



Œnotourisme : mode d'emploi, de la conception d'un événement singulier remarquable aux réussites collectives

L'œnotourisme connaît depuis plusieurs années un fort développement en ayant dépassé le seuil des 10 millions de visiteurs accueillis, dont près de la moitié de clientèles internationales, pour une dépense globale de 5,2 milliards d'euros (source Atout France). Parmi les touristes internationaux, les touristes européens sont nombreux à plébisciter la pratique œnotouristique avec en tête les Britanniques, les Allemands et les Belges. Passionnés de découverte et de dégustation, ils sont à la fois de bons clients pour les caves et pour le tourisme régional.

L'œnotourisme, une opportunité pour une filière en mouvement

(source Atout France – les modèles économiques de l'œnotourisme - juin 2022)

Atout France

Atout France est chargée de renforcer le positionnement de la destination France à l'international. Elle accompagne ainsi les territoires dans leur stratégie de développement et favorise le montage de projets d'investissements, afin de stimuler l'offre touristique française et accroître sa qualité. C'est tout naturellement que l'opérateur national du tourisme a choisi les vignobles de la Vallée du Rhône aux multiples atouts œnotouristiques, pour réfléchir sur sa stratégie à long terme.

Depuis 2014, l'interprofession veille et travaille à la structuration de l'offre œnotouristique et au développement de la réception des touristes pour que leur séjour soit en connotation avec le vin. Les vignerons des Côtes du Rhône ont été précurseurs dans cette structuration et ont su très tôt s'adapter et créer la demande. Mais les démarches sont parfois plus complexes qu'il n'y paraît... Vous trouverez dans ce dossier des témoignages de vignerons qui ont créé une activité, fait appel à un professionnel ou participé à un événement collectif déjà existant.

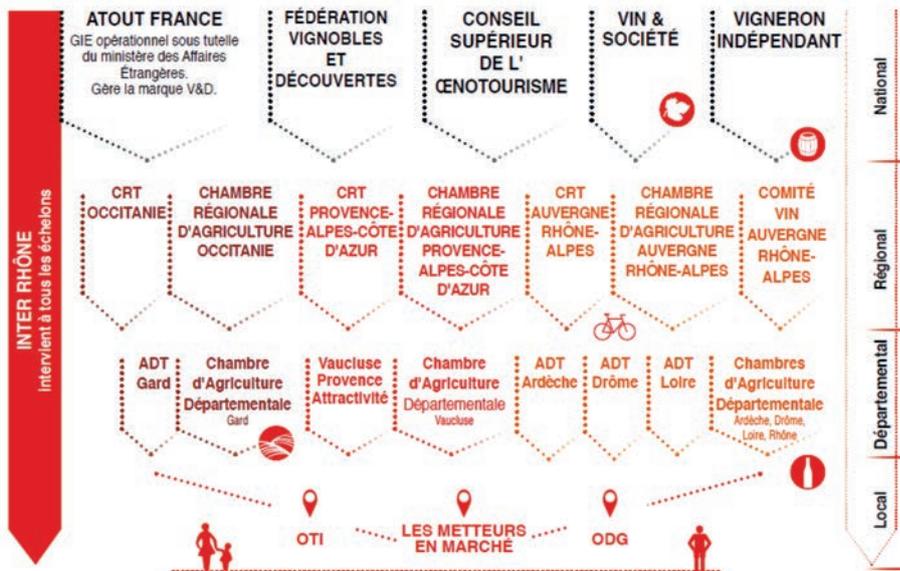
L'œnotourisme représente pour nombre d'exploitants une opportunité et un enjeu majeur. Enjeu d'image (notoriété, qualité, etc.) d'abord, en écho aux attentes clientèles en forte évolution et enjeu économique également, afin d'ajuster ses processus de développement et commercialisation. La crise sanitaire et les aléas météorologiques connus ces dernières années ont été, parmi d'autres, de puissants accélérateurs de transformation et l'enjeu économique devient, plus que jamais, prégnant.

