



# DOSSIER DE RECOMMANDATIONS

**EPICUVIN**



# 4.

## NOS RECOMMANDATIONS



### CONCEPT : CALUIRE, TERROIR & RÉSISTANCES

*Un territoire qui se goûte,  
une histoire qui se transmet*

# 4.

## NOS RECOMMANDATIONS

### Storytelling



Caluire n'est pas qu'un point sur une carte.  
C'est une **terre de passages, de mémoires et de convictions.**

Dans une maison, Jean Moulin a été arrêté.  
Dans la pierre des monuments, des noms continuent de résonner.  
Dans les vignes du Val Foron, la terre se souvient.  
Sur la passerelle de la Paix, l'histoire se traverse encore.

**Ici, on a résisté.**

À l'oubli.

À la facilité.

À l'uniformité.

Le vin suit ce même chemin.

Il est **mémoire, résilience et projection.**

Il résiste au temps quand il vieillit.

Il résiste au climat quand le vigneron s'adapte.

Il résiste à l'industrialisation quand un terroir affirme sa singularité.

Épicuvin n'est pas un salon qui a lieu à Caluire.  
**C'est un salon né de Caluire.**

Un salon où l'on ne se contente pas de boire un vin, mais où l'on **comprend ce qu'il défend.**

Chaque verre raconte une histoire.

Chaque cépage dialogue avec le territoire.

Chaque vigneron incarne un geste, une conviction, une résistance.

À Caluire, ville de mémoire et d'engagement, le vin devient un lien entre **passé, présent et futur.**

# 4.

## NOS RECOMMANDATIONS

Promesse



### PROMESSE CENTRALE

Faire vivre un salon du vin qui a du sens, qui **raconte Caluire autant qu'il fait découvrir les terroirs de France.**

Épicuvin promet :

- Une expérience de dégustation enrichie par **l'histoire et le patrimoine local.**
- Un salon qui **valorise les vignerons comme des acteurs culturels**, pas comme de simples exposants.
- **Découvrir le vin sans complexe** : Avec Epicuvin, la dégustation devient un moment convivial, pédagogique et rassurant, pensé pour les curieux, pas seulement pour les connaisseurs.

### SIGNATURES POSSIBLES

*« Le goût du terroir, le sens de l'engagement »*

*« Chaque vin raconte un territoire »*

*« L'Histoire se savoure »*

*« L'Histoire se déguste »*



# 4.

## NOS RECOMMANDATIONS

Territoire d'expression



### POSITIONNEMENT

**Un concept dédié à la découverte du vin, pédagogique, inclusif et décomplexé.**

Épicuvin est un salon du vin et des saveurs profondément ancré dans le patrimoine et les valeurs de Caluire, où les terroirs viticoles dialoguent avec l'histoire locale.

### TERRITOIRE

**Vin**  
**Découverte**  
**Transmission simple**  
**Curiosité**  
**Convivialité**

### CE QUE NOUS NE SOMMES PAS

- Un salon d'experts réservé aux initiés
- Un concours de vocabulaire œnologique
- Un événement intimidant ou élitiste

### CE QUE NOUS SOMMES

- Un salon du vin **ancré dans un territoire et des valeurs**, où Caluire donne le ton et le sens.
- Un salon accueillant et rassurant
- Un événement joyeux et ouvert
- Une porte d'entrée vers le monde du vin

# 4.

## NOS RECOMMANDATIONS

### Plateforme de marque



PILIER	
<b>Vision</b>	<p>Devenir, au fil des éditions, un salon de référence où le vin n'est pas seulement dégusté, mais compris, raconté et transmis.</p> <p>Un événement reconnu :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• pour la qualité et la diversité de ses vigneronnes venues de toute la France</li><li>• pour son ancrage territorial fort et assumé</li><li>• pour sa capacité à fédérer habitants, partenaires et institutions autour de valeurs humaines et solidaires</li></ul>
<b>Mission</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Valoriser des vigneronnes de toute la France comme des passeurs de terroirs et de savoir-faire</li><li>• Mettre en lumière l'identité et le patrimoine de Caluire à travers un événement culturel fédérateur</li><li>• Proposer une expérience de dégustation accessible, narrative et immersive</li><li>• Générer des ressources pour soutenir des causes solidaires portées par le Rotary Club</li></ul>
<b>Raison d'être</b>	<p>Créer un rendez-vous annuel qui célèbre le vin comme un patrimoine vivant, en faisant dialoguer les terroirs de France avec l'histoire, les valeurs et l'engagement solidaire de Caluire.</p>
<b>Valeurs</b>	<p>Engagement, transmission, authenticité, ouverture, humanité</p>

