombre très important de participant.e.s, vos micros sont désactivés pour éviter l'effet de "brouhaha"

**Pour l'instant
LE SON N'EST PAS ACTIVE**

Si au démarrage vous constatez un problème de son quittez la salle de réunion et reconnectez-vous

Utilisez le symbole « ? » situé sur votre écran pour poser une question à l'animateur.


[id-rezo](http://id-rezo.com)
© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

COMMENT COMMUNIQUER SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX PENDANT ET APRÈS LA CRISE ?

De quels réseaux sociaux parle-t-on ?

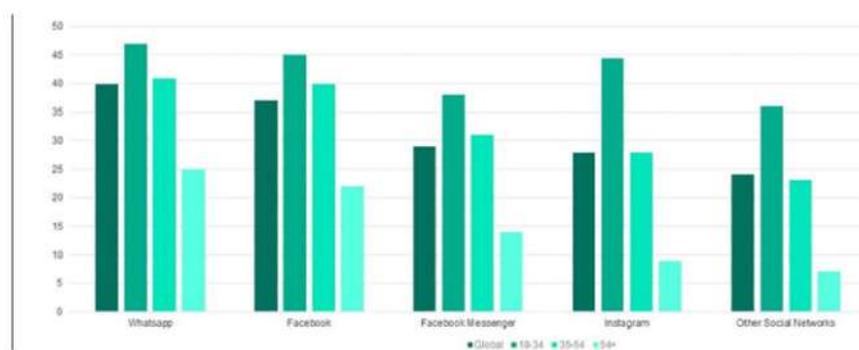
Quel réseau social privilégié ?

OBJECTIFS MARQUES	CODE PLATEFORME	TONALITÉ ÉDITORIALE	Intéressant pour :
 <p>PUISSANCE : notoriété, acquisition, génération de trafic, Social CRM... Conversation, insights consommateurs</p>	CONVERSATIONNEL	convivialité	Engager sa communauté et échanger avec elle. Transmettre des émotions Partager du contenu « viral ». Mettre en scène sa structure et ce qu'il s'y passe Acheter de l'audience auprès de ses cibles (Ads)
 <p>IMPACT VIDÉO : storytelling, viralité publicitaire Collaboration avec les Youtubeurs/euses</p>	Divertissant Pratique ("how to")	authenticité	Pouvoir sa structure, ses services par la vidéo. Mettre en scène sa structure et ce qu'il s'y passe. Être authentique mais avec un montage soigné.
 <p>SOCIAL CRM : service clients RP : célébrités, leaders d'opinion Corporate, B-to-B : Social Selling</p>	«Live» Public	empathie	Toucher les influenceurs et la presse. Toucher la sphère économique et politique locale. Entretenir son réseau BtoB
 <p>RH : valoriser sa marque employeur (recrutement, employee advocacy) Corporate, B-to-B : Social Selling</p>	Professionnel Sérieux	professionnalisme	Parler de son entreprise « coté pro » / Recruter Développer son réseau pro et BtoB. Entretenir et engager son réseau pro et BtoB. Cibler les clientèles affaires et MICE (Ads)
 <p>CIBLE JEUNE : acquisition, rajeunissement de son image</p>	Décomplexé Éphémère	spontanéité	Toucher les jeunes générations.
 <p>PRÉFÉRENCE DE MARQUE : mettre en scène ses produits, s'appuyer sur les instagrameurs, l'UGC</p>	Esthétique "off"	émotion	Transmettre des émotions par l'image. Valoriser son #Hashtag et encourager les publications par vos clients. Identifier et collaborer avec des influenceurs. Développer des messages avec les Stories / créer des habitudes Acheter de l'audience auprès de ces cibles (Ads)
 <p>SOCIAL COMMERCE : susciter l'achat Social Listening : détecter les tendances</p>	Découverte Aspirational	désirabilité	Présenter son offre et ses services dans un approche « catalogue produit social ». Toucher une cible féminine.

[en aparté]

L'utilisation des réseaux sociaux pendant le confinement a augmenté de 61 % par rapport aux taux d'utilisation observés habituellement !

L'augmentation en % de l'utilisation des différents médias sociaux au global et par tranches d'âges:



COMMENT COMMUNIQUER SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX PENDANT ET APRÈS LA CRISE ?

Mais là, on est pendant ou après ?



Comment communiquer sur les réseaux sociaux pendant et après la crise ?



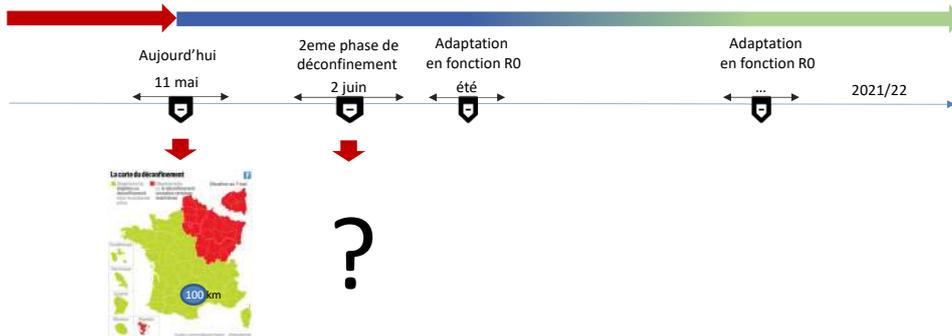
Confinement



Déconfinement transitoire (progressif)