Les satisfactions ne sont pas toujours celles attendues

La démarche de structurer et proposer une offre œnotouristique est souvent motivée par des raisons économiques – « Augmenter ma part de vente directe », « élargir/renouveler mon fichier client », « fidéliser ma clientèle », « augmenter mon chiffre d'affaires », etc. Ces motivations sont mises en avant par les acteurs pour se lancer. À la clé, une attente de revenus directs ou de consolidation et amélioration de la rentabilité économique de l'exploitation.

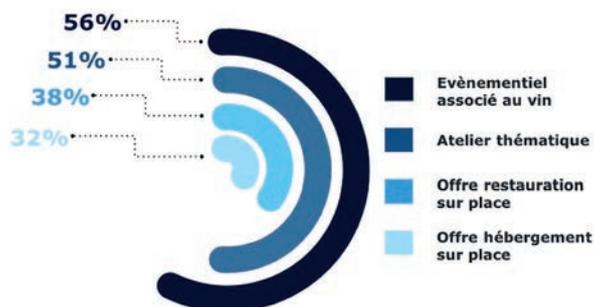
Mais parfois, cela ne fonctionne pas comme les vignerons l'auraient souhaité. La déception, engendrée alors par ce constat, ne les empêche pas de se féliciter de s'être lancés dans la démarche. Les satisfactions importantes retirées de motivations considérées à l'origine comme secondaires, compensent les déceptions initiales. Il s'agit souvent de motivations moins économiques, plus indirectes et s'inscrivant dans un temps long. Les acteurs plébiscitent le partage autour de leur métier ou le travail de leur image et de la relation client. Ces sujets obtiennent ainsi les meilleurs taux de satisfaction.

QUI SONT LES ACTEURS DE L'ŒNOTOURISME ?



MOTIVATION ET SATISFACTION DE L'OFFRE ŒNOTOURISTIQUE

Rang selon la motivation	Motivation	Note satisfaction (/10)	Rang selon la satisfaction	Ecart entre les rangs
1	Travailler mon image ma communication et/ou ma relation client	8,3	2	-1
2	Partager autour de mon métier et de mon expérience.	8,7	1	+1
3	Augmenter ma Vente Directe et une part supérieure de la valeur ajoutée du vin	6,7	8	-5
4	Élargir / renouveler mon fichier clients	7,4	5	-1
5	Fidéliser ma clientèle	7,0	6	-1
6	Générer un nouveau CA	6,8	7	-1
7	Répondre aux attentes de ma clientèle	8,1	4	+3
8	Me distinguer des autres vignerons	8,1	3	+5



Source : Atout France – Les modèles économiques de l'œnotourisme – juin 2022

1 Construire son événement singulier

La dégustation gratuite est toujours très présente mais coexiste de plus en plus avec une offre payante (source Atout France – *Les modèles économiques de l'œnotourisme* – juin 2022). Les établissements proposent une palette de plus en plus large de ces prestations pour personnaliser l'expérience œnotouristique.

Les offres diversifiées se développent mais restent encore minoritaires dans le paysage œnotouristique

Les produits les plus emblématiques (hôtel, restaurant, escape game, chasse au trésor, etc.) cristallisent l'attention mais restent encore minoritaires selon une étude menée par Atout France.

LE SAVIEZ-VOUS ?

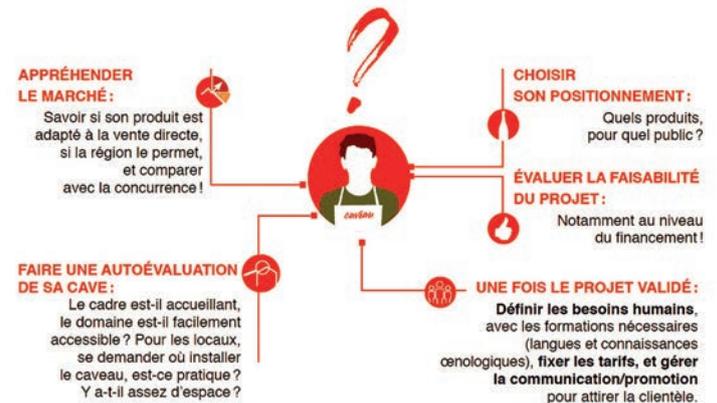


La construction de surface de vente est autorisée dans un secteur classé zone agricole au Plan Local d'Urbanisme (PLU). Seule condition : la vente doit uniquement correspondre à la production de l'exploitant et quelques produits limités. **Se renseigner auprès de sa mairie pour avoir accès au PLU de sa commune.**