# 4.

## NOS RECOMMANDATIONS

### Messages clés



**Message central :** « *Un salon du vin qui raconte l'histoire d'une ville engagée* »

#### Pour le grand public

Épicuvin n'est pas un simple salon du vin. C'est une invitation à découvrir des vins porteurs de sens, dans un lieu chargé d'histoire.

#### Pour les vignerons

Épicuvin valorise Caluire, son patrimoine, ses valeurs et son engagement citoyen à travers un événement culturel et fédérateur.

#### Pour la presse

- Un salon où le vin devient un récit, un engagement et un lien entre territoires.
- Plus qu'un salon: une immersion dans les terroirs et les convictions
- Le vin au service du territoire et de l'humain

#### Pour le Rotary

Un projet fidèle à l'ADN du Rotary : agir localement, avec exigence, pour des causes humaines.

#### Pour la mairie & les partenaires institutionnels

Épicuvin valorise Caluire, son patrimoine, ses valeurs et son engagement citoyen à travers un événement culturel et fédérateur.

# 4.

## NOS RECOMMANDATIONS

Ton de marque



### Ce qu'on fait ressentir :

- **De l'émerveillement de la curiosité** : le visiteur explore et découvre des terroirs, des cépages rares, des histoires et des traditions locales.
- **De l'appartenance et du lien** : le visiteur a le sentiment d'être partie prenante d'un événement qui a du sens, où l'on contribue à une cause.
- **Du plaisir de de la convivialité** : déguster, rencontrer, partager. Le vin comme vecteur de plaisir et d'échange.
- **Une empreinte durable** : le salon laisse une trace émotionnelle durable : souvenirs, anecdotes, coups de cœur.

# 4.

## NOS RECOMMANDATIONS

Univers sémantique



Mots totems (à utiliser, à ritualiser, à décliner)



Mots tabous (A éviter)

Découverte

Curiosité

Simplicité

Plaisir

Transmission

Accessibilité

Identité

Ancrage

Histoire

Humain

Sens

Culture / Patrimoine

Foire

Marchand

Consommer

Promo

Bon plan

Événement incontournable  
(trop creux)

Champs lexicaux dominants

- **Le temps** : vieillir, durer, transmettre
- **La terre** : sol, racines, origine

- **L'engagement** : choisir, défendre, préserver
- **La narration** : raconter, témoigner, expliquer

# 4.

## NOS RECOMMANDATIONS

Univers sémantique



### DISPOSITIF NARRATIF (MISE EN ŒUVRE CONCRÈTE)

#### 1. Parcours de dégustation thématique où chaque espace du salon illustre un type de « résistance » :

- **Résister au temps** : vins de garde, vins anciens
- **Résister au climat** : vignerons engagés, viticulture durable
- **Résister à l'uniformisation** : cépages rares, vin de micro-terroirs

→ **Cartographie du salon** avec un itinéraire du vin et de l'histoire : les visiteurs suivent un fil narratif, comme une promenade à travers Caluire et ses valeurs.