Déconfinement total



id-rezo

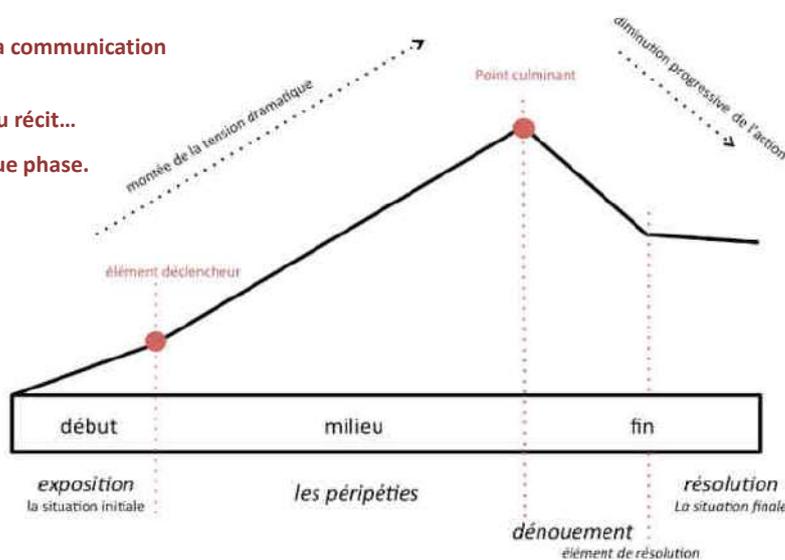
© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

[en aparté]

Il est important de réfléchir sa communication comme un récit...

Avec l'approche temporelle du récit...

Il faut être raccord avec chaque phase.



id-rezo

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Les enseignements du confinement :



L'injonction à prendre en compte la situation dans sa communication avec une approche qui reconforte, plus qu'elle ne plombe... et surtout sans essayer de vendre quoique ce soit !

> L'importance de montrer qu'on est là, qu'on est toujours debout et que l'on agit !

> Pour ceux qui en ont besoin.



> Pour ceux qui bossent et qui font tourner le pays...



id-rezo

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Les enseignements du confinement :



> L'importance de montrer qu'on est là, qu'on est toujours debout et que l'on agit !

> Pour ceux qui sont confinés et qui ont (eu) de nouvelles problématiques à gérer (le gros de vos clients)...



id-rezo

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Les enseignements du confinement :



> L'importance de montrer qu'on comprend la situation et que l'on a des valeurs, de l'éthique.



[id-rezo](http://id-rezo.com)

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Comment communiquer sur les réseaux sociaux pendant et après la crise ?



Ce qui change, maintenant, c'est que l'on peut se projeter (un peu) !



...mais on a des perspectives,
sous contraintes...

Les inquiétudes
sont toujours là...

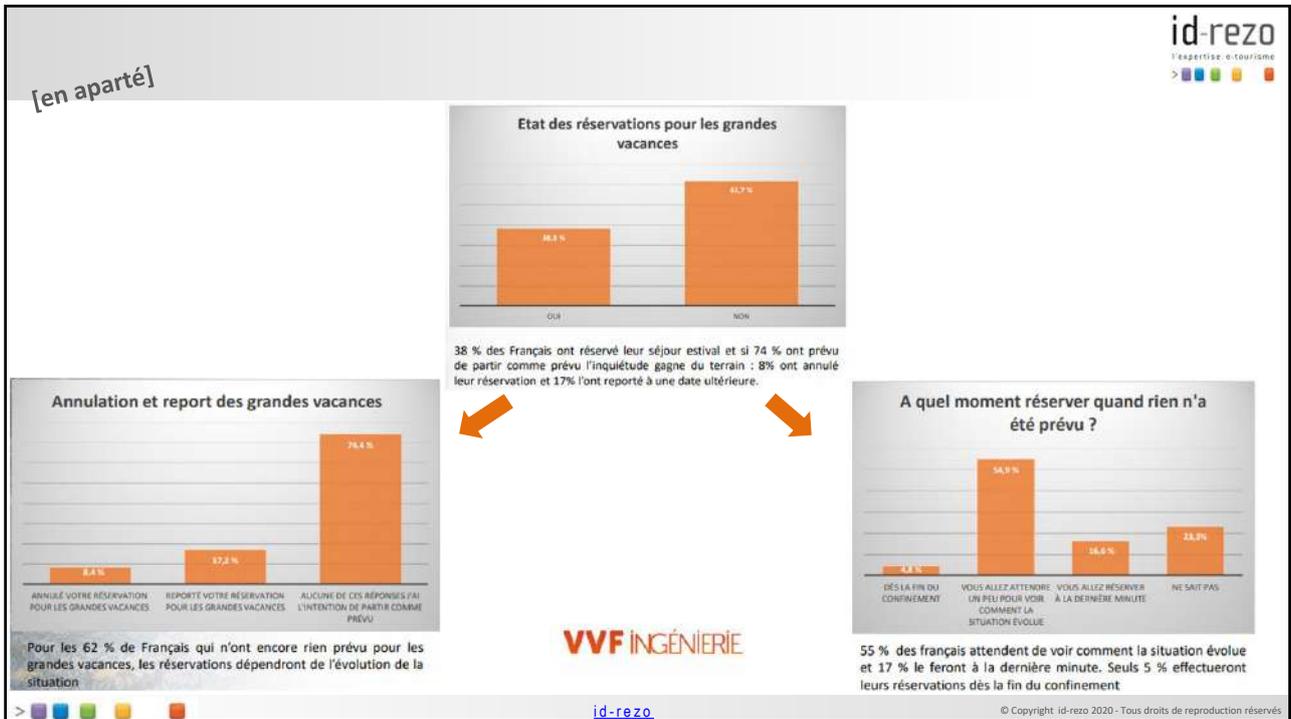
Contraintes & préoccupations à prendre en compte :