Logiquement, la diversité de l'offre œnotouristique tend à s'intensifier avec la taille de l'exploitation et/ou sa localisation dans un territoire prisé, même s'il existe des exceptions. Certains ont su créer seuls, une activité originale ou un événement. Témoignages.

Ouvrir son propre caveau de vente

Ouvrir un caveau implique le respect de contraintes techniques, réglementaires et financières liées à l'accueil de public extérieur.



Jonquières Dormir dans un tonneau

Jean-Marc Tétard accueille le public pour des nuitées dans un tonneau depuis avril 2022. L'inventeur des célèbres Tables découvertes des salons professionnels vient une nouvelle fois de changer de métier. Tour à tour sapeur-pompier, loueur de tentes, gérant d'une société d'événementiel, Jean-Marc et son épouse Nathalie découvrent ce concept original d'œnotourisme sur un salon. Les 18 m² sont optimisés : couchage, salle de bains, cuisine et terrasse. Tout est pensé pour le bien-être des visiteurs. De fabrication française, fait main, le tonneau est livré en 1 seul morceau. « Pas besoin de permis de construire, il faut simplement une autorisation de la commune, et le raccorder au tout-à-l'égout bien entendu », lance Jean-Marc. Comptez entre 45 000 et 50 000 euros tout compris. Il explique : « C'est un complément financier et le bonheur de voir des touristes satisfaits. Quelques-uns ont même prolongé leur séjour! J'aime faire plaisir. J'accompagne mes clients en dégustation, je leur fais découvrir les Côtes du Rhône! Tous les jours, je cherche de nouvelles idées. » Entre chevaux, peupliers, piscine privée et vignes, c'est LA bonne adresse de l'été! 🍷



Jonquerettes Motivation et envie au domaine du Bois de Saint-Jean

Au domaine du Bois de Saint Jean, Xavier Anglès organise depuis bientôt 30 ans, un événement reconnu lors de la Fête de la Vigne et du vin. « La première des choses, c'est l'envie! Honnêtement, il faut être motivé : sélectionner les intervenants, créer des partenariats, improviser des décors. Et puis, il faut disposer de l'infrastructure et des moyens de communication pour diffuser l'information via les réseaux sociaux, les offices de tourisme... distribuer les flyers. J'y pense toute l'année, en essayant de me renouveler bien entendu et je m'organise au minimum 4 mois à l'avance », explique le vigneron. Xavier pense son événement dans les moindres détails : « Nous sommes tous habillés aux couleurs du domaine, je loue des oliviers, je fabrique des mange-debout... Si tu as l'envie, tu trouves les idées! » Le plus important pour lui est de conserver la bonne ambiance, le sourire et l'accueil des clients. « J'essaye de recevoir les visiteurs le mieux possible! Heureusement, je ne suis pas seul pour organiser tout ça! Sophie, mon frère, mon épouse et les autres membres de la famille... et le jour J, toute une équipe de connaissance prête et dévouée! », assure Xavier le sourire aux lèvres. 🍷



2 Se faire accompagner par un professionnel

C'est souvent le temps qui manque plutôt que l'envie et il est parfois plus aisé de faire appel à un professionnel.

