

# FILIERE OENOTOURISME

[tourisme-occitanie.com](http://tourisme-occitanie.com)



Projet cofinancé par le Fonds Européen de Développement Régional



Juin 2019

# Pôle Qualification de l'Offre et Structuration de produits

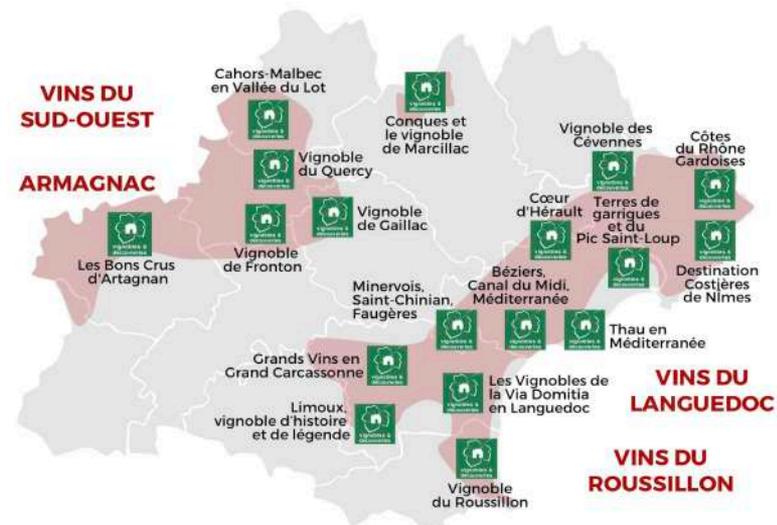
Positionnement Œnologique  
des destinations  
Vignobles & Découvertes  
d'Occitanie



## Structuration de la filière œnotourisme en Occitanie

### L'œnotourisme en Occitanie, un potentiel quantitatif et qualitatif à exploiter

- 1<sup>er</sup> vignoble mondial en superficie pour les vins d'origine
- ¼ de la surface viticole cultivée en bio en France
- Plus d'¼ des labellisés Vignobles & Découvertes en France avec 18 Destinations (19 prévues fin 2019) sur 70 en France.



## Stratégie : les enjeux majeurs

---

### Enjeu de rayonnement de la destination

S'appuyer sur des labels forts et reconnus, valorisants des offres structurées, pour déclencher des envies d'en savoir plus, de tester, de goûter, de vivre une expérience sur un territoire de production.



Vignobles & Découvertes



Tourisme Gourmand



Site Remarquable du Goût

### Enjeu d'attractivité

Générer de l'activité et de la fréquentation qui favorisent l'équilibre des territoires et des flux.

- D'une part en irrigant les zones moins touristiques (retro littoral, arrière-pays, campagne)
- D'autre part en développant l'activité sur le hors saison.



## Les cibles de clientèle

---

### 2 typologies de clientèle\* à prioriser pour l'Occitanie

- Les épicuriens : 40% des œnotouristes / 39 % d'étrangers  
« plaisir, esthétique (paysages, couleurs, odeurs), bien-être, découverte de saveurs »
- Les classiques/curieux : 24% des œnotouristes / 72% de français  
« découverte du patrimoine naturel, culturel, architectural, gastronomie locale, activités annexes »

### Provenance

clientèle régionale, 1<sup>er</sup> ambassadeur de l'Occitanie, mais également nationale et internationale

## Positionnement œnoculturel des Destinations Vignobles & Découvertes de la région Occitanie

---

Un positionnement à partager, une reconnaissance à acquérir

A l'heure de la construction de la destination régionale, et face à des régions concurrentes historiquement affirmées comme le Bordelais, la Bourgogne, l'Alsace...  
l'Occitanie doit se doter d'une image œnotouristique :

- ✓ forte et différenciante,
- ✓ légitime et inspirée de ses territoires,
- ✓ cohérente avec les valeurs de l'Occitanité, hospitalité et convivialité.



## Les valeurs de l'Occitalité

- Un tourisme bienveillant, qui préserve les milieux et les cultures, rapproche les personnes, aiguise les sens, développe les curiosités et le respect d'un environnement naturel et patrimonial.
- Un mode de vie simple et vrai qui nous définit et nous distingue, valorise les métiers et les savoir-faire, met en lumière le sens de l'accueil et de l'authenticité.
- L'expérience et le partage d'une histoire, d'une émotion, de sensations et d'une culture encore bien vivante.



L'Occitanie la destination qui incarne le mieux l'hospitalité



L'Occitalité met la saveur de la vie au cœur de son expérience

## Positionnement œnoculturel des Destinations Vignobles & Découvertes de la région Occitanie

- Mission confiée par le Pôle Qualification de l'Offre et Structuration de Produits du CRTO à André Deyrieux, expert en œnotourisme, dans le cadre d'une formation-action.