#### 2. Micro-interviews des vignerons :

« Pourquoi votre vin résiste-t-il ? »

#### 3/ Clins d'œil patrimoniaux panneaux courts liant vin et histoire de Caluire :

Ex :

##### **Jean Moulin – Résistance**

Vin : vin rouge de garde

**Texte panneau** : « *Comme Jean Moulin a résisté ici même, ce vin rouge défie le temps pour garder son caractère. Résister, c'est persévérer.* »

##### **Île Barbe – Sérénité et contemplation**

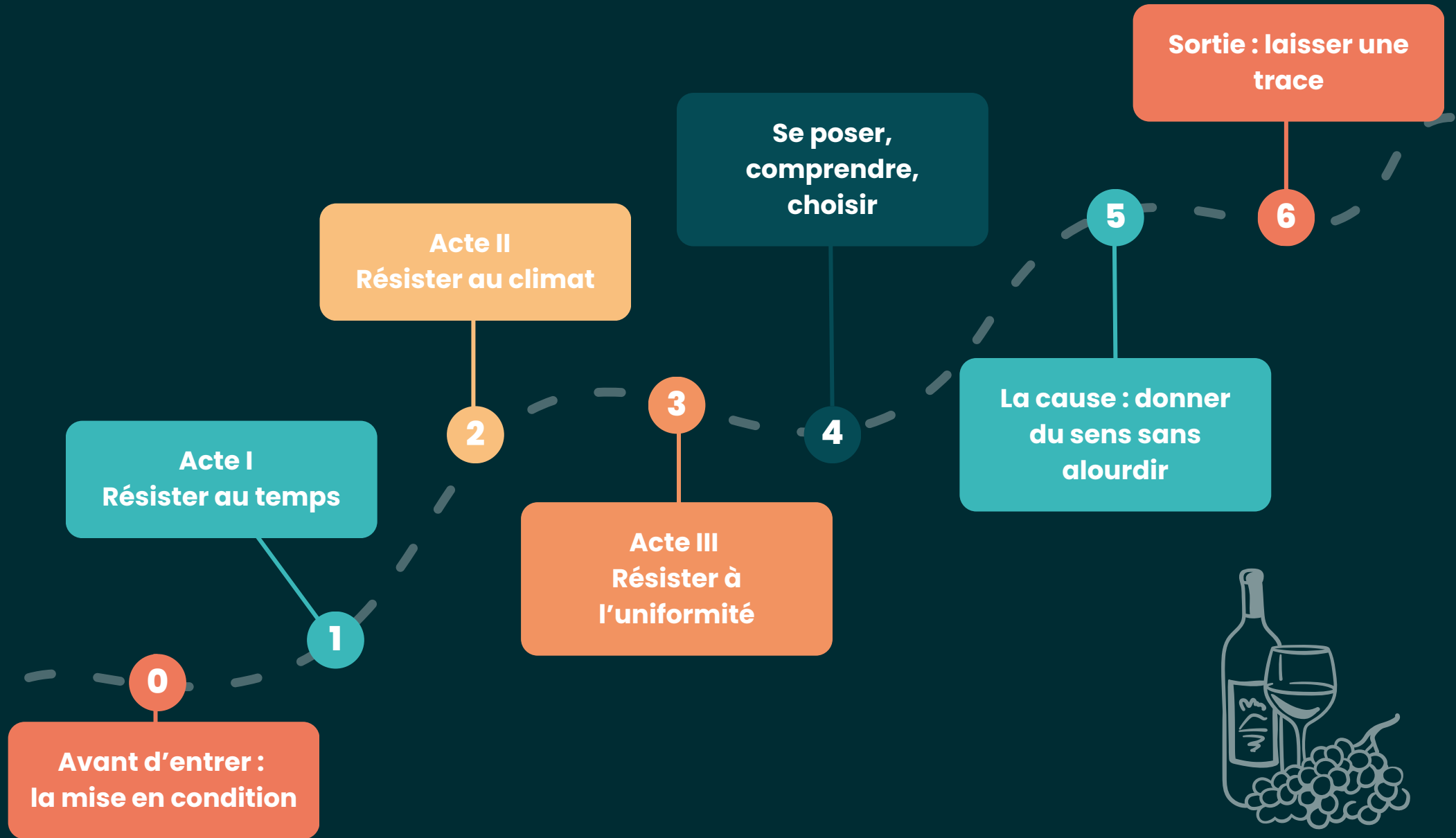
Vin : vin doux ou aromatique

**Texte panneau** : « *Sur l'Île Barbe, le temps ralentit. Dans ce vin, savourez la lenteur et la richesse des arômes.* »