- Inquiétudes sur les **risques de contamination**.
- Besoin de **rassurance** sur le sérieux et la **fiabilité** des mesures sanitaires mises en **place**.
- Remise en question de la **qualité** de l'expérience recherchée avec de la **distanciation sociale** et des **mesures de désinfection** un peu partout.
- **Incertitude** sur l'évolution de la situation.
- Besoin de **flexibilité** sur les **conditions de réservation**.
- **Déplacements limités** à 100 km ou intra départemental.
- **Accès aux lacs et centres nautiques réglementé**.



[id-rezo](http://id-rezo.com)

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés



Comment communiquer sur les réseaux sociaux pendant et après la crise ?



Répondre aux besoins « post confinement » :



Et faire le lien avec son offre...



[id-rezo](http://id-rezo.com)

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Comment communiquer sur les réseaux sociaux pendant et après la crise ?



Répondre aux besoins « post confinement » :



Et faire le lien avec son offre...



[id-rezo](http://id-rezo.com)

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Comment communiquer sur les réseaux sociaux pendant et après la crise ?



Répondre aux besoins « post confinement » :



Et faire le lien avec son offre...



[id-rezo](http://id-rezo.com)

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Comment communiquer sur les réseaux sociaux pendant et après la crise ?



Répondre aux besoins « post confinement » :



Et faire le lien avec son offre...



[id-rezo](http://id-rezo.com)

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Comment communiquer sur les réseaux sociaux pendant et après la crise ?

#0 Prenez le temps de réfléchir à votre stratégie de contenu !

Répondre aux besoins de vos cibles en « déconfinement »

Quels comportements et usages en matière de tourisme dans le contexte actuel ?

Quels besoins/attentes en termes de services ?

Quelles attentes en termes d'expériences ?

Prendre en compte les contraintes sanitaires et préoccupations de vos cibles

Quels éléments de rassurance apporter sur les mesures sanitaires prises, sur les conditions de réservation ?

...

Projeter mon offre et mes services dans le contexte actuel

Quels sont mes atouts dans le contexte actuel ?

Quelles adaptation/évolution de mon offre dans le contexte actuel ?

Sous quels angles puis-je valoriser mon offre et ses adaptations ?

S'adapter à l'actualité

Quels sont les évènements à venir ?

Quelles opportunités de communication m'offre l'actualité ?

...

Adapter sa communication à ses différents supports de com

Site web

Dois-je produire un contenu, une page dédiée pour ce message ?

Réseaux sociaux

Quel format, quel réseau social est le plus adapté à ce message ?

Dois-je avoir recours à la publicité ?

Sites de partenaires

Quelles mises à jours des information sur les sites partenaires ?

Quels sites pour relayer mon message, mon offre ?

Relation presse

Dois-je faire un communiqué de presse pour ce message ? Qui peut le relayer ? ...

 © Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Comment communiquer sur les réseaux sociaux pendant et après la crise ?

#1 Travailler les « contenus importants » sur votre site web en premier !

[Principe vis-à-vis des mesures sanitaires]

Annonce évidente sur votre page d'accueil

↓

Page dédiée

+

FAQ sur les fiches « produit »

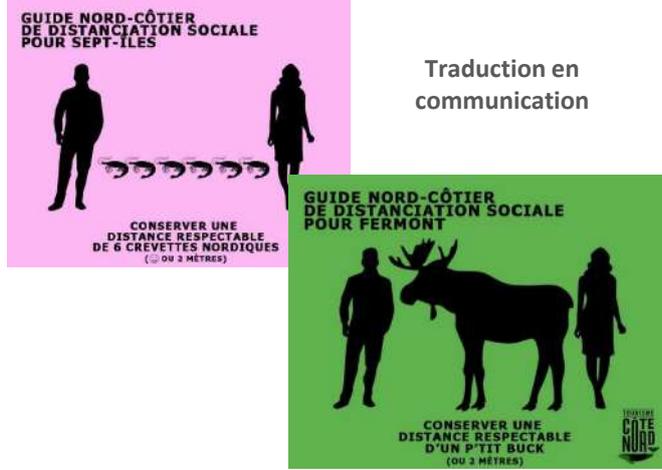
« Je touche quoi ? Je croise qui ? Je mange quoi ? »

...



→

Traduction en communication



 © Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

[Exemple]

Hôtel de France
7 rue, 1041 G
HÔTEL OLIVERT

POUR UN SEJOUR PLUS SUR

PRENDRE SOIN
Nous faisons tout pour que votre séjour soit le plus sécurisé, hygiénique et agréable pour vous !

PROTEGER
Notre équipe est formée pour respecter les gestes qui protègent vos clients et collaborateurs, en passant à vous !

NETTOYER
Nous appliquons un protocole sanitaire très rigoureux pour que vous soyez totalement sereins chez nous !