Histoire, patrimoines, paysages, savoir-faire, ...  
une réflexion partagée avec les vignobles et les bassins viticoles sur les grandes composantes de l'offre et les axes de valorisation.



## Positionnement œnoculturel des Destinations Vignobles & Découvertes de la région Occitanie

---

### Méthodologie :

Travail collaboratif sur le principe de contributions par les 18 vignobles labellisés et les interprofessions d'Occitanie : IVSO, CIVL, CIVR, Inter-Rhône, Inter-Oc, BNIA

- Personnalisation de chacune des destinations,
- Caractérisation des bassins viticoles de référence,
- Proposition d'un positionnement régional cohérent respectant leurs identités.

3 réunions au cours du 1<sup>er</sup> semestre 2019.

Participation active de 17 des 18 destinations labellisées relevant de 5 interprofessions différentes, 71 participants.



## Positionnement œnoculturel des Destinations Vignobles & Découvertes de la région Occitanie

### Résultats de la démarche :

- ❑ La création d'un réseau régional d'acteurs représentatif des forces vives de l'œnotourisme en Occitanie
- ❑ L'émergence d'axes de positionnement propres à l'Occitanie et faisant écho aux valeurs de l'Occitalité (rapport André Deyrieux)





## Positionnement œnologique des Destinations Vignobles & Découvertes de la région Occitanie

---

### Caractérisation des Bassins de production viticole

➤ **L'éventail Atlantique**

Une richesse de cépages sur les chemins de Saint Jacques de Compostelle

➤ **L'amphithéâtre Méditerranéen**

Accès direct à la mer, un bassin voué à l'export depuis des millénaires

➤ **Le Vignoble Catalan**

Un concentré de particularités, méditerranéen et pyrénéen

➤ **L'axe rhodanien**

Une dynamique de contact entre Méditerranée, Rhône et Massif Central

## Positionnement œnologique des Destinations Vignobles & Découvertes de la région Occitanie

### Éléments de positionnement régional : un fil conducteur commun

Le partage des héritages, un « vignoble-monde » à même de :

- Raconter toutes les histoires du vin
- Faire découvrir toutes ses cultures
- Faire comprendre toutes ses dynamiques



# Positionnement œnologique des Destinations Vignobles & Découvertes de la région Occitanie

## Éléments de positionnement régional : 4 axes de valorisation

### Axe 1 - Développement durable

*Un patrimoine historique de la biodiversité*

L'importance des patrimoines de la vigne et du vin porteurs de valeurs d'avenir :  
économie locale, circuit court, propriétés à taille familiale, biodiversité



## Positionnement œnologique des Destinations Vignobles & Découvertes de la région Occitanie

### Éléments de positionnement régional : 4 axes de valorisation

#### Axe 2 - Convivialité

*Le partage et l'accueil*

L'envie de rencontrer, partager, échanger, de proposer des expériences autour de la diversité de produits à déguster et les associer aux patrimoines locaux



# Positionnement œnologique des Destinations Vignobles & Découvertes de la région Occitanie

## Éléments de positionnement régional : 4 axes de valorisation

### Axe 3 - Authenticité

*La passion des héritages*

La volonté de faire découvrir l'histoire et les histoires, remonter le temps, transmettre les savoirs-faire et faire comprendre le territoire à travers le prisme de cette culture.



## Positionnement œnoculturel des Destinations Vignobles & Découvertes de la région Occitanie

---

### Éléments de positionnement régional : 4 axes de valorisation

#### Axe 4 - Art de vivre

Vivre les secrets de la vigne et du vin en Occitanie

La richesse des voies, offerte pour la compréhension de la vigne et du vin :  
la diversité des destinations, la variété incomparable des gastronomies, des héritages  
œnoculturels





## Positionnement œnoculturel des Destinations Vignobles & Découvertes de la région Occitanie

---

Parmi les projections du 2<sup>ème</sup> semestre 2019 en matière de structuration de l'offre :

Mobilisation du réseau à travers des groupes de travail collaboratif autour de 4 chantiers :

- poursuite de l'accompagnement au développement du réseau de destinations Vignobles & Découvertes
- mise au point d'une cartographie régionale exprimant les composantes de l'offre œnotouristique et les choix de positionnement.
- appui à la structuration de produits et de services innovants dédiés à la filière (OpenTourismeLab).
- mutualisation de labels adaptés à la filière pour accentuer le rayonnement des destinations œnotouristiques





**MERCI DE VOTRE ATTENTION**

 **Tourisme en Occitanie**