# 4.

## NOS RECOMMANDATIONS

Parcours visiteur



# 4.

## NOS RECOMMANDATIONS

### Parcours visiteur

#### 0. Avant d'entrer : la mise en condition

**Objectif :** faire comprendre en 30 secondes qu'Épicuvin n'est pas un salon classique.

#### Signalétique d'accueil

Un panneau "manifeste", court et lisible :

*"Bienvenue à Épicuvin.*

*Ici, chaque vin raconte une histoire.*

*Chaque terroir défend une conviction.*

*Et Caluire n'est pas le décor.*

*Caluire est l'un des personnages."*

#### Remise d'un plan-parcours (papier ou QR code)

- Les espaces thématiques : les 3 grandes "resistance"
- Les temps forts (interviews, ateliers)
- La / les cause(s) soutenue(s)

#### 1. Acte I : Résister au temps

Vins de garde, transmission, mémoire

#### Vignerons proposant :

- vins de garde
- vieux millésimes
- savoir-faire transmis

#### Panneaux narratifs liant Caluire et le temps :

- Jean Moulin
- Monuments aux soldats
- Bâtiments historiques

**Exemple de panneau :** *"À Caluire, certaines histoires ne s'effacent pas. Comme ces vins, qui prennent leur temps pour dire qui ils sont."*

#### Atelier : Dégustation verticale

- Objectif : comprendre l'évolution d'un vin dans le temps
- Format : 4 cuvées sur 1 cépage

# 4.

## NOS RECOMMANDATIONS

### Parcours visiteur

#### 2. Acte II : Résister au climat

Adaptation, intelligence humaine, avenir

##### **Vignerons engagés :**

- bio, HVE, raisonné
- adaptation des cépages
- nouvelles pratiques

##### **Panneaux narratifs en lien avec le territoire :**

- Voie verte
- Projet de ferme urbaine
- Usine des eaux et anciennes pompes de Cornouailles

**Exemple de panneau :** *“Ici, l’eau a toujours été une ressource précieuse. Dans ces vignes aussi, chaque choix compte.”*

##### **Atelier : Viticulture durable / biodynamie**

- Objectif : montrer les gestes qui préservent le terroir et le climat
- Format : micro-présentation + dégustation

#### 3. Acte III : Résister à l’uniformité

Identité, caractère, singularité

##### **Vignerons plus atypiques :**

- Cépages rares
- Micro-terroirs
- Vins “coup de cœur”, inattendus
- Options no/low alcool

##### **Panneaux narratifs en lien avec le patrimoine :**

- Île Barbe
- vignes du Val Foron
- patrimoine architectural

**Exemple de panneau :** *“À Caluire, on cultive ce qui ne ressemble pas aux autres. Ces vins aussi.”*

##### **Atelier : Les cépages oubliés**

- Objectif : découvrir des vins surprenants, rares ou locaux
- Format : mini-dégustation

# 4.

## NOS RECOMMANDATIONS

### Parcours visiteur

#### Se poser, comprendre, choisir

**Objectif :** éviter la fatigue et l'effet "bazar au vin".

**Espace respiration :**

- eau
- assises

**Micro-interviews des vigneronns :** « Pourquoi votre vin résiste aujourd'hui ? »

**Ateliers rapides :**

- Accords mets-vins
- Apéritifs No/Low : eau aromatisée aux notes vinicoles, bulles désalcoolisées, mocktails inspirés des vins
- Objectif : montrer que modération peut rimer avec plaisir
- Format : 5-10 min, dégustation interactive

**Conseils cadeaux :**

- "Résister au temps"
  - "Résister au climat"
  - "Résister à l'uniformité"
- > Le visiteur peut se dire "Ok, je sais quoi acheter et pourquoi"

# 4.

## NOS RECOMMANDATIONS

### Parcours visiteur

#### 5. La cause : donner du sens sans alourdir

Intégrée au parcours, pas à pas.