FACILITER
Nous recommandons une réservation en direct pour que sa durée soit plus sûre entre nous !

id-rezo

id-rezo

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Hôtel de France
RESTAURANT
DAMIERS DEPUIS 1948

Réservation en direct
05 61 60 20 88

ACCUEIL | PRESENTATION | NOS CHAMBRES | CARTE & MENUS | PHOTOS | CONTACT | ACCES

HÔTEL *** DE FRANCE & RESTAURANT
5 cours Joseph Fombaud
02100 Damiers

Meilleur tarif garanti pour l'une de nos 31 chambres !

Arrivée: 09/05/2020
Départ: 13/05/2020
1 nuit(s)
Adulte(s): 2
Enfant(s): 0
1.000.000€

id-rezo

id-rezo

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

[en aparté]

Attention au choix des images...

Mama Shelter
@Mama ShelterOfficial

Accueil
Boutiques
Événements

J'aime S'abonner Partager Réserver Envoyer un message

id-rezo

id-rezo

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Attention au discours...

Hotel Mucrina
30 avr., 17:37

CHERS CLIENTS , DÉCONFINEMENT

Après 2 mois terribles , nous sommes OUVERT , avec cependant quelques restrictions de services , et bien sur des règles sanitaires à respecter , au moins encore pour le mois de Mai .

Merci de bien vouloir nous contacter en direct au 04 67 21 78 25 , ou , hotelmucrina@wanadoo.fr , au lieu de passer par les centrales de réservation qui nous fragilisent d'avantage .

Nous vous donnerons toujours les meilleures conditions tarifaires et vous expliquerons les mesures actuelles .

Nous vous attendons , dans la mesure du possible de vos déplacements , et ferons tout pour que votre séjour se déroule au mieux et sereinement .

A bientôt
Cordialement
Jacqueline et William

J'aime Commenter Partager

id-rezo

id-rezo

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

[Exemple]

Millau Natura Quad
8 mai, 20:13

Salut à tous ! Ça y est, on y est ! Le 11 Mai nous reprenons les balades 🌞
 Spray désinfectant pour les casques, gants et le guidon du quad, gel hydro avant et après avoir mis les gants, toujours 20 mètres de distance entre les quads, 9 participants max par groupe et c'est parti pour respirer en Nature ! A bientôt et continuer de faire attention à vous, déconfinement ne veut pas dire que les virus n'est plus là 🌞

39 likes • 10 partages

J'aime Commenter Partager

id-rezo
l'expertise e-tourisme

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

[Exemple]

ZooParc de Beauval
60MI ÉQUESTRE • ZOO • ANIMAUX • SPECTACLES ET ACTIVITÉS • MISSIONS • ACTUALITÉ • PRÉPAREZ VOTRE VISITE

BIENVENUE AU ZOO PARC DE BEAUVAL
Le ZooParc est temporairement fermé

INFORMATION COVID-19
 En cette période particulière, la santé et la sécurité de nos collaborateurs et de nos visiteurs est notre priorité. Conformément aux mesures nationales de lutte contre la propagation du COVID-19, le ZooParc de Beauval et ses hôtels seront fermés au moins jusqu'au 1er juin inclus. En relation constante avec les services de l'état, nous vous informons de notre réouverture.
 Pour suivre toutes nos actualités, nous vous invitons à consulter notre site web zoobeauval.com et à consulter nos réseaux sociaux qui seront mis à jour régulièrement.
 Durant cette période, prenez soin de vous.
 Les animaux se portent bien et nos équipes animalières et vétérinaires continuent de prendre soin d'eux au quotidien pendant la fermeture au public.
 Vous êtes en possession de billets ou séjours valables pendant cette période ? Consultez toutes les informations.
 Merci de votre compréhension
 #OnVousAttendAPRES
 #PrenezSoinDeVous

UNE QUESTION ?
 Cliquez sur un des paramètres de Zooparc de Beauval

Zoo de Beauval
15 mars

Mise à jour le 30 avril 2020 - 13h
 Information Coronavirus – Prolongation de la fermeture
 Nous nous adaptons en temps réel aux arrêtés gouvernementaux pris selon l'évolution de la situation. Suite aux dernières directives, le ZooParc de Beauval et ses hôtels prolongent leur fermeture jusqu'au 1er juin minimum.
 Pour toute question concernant vos réservations (billets ou séjours), nous vous invitons à consulter les indications détaillées sur notre site internet [https://www.zoo...](https://www.zoo-beauval.com) Afficher la suite

6,3 K likes • 1 K commentaires • 931 partages

J'aime Commenter Partager

[Exemple]

The image shows a screenshot of the LeMéditerranée website on the left and a Facebook post on the right, connected by a blue arrow. The website features a large banner with the text "RÉSERVEZ MAINTENANT PAYEZ PLUS TARD" over a scenic view of a beach and mountains. The Facebook post is from "Camping Le Méditerranée Argelés" and contains the text: "Réservez maintenant, payez plus tard", a link to a booking page, and a photo of a boat on the water. The Facebook interface shows 22 likes and 9 comments.

id-rezo
l'expertise e-tourisme

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

[Exemple]

The image shows a screenshot of a Facebook post from "mouvnature" on the left and a promotional graphic on the right, connected by a blue arrow. The Facebook post features a photo of a person on a bicycle on a beach and text explaining that activities are postponed due to the current situation. The promotional graphic on the right has a blue background and text: "Bientôt un planning de retour à la vraie vie avec des rivières, du kayak, des découvertes du monde marin en bord de mer et plus d'aventures pour tous les aventuriers!". It also includes a photo of people kayaking and a waterfall.

id-rezo
l'expertise e-tourisme

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Comment communiquer sur les réseaux sociaux pendant et après la crise ?