Xavier Anglès, cité plus haut, a su se faire accompagner par **Sandrine Tarin**, pour des ateliers œnologie et sophrologie. « Découvrez une expérience alliant l'œnologie à la sophrologie, le vin à la relaxation, la dégustation à la détente... Echappez-vous de votre quotidien, à proximité d'Avignon, foulez les différents terroirs de Jonquerettes et Châteauneuf-de-Gadagne grâce à une balade sophro », explique la professionnelle de la détente. « C'est Sandrine Tarin qui nous a sollicités. Lors de la fête de la vigne et du vin, elle proposait des ateliers gratuits pour les visiteurs, ce qui lui a donné une belle visibilité pour le programme à venir », poursuit Xavier Anglès. En effet, Sandrine propose des ateliers œnologie et sophrologie du printemps à l'automne plusieurs fois par semaine au domaine du Bois du Saint Jean. Elle crée des groupes de 8 à 10 personnes pour des balades en pleine conscience. « Le recrutement des participants se fait conjointement. Je l'aide à repérer des sentiers agréables et elle anime la balade », conclut-il.



Un duo de choc

Richard Olivero, vigneron à Suzette fait appel à **Sarah Lafleur** (Les Convives de Lafleur) pour organiser ses événements œnotouristiques. Ensemble, ils ont créé les Apéro Sunset à Suzette. L'idée est de faire découvrir le domaine et les vins de Demoiselle Suzette, accompagnés de produits du terroir des meilleurs artisans locaux, tout en admirant le coucher du soleil sur les Dentelles de Montmirail. « Avec ses vins et son hospitalité, le vigneron saura vous transmettre ses valeurs : partage, plaisir et générosité », assure Sarah Lafleur. Trois dates sont prévues cet été : 7 juillet, 21 juillet et 11 août. « Sarah s'occupe de la communication, du recrutement des touristes et surtout de l'animation œnologique. Moi, je n'ai qu'à être là pour les accueillir et partager ces moments », explique le vigneron. Et les commentaires sont élogieux : « Un cadre idyllique », « Une prestation irréprochable », « La passion du vigneron contagieuse », « Un lieu sublime, magique où l'on oublie le temps »...

Les Convives de Lafleur ont été créés pour proposer des **loisirs aux locaux**, mais aussi pour **divertir les vacanciers** venus de toute la France et du monde. « Ma volonté est de **démocratiser le vin, le rendre accessible, amusant et dépaysant**. Les propositions sont variées pour attirer le plus grand nombre », assure Sarah Lafleur.

Des distinctions valorisantes

Jérôme Villaret, fondateur et directeur de Pépites du Sud, vient d'être distingué dans le Top 100 des meilleures activités œnotouristiques Françaises dans le cadre des Trophées de



l'œnotourisme, organisés par le magazine *Terre de Vins*, en collaboration avec Atout France. « C'est un honneur, une reconnaissance pour la qualité des prestations que nous proposons avec nos partenaires vignerons. J'aime ouvrir les portes de leur monde aux visiteurs passionnés, chercher l'or des rencontres authentiques et faire découvrir les pépites œnotouristiques », se réjouit Jérôme Villaret.



Des partenariats gagnant-gagnant

Nicolas Brun, vigneron au domaine Le Père Brun à Sorgues, travaille avec la société Winovin. « Je l'ai vu plusieurs fois sur les réseaux sociaux, et un jour j'ai appelé. Au lieu d'aller chercher les clients, j'ai préféré que ce soient les clients qui viennent à moi. J'ai apprécié la simplicité du contact et le fait qu'il n'y ait pas d'engagement. Ça ne me coûte que mon temps pour transmettre ma passion aux visiteurs. Ils repartent généralement en achetant du vin », explique le vigneron. Le jeune entrepreneur Pierre Berger, fondateur de Winovin, propose des prestations à la journée ou demi-journée (Wine Tour) et l'organisation d'événementiels en collaboration avec les vignerons (guinguettes vigneronnes, brunchs, pique-niques dans les vignes). « La plupart des vignerons n'ont pas le temps de se consacrer à l'œnotourisme. Je travaille souvent avec de jeunes vignerons qui voient mon travail sur les réseaux sociaux ou qui me contactent par le bouche-à-oreille. Je recrute les touristes via les réseaux, les offices de tourisme. Le but est de proposer des expériences ludiques et conviviales à taille humaine. Mon maître-mot est l'authenticité. Je souhaite mettre en avant la rencontre avec le vigneron, l'humain est au centre de mes préoccupations », poursuit Pierre Berger.