##### Panneau clair :

- cause soutenue
- action concrète
- impact local
- mise en avant des vignerons et partenaires solidaires

**Formulation simple :** “En participant à Épicuvin, vous soutenez XXX.

Un engagement local, concret, mesurable.”

**Effet recherché :** fierté de participer.

#### 6. Sortie : laisser une trace

**Objectif :** prolonger l’expérience après le salon.

##### Dernier panneau narratif :

*“Vous repartez avec des bouteilles.  
Et avec des histoires à raconter.”*

##### QR code :

- Recettes ateliers accords mets/vin et mocktails,
- Portraits de vignerons,
- Infos sur le terroir
- Infos sur la cause
- **Livre d’or digital :** pour laisser un message, une photo, une mini vidéo sur des thématiques comme “Mon vin préféré”, “Ma découverte du jour”, “Mon geste pour le territoire”, etc.
  - Ces contributions peuvent être **affichées en direct sur un écran ou collectées pour un album post-salon** sur le site et les réseaux sociaux.
  - Utile pour **laisser une empreinte dans le temps ET toucher les jeunes générations.**

# 4.

## NOS RECOMMANDATIONS

Parcours visiteur

### Ce que vit réellement le visiteur

Il ne subit pas le salon. Il comprend où il est, pourquoi, et ce qu'il goûte.

Il peut :

- flâner
- apprendre
- acheter utile
- adhérer au sens



# 4.

## NOS RECOMMANDATIONS

Pourquoi ça marche ?

### 1/ Un ancrage territorial fort

- Le concept valorise **Caluire comme personnage principal**, pas juste comme décor.
- Il utilise les **lieux emblématiques** pour créer un lien émotionnel avec les habitants et la mairie.
- Cette **dimension territoriale unique** différencie Épicuvin des autres salons Rotary ou Lions, souvent plus génériques.

### 2/ Une narration riche et immersive

- Le storytelling relie **patrimoine, vin et valeurs humaines**, ce qui transforme la dégustation en **expérience culturelle**.
- Le parcours scénarisé des "résistances" crée une **logique de découverte**, qui incite le visiteur à rester, revenir et s'immerger dans le salon.

### 3/ Une différenciation claire sur le marché

- Contrairement aux salons classiques, Épicuvin n'est **pas un simple rassemblement de stands**.
- La mise en avant des **vignerons comme acteurs culturels**, leur diversité nationale et leurs histoires uniques renforce l'intérêt et la légitimité.
- L'axe « résistance et engagement » apporte une **valeur ajoutée narrative et émotionnelle** difficile à copier.

### 4/ Une cohérence avec le Rotary et la cause

- Le concept relie parfaitement **plaisir, culture et engagement** :
- Déguster un vin → découvrir un terroir → soutenir une cause.
- La cause caritative devient un **moteur narratif positif**, qui légitime la participation et le mécénat.
- Le concept permet d'**assurer crédibilité et légitimité** auprès de la mairie, des sponsors et des médias.

### 5 / Une expérience multisensorielle et participative

- Dégustations, micro-interviews, ateliers œnologiques, panneaux narratifs et parcours thématiques créent un **événement vivant et engageant**.
- Les visiteurs ne viennent pas juste acheter ou goûter du vin : ils **vivent une expérience mémorable**, avec des émotions et des histoires à raconter.

En résumé : **ce concept fonctionne parce qu'il combine émotion, sens, différenciation et engagement**, en faisant du vin un vecteur de découverte culturelle et territoriale, tout en soutenant une cause concrète.

# 4.

## NOS RECOMMANDATIONS

Déclinaison partenaires (institutionnels, entreprises, mécènes, collectivités)



### PROMESSE PARTENAIRE

S'associer à Épicuvin, c'est soutenir un événement qui rend le vin accessible et compréhensible pour tous.

### STORYTELLING PARTENAIRE

Epicuvin propose une approche moderne du vin : ouverte, inclusive et pédagogique.

Un cadre idéal pour des partenaires souhaitant soutenir une culture du plaisir responsable et partagé.