#2 Ciblez vos messages !

id-rezo

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

[en aparté]

Conquête

Fidélisation

Audience personnalisée	Personnes touchées	Informations
763	46	3 commentaires 1 partage

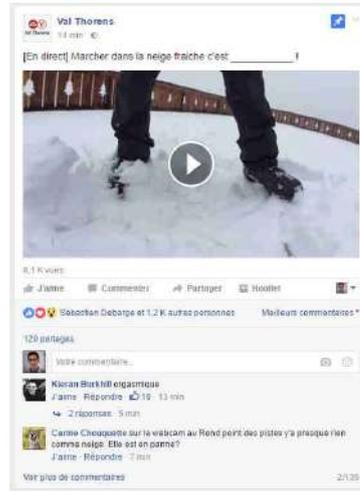
id-rezo

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Comment communiquer sur les réseaux sociaux pendant et après la crise ?



#3 Mettez les toutes chances de votre côté pour favoriser les interactions !



[en aparté]

[Comprendre l'algorithme de Facebook]

$$\text{News Feed Visibility} = \text{I} \times \text{P} \times \text{C} \times \text{T} \times \text{R}$$

Interest Post Creator Type Recency

Intérêt d'un utilisateur par rapport à une page.

> Plus un utilisateur interagit avec une Page, plus Facebook aura tendance à lui montrer les publications de cette Page dans son fil d'actualités. (PB : Les Pages ont bien moins de poids que les profils).

Post = Performance de la publication avec les autres utilisateurs.

> Plus une publication a de l'engagement (likes, commentaires et partages), plus elle a de la visibilité. L'origine des interactions est aussi un élément important. Si elles proviennent de personnes ou de Pages avec lesquelles, l'utilisateur a de l'engagement, la visibilité de la publication auprès de cet utilisateur sera accentuée. (NB : La performance s'apprécie désormais plus par le volume et la taille des commentaires que par les likes).

Creator = celui qui publie. Est-il bon ou mauvais ?

> Si une Page génère peu d'interactions en général, la portée de ses publications sera limitée.

Type = Le type de publication.

> Le contenu vidéo (pré-enregistré ou live) est privilégié par l'algorithme de Facebook, ensuite viennent les images et les liens.

Recency = La « fraîcheur » de la publication (durée de vie courte)

Facebook détermine ce qui apparaît ou pas... dans les fils d'actualités des utilisateurs.



Comment communiquer sur les réseaux sociaux pendant et après la crise ? 

#4 Valorisez les expériences à vivre chez vous et sur votre destination !



<https://www.chilowe.com/>

<https://www.audetourisme.com/fr/experiences/>

<https://www.reunion.fr/nos-experiences>

<https://www.avoriaz-aventures.com/micro-aventures>

id-rezo © Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Comment communiquer sur les réseaux sociaux pendant et après la crise ? 

#5 Soyez bien veillant et n'hésitez pas à partager vos émotions (sincèrement) !



id-rezo © Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Comment communiquer sur les réseaux sociaux pendant et après la crise ?



#6 Valorisez votre richesse humaine !

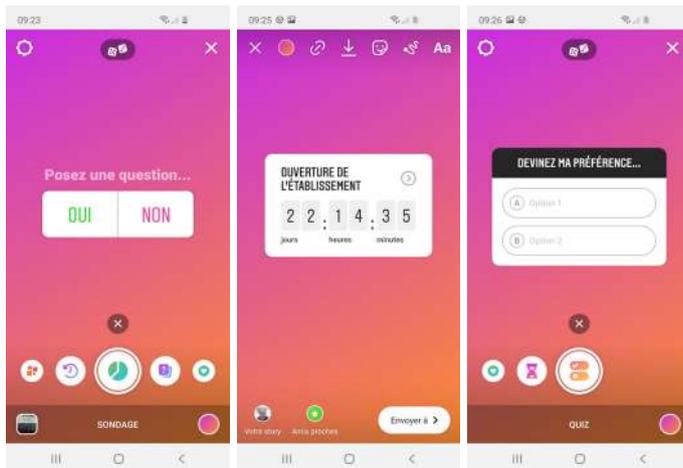


id-rezo

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

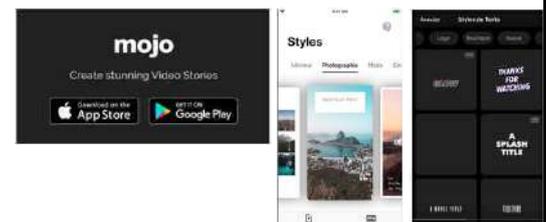
[en aparté]

[Le format « Storie » est bien adaptée à la présentation d'équipe]



- Quelques idées de Stories :
- Dévoiler les coulisses de l'entreprise.
 - Partager un moment insolite dans votre structure.
 - Proposer une offre spéciale de manière éphémère.
 - Dévoiler en exclusivité des nouveautés.
 - Compiler des contenus utilisateurs (photos Instagram) pour valoriser vos prestations ou votre destination.
 - ...