3 Participer à un événement collectif

La Vallée du Rhône est un des vignobles les plus festifs. Avec plus de 300 événements estivaux, les œnotouristes ont le choix ! Il est parfois plus facile pour eux de se laisser guider par les événements collectifs qui regroupent plusieurs domaines et ambiances musicales.



Les balades gourmandes

De nombreuses balades gourmandes sont organisées dans le vignoble, réels rassemblements de touristes et visiteurs locaux, désireux de (re)découvrir le vignoble autrement.



La balade gourmande du Plan de Dieu a réuni près de 1 250 personnes dimanche 30 avril dernier. 12 km au cœur des vignes et des domaines de l'appellation, dans une ambiance délirante et tellement conviviale ! Depuis 2009, cette balade est l'occasion de mettre en lumière cette appellation uniquement en rouge. 120 bénévoles prêtent mains fortes aux vigneron et à la mairie de Camaret. Car c'est

bien d'une association de talents dont on parle. Alain Aubert, co-président des Côtes du Rhône Villages Plan de Dieu précise : « Toute la charge administrative et logistique est assurée par la Mairie de Camaret. Nous, vigneron, fournissons nos bâtiments, nos vins et notre temps. Sans la Mairie, on ne pourrait pas le faire ! » Marlène Thibaud, ancienne Maire de Camaret, se souvient : « 300 personnes avaient participé à la première édition en 2009. Nous avions envie de créer un événement pour soutenir la viticulture. Aujourd'hui, j'y participe encore et c'est toujours le même plaisir et la bonne ambiance ! »

Rendez-vous pour la 14^e édition le 28 avril 2024 !

Ciné vignes, des séances en plein air

Durant tout l'été, les vigneron et négociants des Vignobles de la Vallée du Rhône ouvrent les portes de leurs domaines le temps de soirées cinéma, au cœur des destinations labellisées Vignobles et Découvertes. C'est avec vue sur les vignes qu'Inter-Rhône organise ces séances de cinéma en plein air durant lesquelles seront projetées des comédies françaises, dont certaines ont même été tournées en partie dans la région. XX domaines y participent, parfois même les soirées sont dédiées à des appellations Côtes du Rhône Villages avec nom géographique comme XXXXX. Programme complet sur : <http://www.cinevignes.fr>

Un projet de sentiers vigneron à Saint-Gervais

Le syndicat des Côtes du Rhône Villages Saint-Gervais a souhaité valoriser deux boucles de randonnée dans le cadre d'une démarche de relance de la communication viticole et de l'itinérance touristique. Pour arriver à ce résultat, de nombreux acteurs locaux ont été sollicités.

Après un inventaire de l'ensemble des sentiers, un conseiller arboricole de la Chambre d'agriculture du Gard a notamment été consulté pour une phase de plantation d'arbres fruitiers le long de chaque parcours. Côté communication, une agence a été sollicitée pour développer le visuel des panneaux. Le département du Gard, l'Office de tourisme Provence Occitane et la Communauté d'Agglomération du Gard Rhodanien sont également de la partie. Il importe aussi d'avoir les autorisations de passage des Mairies (pour les espaces communaux), et des propriétaires fonciers (pour les parcelles privées), afin de pouvoir promouvoir le passage sur ces boucles. Sans oublier les autorisations de passage de l'ONF sur certains périmètres.

Un parcours du combattant pour des parcours ludiques et agréables dont l'inauguration est espérée pour bientôt.