### MESSAGES CLÉS PARTENAIRE

- Un événement populaire et qualitatif
- Une image conviviale et moderne
- Une pédagogie claire et valorisante

### POSTURE RELATIONNELLE

- Une visibilité utile, jamais opportuniste
- Une narration simple, facilement relayable en interne et en externe

### PHRASES PRÊTES À L'EMPLOI

« Nous soutenons Epicuvin pour sa vision accessible du vin et son ancrage territorial. »

« Epicuvin est un événement qui rassemble autour du plaisir de découvrir l'histoire. »

# 4.



## NOS RECOMMANDATIONS

Déclinaison exposants (vignerons, producteurs, artisans, restaurateurs)

### PROMESSE EXPOSANT

Présenter son vin dans un cadre Epicuvin qui valorise la transmission simple et la rencontre.

### STORYTELLING EXPOSANT

À Epicuvin, on ne cherche pas à impressionner.  
On cherche à faire découvrir.  
Votre parole compte autant que votre produit.

### MESSAGES CLÉS EXPOSANTS

- Un public curieux et bienveillant
- Une dégustation détendue
- Un vrai temps d'échange

### POSTURE RELATIONNELLE

- L'exposant est un passeur de goût
- Il incarne une approche pédagogique
- Il contribue à l'expérience globale

### PHRASES PRÊTES À L'EMPLOI

- « À Epicuvin, je peux présenter mon vin simplement. »
- « Les visiteurs sont curieux, sans a priori. »

# 4.

## NOS RECOMMANDATIONS

Argumentaire de recrutement exposants (vignerons, producteurs, artisans, restaurateurs)



### Accroche

Et si votre vin devenait une porte d'entrée à la découverte ?

### Le pitch court

Epicuvin est un salon pensé pour les curieux du goût. Un lieu où le vin se découvre sans jargon, sans jugement, sans pression. En exposant à Epicuvin, vous ne venez pas seulement faire déguster :

- vous rendez le vin accessible
- vous accompagnez des visiteurs dans leur découverte
- vous participez à une expérience humaine, conviviale et pédagogique

Ici, on ne prouve pas ce qu'on sait.

On aide chacun à comprendre ce qu'il aime.

# 4.

## NOS RECOMMANDATIONS

Argumentaire de recrutement exposants (vignerons, producteurs, artisans, restaurateurs)



### Pourquoi exposer à Epicuvain ?

#### 1. Un public curieux et bienveillant

Les visiteurs Epicuvain ne viennent pas "tester" les producteurs. Ils viennent apprendre, goûter, poser des questions.

- Tous niveaux, toutes générations
- Aucun a priori et une vraie écoute
- Le droit de dire "j'aime" ou "je n'aime pas"

Un public rassuré... donc plus ouvert, plus engagé, plus sincère.

#### 2. Un cadre qui valorise la transmission

À Epicuvain, votre parole compte autant que votre vin.

- Pitch court, clair, humain
- Une histoire plutôt qu'un discours technique
- Le "pourquoi" avant le "comment"

Vous êtes encouragé à raconter : ce que c'est, comment c'est fait, pourquoi vous l'aimez sans jargon

#### 3. Une dégustation détendue, sans pression

Ici, la dégustation n'est jamais une épreuve.

- Pas de notation
- Pas de comparaison entre producteurs
- Pas de hiérarchie des goûts

Chaque vin est une découverte possible. Chaque échange est un moment de plaisir.

#### 4. Une vraie mise en valeur du producteur

Epicuvain met en avant les exposants comme des **passeurs de goût** : présence valorisée sur les supports de communication, visibilité sur place et en amont du salon, rencontre qualitative plutôt que flux massif. **Vous êtes un acteur du parcours de découverte.**

#### 5. Une expérience alignée avec vos valeurs

Exposer à Epicuvain, c'est adhérer à une vision du vin : ouverte, accessible, responsable. Vous repartez avec le sentiment d'avoir **transmis, partagé, donné confiance.**