[Appli sympa pour faire des belles Stories]



id-rezo

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

[Exemple]

id-rezo
l'expertise e-tourisme

id-rezo

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Comment communiquer sur les réseaux sociaux pendant et après la crise ?

#7 Communiquez sur vos valeurs !

id-rezo

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

[Exemple]



Domaine du Conte Bleu
4 h G

L'APERITIF

Même si cela reste un sujet qui risque fort peu de vous intéresser, bien rendez que vous êtes sportifs dans l'âme, consommateurs d'eau le jour et buveurs de bière le soir, pour nous l'apéro c'est sacré, surtout depuis que nous sommes dans le Tam. Il le sera tout autant à l'ouverture du Conte Bleu. Comme tout est actuellement bien calme, nous avons largement le temps de tout tester.

Côté liquide comme solide, nous puisons aussi le local. Le liquide d'abord... On parle beaucoup de Galignol dans la région, bien qu'il ne soit pas originaire d'ici. Mais pour le fabriquer "maison" il faut des feuilles de cerisier et des cerises... C'est la pleine saison actuellement et nous avons très très cerisiers dans le jardin, mais nous nous disons que cette boisson à base de vin rouge coupe à l'alcool risque fort bien de vous mettre sur la tête avant même de passer à table.

Trente minutes de voiture d'ici suffisent pour atteindre la Gallacois, l'un des plus anciens, si pas le plus vieux vignoble de France. C'est une terre de blanc avant tout mais l'on y produit aussi d'excellents rouges et même des bulles, et pas n'importe lesquelles. Ici l'on parle en fait de méthode ancestrale au méthode galignoise. Qu'est-ce ? Pour la petite histoire, un certain moine du nom de Dom Pérignon aurait emprunté une technique de vinification au vignoble de Limoux avant de l'apporter en Champagne. Pour les Gallacois c'est fortaise car c'est chez eux que tout a commencé et révoquez surtout pas Limoux en tant tamoise au risque de vous fêcher avec les vignerons du cru. Surtout que le mauczer, un cépage blanc, est l'un des seuls raisins à n'avoir jamais décliné des vignobles du Tam.

La méthode est la suivante. Le jus pressé est en partie fermenté puisque l'on amène cette dernière dès que l'on a atteint un certain degré de sucres résiduels (qui varie selon chaque vigneron). Le jus est ensuite filtré, mais partiellement seulement, avant d'être mis en cuve au froid pour quelques mois. Lors de la mise en bouteille, les levures précipitées du liquide en vieillissant par la chaleur du printemps mangent peu à peu le sucre restant pour ensuite le transformer en gaz et donc en bulles. Seule une quinzaine de vignerons à Gallac pratiquent cette méthode qui donne des vins pétillants bien plus personnels. Les autres, la grande majorité, font ce qui s'en appelle de la bulle technologique. En d'autres termes, des vins entièrement filtrés auxquels on ajoute une bille de sucre à la mise en bouteille. Occasionnellement ainsi des vins bien moins intéressants et personnels. Nous optons donc sans aucun doute pour une méthode galignoise.

On vous assure pas trop ? Vous aimez ? Dans ce cas parlez de solide. La partie du Tam où nous nous trouvons s'appelle le Ségala, terre de culture mais surtout d'élevage, aux portes de l'Aveyron. L'on y trouve bon nombre de bovins, essentiellement de la limousine mais si vous changez de département, ce sont des Lacunes que vous rencontrerez, ces fameuses tribales indispensables à la fabrication du Roquefort. Les viandes les plus présentes dans la région sont le bœuf, le canard, le porc, la volaille et le lapin. Nous nous sommes donc focalisés sur cette présence locale et en toute simplicité. Que d'écoutez-vous d'une petite ribotte de lapin au vin blanc de Gallac et aux herbes de la région ? (Un ami viendra étudier notre blague et nous enseigner la qualité sauvage avant de nous lancer). C'est aussi du fait de porc au pinard d'Espérelles ou encore d'un magret de canard séché aux trois poivres ? En attendant que nos poivriers du Sichuan et de Tasmannie, glands défilés maris, arrivent à maturité (après attendre deux ans) nous avons utilisé du Sichuan pour son côté agumine, du Mentha et du Lempong, tous deux indonésiens, l'un pour son côté floral et l'autre pour son côté boisé. Le sel utilisé est un sel gemme issu d'une saline des Pyrénées. Cela vous semble trop simple pour l'apéro ? Mincez pas à nous faire part de vos suggestions (SONDAGE) Beaucoup de texte pour un petit bout de porc et un fin morceau de canard ? Bien sûr, mais quand on aime, on ne compte pas.

Avec, bonne bière à tous ! Et bonne fête à toutes les mamans ❤️



6 commentaires 1 partage


© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Comment communiquer sur les réseaux sociaux pendant et après la crise ?



#8 Appuyez-vous sur les contenus existants pour valoriser vos offres et vos services !

[exemple]

Offre de privatisation pour fêter dignement son anniversaire !