En lien avec les offices de tourisme

La brochure « Ma route des vins », est le nouvel outil de promotion des domaines et maisons de Négoce des appellations Hermitage, Saint-Joseph et Crozes-Hermitage. Bruno Faure, le président d'Ardèche Hermitage tourisme expliquait lors de son lancement en mars 2022 : « C'est une invitation à la découverte de l'excellence. Elle permet de réaffirmer la position d'Ardèche Hermitage dans la vallée de la gastronomie et d'intégrer le label Vignoble et découverte. » La brochure est mise à disposition gratuitement dans les différents offices de tourisme d'Ardèche Hermitage. 🍷

Isabelle Gibier

Sources : Atout France – Les modèles économiques de l'œnotourisme – juin 2022

Fiches pratiques œnotourisme Inter-Rhône

Le Conseil supérieur de l'œnotourisme (CSO), qu'est-ce que c'est ?

Le CSO est un groupe de réflexion (think-tank), un organisme d'impulsion de projets, sans équipe permanente et sans financement, à la disposition des pouvoirs publics. Dès sa création en 2009, il étudie et valide les dossiers de candidature au label « Vignobles et Découvertes ». En 2023, il se concentre sur la convergence des tourisms de découverte, la dynamisation du Fascinant Week-End en liaison avec la Fédération et des Trophées de l'œnotourisme à la disposition des ministres pour construire une vision sur l'œnotourisme. Le 24 janvier se tenait à Paris l'assemblée générale du Conseil supérieur de l'œnotourisme. Cette réunion clôturait la parenthèse d'une pandémie qui avait mis en sourdine la dynamique initiée par les Assises nationales de l'œnotourisme de novembre 2018.

L'une de celles-ci consistait en la création d'une Fédération nationale des destinations labellisées Vignobles & Découvertes ; c'est chose faite et les représentants de la Fédération, dont le président, Michel Chapoutier, étaient bien présents à cette assemblée générale. Une nouvelle ambition est désormais à l'ordre du jour, avec les appuis des secteurs concernés : mettre en œuvre des actions communes avec le spiritourisme (le tourisme des spiritueux) et le tourisme des bières, le tourisme brassicole. Les synergies envisagées, nombreuses, permettent de concevoir une expression des territoires gourmands diversifiée et complète, avec des expériences touristiques qui n'omettent pas les dimensions historiques et culturelles.

Sous la présidence d'Hervé Novelli, le bureau du CSO compte trois vice-présidents :

Jean-Virgile Grance (président du Groupement national des chaînes hôtelières) ; Brigitte Bloch (Présidente de l'Office de tourisme de Bordeaux) ; Alexandre Lazareff (agence de relations presse Pain Vin & Company), secrétaire général. André Deyrieux (AEFO - Association européenne de formation à l'œnotourisme), trésorier du CSO, sera chargé d'insister sur la dimension culturelle des projets. En effet, il convient de rappeler qu'au regard de la loi (article L 665-6 du Code rural et de la pêche maritime), « *Le vin, produit de la vigne, les terroirs viticoles ainsi que les cidres et poirés, les boissons spiritueuses et les bières issus des traditions locales font partie du patrimoine culturel, gastronomique et paysager protégé de la France* ».

Marc Olivier



De gauche à droite, Jean-Pierre Mas (président des Entreprises du Voyage), qui recevait les participants ; Hervé Novelli (président du CSO) ; Matthias Fekl (président des Brasseurs de France) ; Jean-Pierre Cointreau (P.-D.G. du groupe Renaud-Cointreau).

Encart Pub Groupama
1/2 page largeur
195 x 135 mm



INTERVIEW

**Michel Bernard ,
président du pôle Œnotourisme au sein d'Atout France**

L'Œnotourisme ? Nécessaire mais pas suffisant



Michel Bernard est un vigneron des Côtes du Rhône qui, à 75 ans, a donné beaucoup de son temps à la filière. Il a assuré de nombreuses présidences au niveau local, régional et national. Citons pour les plus importantes celle de l'interprofession Inter Rhône (de 2002 à 2008), mais aussi de Vin et Société, puis d'Afivin. Il est actuellement président du Concours des vins à Orange (depuis 2003), président de l'Université du Vin (depuis 2018) et président du pôle Œnotourisme au sein d'Atout France depuis 2005. C'est à ce titre que nous l'avons rencontré pour faire le point sur cette activité en 2022 sur notre pays.