**4.**

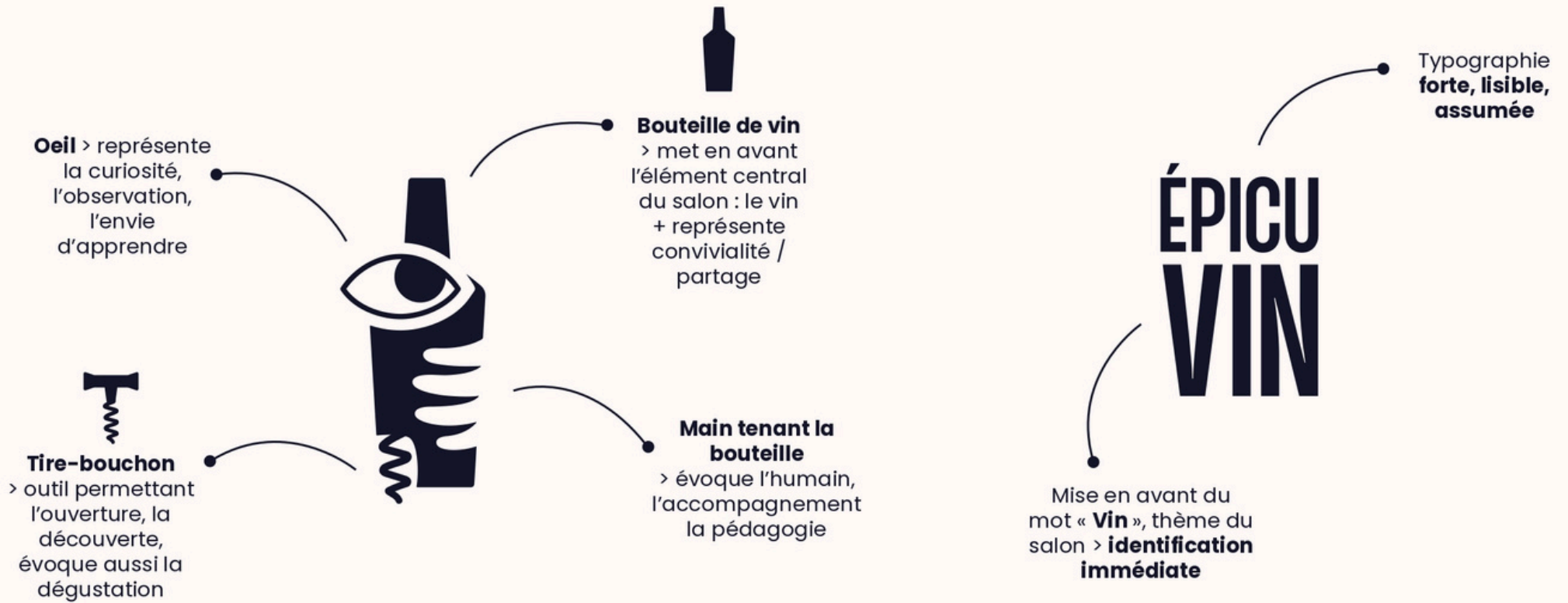
**NOS RECOMMANDATIONS**



---

# **CONCEPT GRAPHIQUE**

---

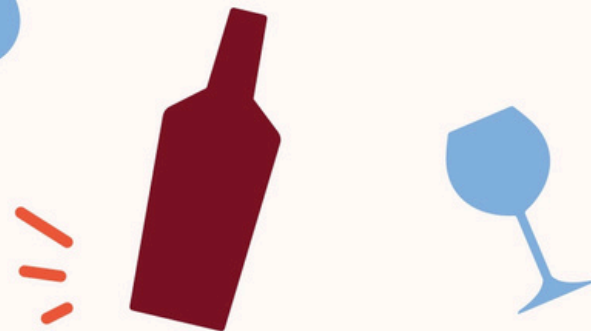


Palette de couleurs  
**chaleureuse,  
moderne et ludique**



LE VIN  
VERSION DÉCOMPLEXÉE

C'EST QUOI UN CÉPAGE ?



LE GOÛT DE LA DÉCOUVERTE

ÉPICUVIN







# Merci pour votre attention !

Des questions ?

## CONTACT

---

09 86 42 66 66

06 74 01 03 04

[mail@arxama.com](mailto:mail@arxama.com)