Gestionnaire de publicités

Ciblage avancé

Inclure les personnes qui correspondent à

Données démographiques > Événements marquants > Anniversaire > Mois de naissance

Anniversaire en avril

Anniversaire en mai

Anniversaire en mars

Q. Ajoutez des données démographiques, centres d'intérêt o Suggestions Parcourir



Fêter son anniversaire pendant le confinement

208788 vues · 19 mars 2020

164 166 PARTAGER 19 COMMENTAIRES

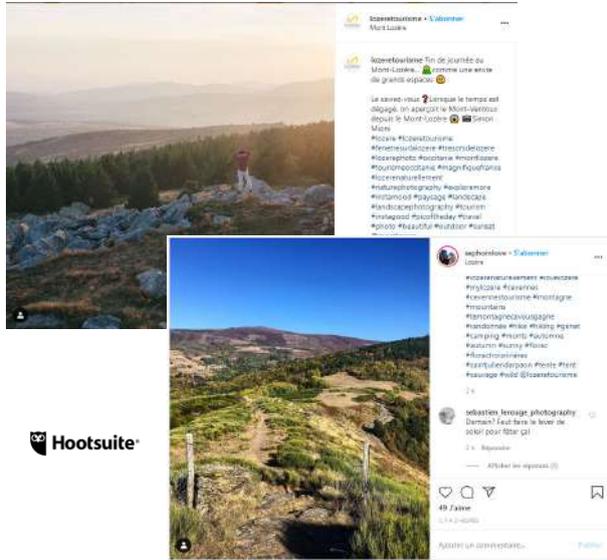
id-rezo


© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

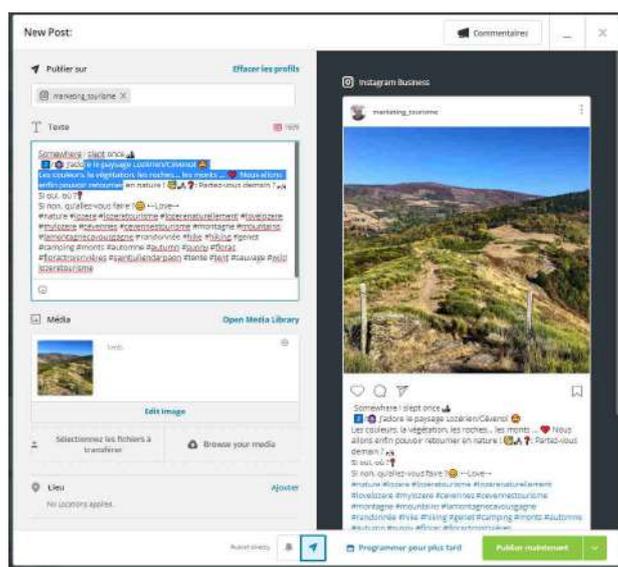
[en aparté]

id-rezo **Corse du 12** Page d'accueil Contact A propos Agence Affiliés

- T'ouvres ou fermes la lumière,
- tu finis dans le batarde après avoir trop bu,
- tu mets tes courses dans la malle de la voiture et pas dans le coffre,
- tu connais plein d'arcouilles,
- tu ne glâches pas mais tu sèmes,
- tu ne fermes pas la porte à clé mais tu la claves,
- tu n'es pas surpris mais espanté,
- tu avais des pétaques sur la route,
- tu vas au bal piti au déjeuner aux tripoux, aux escargots, à la soupe aux fromages ou à la tête de veau,
- tu ne fais pas d'exploits mais des espats,
- tu ne lances pas un objet mais tu l'encornes,
- tu manges des chocolaines et pas des pâtes aux chocolats,
- tu ne dors pas mais tu cubes ou tu cuques ou tu t'assaque ou t'ensuques,
- on ne fait pas chier mais on le fait cogner,
- tu ne cries pas mais tu brames,
- tu ne t'effouffes pas mais tu t'engailloques,
- on ne t'armaque pas mais on t'escanne,
- tu bois du marçillac et quand y en a plus c'est la scade,
- ça ne colle pas mais ça pague,
- tu ne somelles pas mais tu cabèques,
- tu ne tombes pas sur les fosses mais tu t'agailouilles,
- tu fais la cuisine dans une toupine et non dans une marmitte,
- tu ne connais aucune tête bouille mais plein de cabords,
- tu ne fermes pas le portail mais la cléde ou le portanel,
- tu ne marches pas dans les flages mais azagues,
- tu dis "mascari", "boudou" ou "miliadou",
- quand tu cuisines ça ne crame pas mais ça rabîne,
- tu n'utilises pas un chiffon mais un pètas,
- quand tu es un trou au paraton il faut le repètasser,
- tu ne t'accroches pas mais tu te mets à coucoulou,
- tu ne dis pas un pneu mais un "pneuo",
- tu vas au quire et pas au foto,
- tu dis tchinger et pas t'empap,
- tu dis à biste de nai et pas à peu près,
- tu t'enganas,
- tu ne fais pas un mélange mais un mescladi,



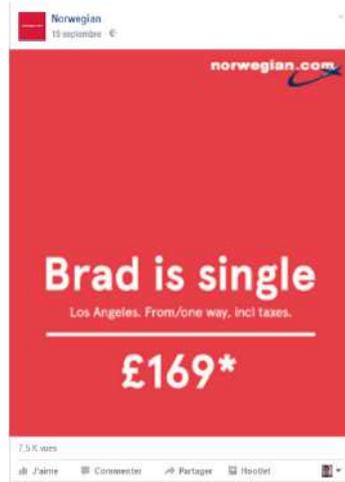
[en aparté]



Comment communiquer sur les réseaux sociaux pendant et après la crise ?