Atout France c'est quoi ?

Michel Bernard : « Atout France est l'Agence de développement touristique de la France qui est chargée de faire la promotion du Tourisme à l'export et en France grâce à ses 120 salariés et sa vingtaine de bureaux à l'étranger. En un mot, l'objectif est de vendre la France et ses destinations aux touristes potentiels. »

Et le Pôle Œnotourisme ?

M.B. : « Au sein d'Atout France, ce pôle spécialisé est une structure au service du développement de l'Œnotourisme en France. La gouvernance est assurée par un Comité qui fixe les priorités et formalise une feuille de route. Les adhérents sont pour moitié des entreprises viticoles au sens large (dont 17 interprofessions viticoles) et des institutions locales, départementales ou régionales liées au tourisme en général (Office de Tourisme, Comité Départemental ou Régional de Tourisme). Il se réunit au moins une fois par an à Paris pour l'assemblée générale et ensuite au gré des ordres du jour.

En France, le pôle Œnotourisme organise et finance notamment le salon « Destination Vignobles », créé en 2005, réservé aux tour-opérateurs et aux agents de voyages spécialisés œnotourisme. Il a lieu tous les 2 ans (le dernier en octobre 2022 à Aix en Provence). Il participe aussi en cofinancement des Trophées de l'Œnotourisme, au fascinant Week-end (en partenariat avec la Fédération Vignobles et Découvertes). A l'étranger, il développe des actions à la carte sur différents pays en promotion presse, réseaux sociaux et des actions d'opportunité suivant la conjoncture. »

Comment se porte l'Œnotourisme en France et dans les Côtes du Rhône ?

M.B. : « L'Œnotourisme se porte bien, il est en pleine croissance. Il est essentiel pour la France qui est la première destination touristique mondiale en volume et aussi le premier exportateur de vin (en valeur). L'œnotourisme contribue à développer ces points forts et à augmenter l'attractivité de notre territoire. Il génère

5,2 milliards d'euros de recettes avec 10 millions d'œnotouristes dont 48 % d'étrangers (+ 4 % de croissance annuelle). Il a trois buts essentiels :

- tout d'abord la dégustation en caveau pour faire découvrir les vins ;
- puis assurer la promotion et l'image de régions de domaines de caves, d'appellations ;
- et il peut être un métier à part entière avec des objectifs économiques de rentabilité.

On le trouve souvent dans la restauration (ou le camping), l'Hôtellerie, l'organisation de balades ou de séjours. L'exemple type de réussite est l'hôtel-restaurant Les Sources de Caudalie (et la vinothérapie) du Château Smith Haut Lafitte de la famille Cathiard. Dans les Côtes du Rhône, il y a peu d'offres dans cette troisième voie mais dans les deux premières il y a une offre conséquente, bien qu'elle puisse toujours être augmentée. Les touristes viennent chez nous pour voir des paysages, rencontrer des vignerons, découvrir nos vins. Ce n'est pas un tourisme à la « Disneyland » (comme cela peut être en Espagne ou en Australie). »

Que fait l'Université du Vin pour l'œnotourisme ?

M.B. : « Elle assure trois fonctions :

- la formation professionnelle avec des stages,
- l'initiation au vin grand public avec des sessions courtes et Week-end (à Suze, Paris, Lyon, Aix, Bordeaux),
- l'analyse sensorielle.

Dans tous ses enseignements, l'œnotourisme est présent y compris l'anglais qui est primordial dans cette activité.

En conclusion ?

M.B. : « L'œnotourisme, pour les vignerons, est une activité qui est devenue un outil nécessaire. Nécessaire mais pas suffisant pour notre viticulture. C'est un dispositif efficace pour la promotion et la commercialisation de nos vins et aussi pour l'image. Dans notre région elle permet aussi, à ceux qui en font, d'arrondir souvent leur fin de mois. Seuls quelques spécialistes peuvent vivre de cette activité. »

Propos recueillis par Marc Olivier