#9 Surfez sur l'actualité en faisant le lien avec votre structure, vos services, votre destination !



[exemple]

Le Festival de Cannes est reporté :-/
Montez les marches chez nous, vous serez reçu comme des stars 😊



id-rezo

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

[En aparté]

Outils précieux : le calendrier des marronniers.



AVRIL -2020- DANS TA PUB

LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENDREDI	SAMEDI	DIMANCHE
		1 - 1er jour de l'Estivage scolaire	2	3	4 Journée de la tournée d'été	5 Mardi de Pâques
6	7	8 Journée de la santé	9	10 Coûte la (après 19h)	11	12
13 Lundi de Pâques	14	15 Journée de l'art	16 Journée de la vie	17 10 ans d'Appel 112	18 Cinquante Chansons	19
20	21 Journée mondiale de la cuisine et de l'artisanat	22 Journée de la fibre	23 Journée de la fleur	24	25	26 Cadeau de Noël de l'ILEDEA - 1er jour de l'Estivage scolaire (après 19h)
27	28 Black Widow - Journée de la danse	29	30 Fête internationale de l'Alpinisme			



agence-tiz Mai 2020

Lun.	Mar.	Mer.	Jeu.	Ven.	Sam.	Dim.
				01 1er jour de l'Estivage scolaire	02	03 Journée de l'art
04 1er jour de l'Estivage scolaire	05	06	07	08 1er jour de l'Estivage scolaire	09 Journée de la fleur	10
11 1er jour de l'Estivage scolaire	12 Mardi de Pâques	13	14	15 1er jour de l'Estivage scolaire	16 1er jour de l'Estivage scolaire	17
18	19	20 1er jour de l'Estivage scolaire	21	22	23 1er jour de l'Estivage scolaire	24 1er jour de l'Estivage scolaire
25 1er jour de l'Estivage scolaire	26	27	28	29 1er jour de l'Estivage scolaire	30 1er jour de l'Estivage scolaire	31 1er jour de l'Estivage scolaire

id-rezo

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

[Exemple]

[Limitation des déplacements à 100 km]

[Fermeture des plages]

id-rezo

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

Comment communiquer sur les réseaux sociaux pendant et après la crise ?

#10 Rassurez avec des contenus « utilisateur » !

A) Encourager la publication de photos par ses clients en séjour !

En mettant en scène votre hashtag dans de votre structure !

En le suggérant à vos clients !

B) Réutiliser les meilleurs contenus dans votre communication (avec l'autorisation)

id-rezo

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

[En aparté]

Où est la vraie famille ?



[Faux]



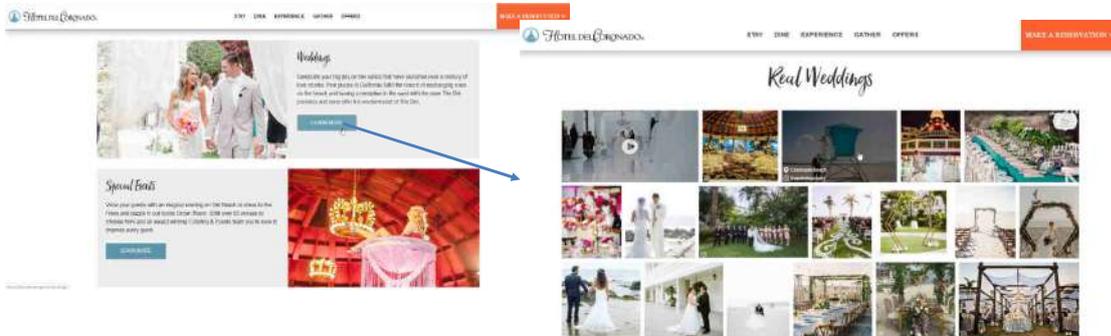
[Vrai]

Le « vrai » existe sur les réseaux sociaux, il faut l'encourager, le valoriser et oui... l'utiliser sur ses supports !

Instagram



[Exemple]



En synthèse...



- #1 Travaillez les « contenus importants » sur votre site web en premier !
- #2 Ciblez vos messages !
- #3 Mettez les toutes chances de votre côté pour favoriser les interactions !
- #4 Valorisez les expériences à vivre chez vous et sur votre destination !
- #5 Soyez bien veillant et n'hésitez pas à partager vos émotions (sincèrement) !
- #6 Valoriser votre richesse humaine !
- #7 Communiquez sur vos valeurs !
- #8 Appuyez-vous sur les contenus existants pour valoriser vos offres et vos services !
- #9 Surfez sur l'actualité en faisant le lien avec votre structure, vos services, votre destination !
- #10 Rassurez avec des contenus « utilisateur » !



[id-rezo](#)

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés

"A vos côtés !"

UN DEVOIR - UNE NÉCESSITÉ

**TOURISME
AVEYRON**
Agence de Développement Touristique

**CORRÈZE
tourisme**
Agence de développement touristique

**HAUTE
LIMOGES
VIENNE**

LOT TOURISME
AGENCE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE

lozère
TOURISME

11 MAI 2020 – 10H00

COMMENT COMMUNIQUER SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX PENDANT ET APRÈS LA CRISE ?

MERCİ BEAUCOUP POUR VOTRE ATTENTION

[id-rezo](#)

© Copyright id-rezo 2020 - Tous droits de reproduction réservés