

# 1<sup>ÈRES</sup> ASSISES NATIONALES DE **L'ŒNOTOURISME**

20 NOVEMBRE 2018 - PALAIS DES CONGRÈS DE PARIS



## DOSSIER DE PRESSE

**Contact presse Atout France :**

Stéphanie Cadet : Tel : 01 42 96 70 75 - [stephanie.cadet@atout-france.fr](mailto:stephanie.cadet@atout-france.fr)

Portable sur l'événement : 06 85 33 35 69



[VisitFrenchWine.com](http://VisitFrenchWine.com)



# SOMMAIRE

Premières Assises nationales de l'œnotourisme p. 3

20 actions et mesures en faveur du développement de l'œnotourisme p. 4

Annexes p. 8

- Chiffres-clés de l'œnotourisme en France
- Le programme des Assises nationales de l'œnotourisme
- Atout France, l'Agence de développement touristique de la France

***Suivez les Assises sur twitter !***



#AssisesOenotourisme

@atout\_france

## **PREMIÈRES ASSISES NATIONALES DE L'ŒNOTOURISME**

**Ce 20 novembre, Atout France organise, en lien avec le Conseil supérieur de l'Œnotourisme, et à la demande de Jean-Baptiste Lemoyne, Secrétaire d'État auprès du Ministre de l'Europe et des Affaires étrangères, les premières Assises nationales de l'Œnotourisme. L'occasion de mettre un coup de projecteur sur cette filière en pleine croissance et de fixer ses grands axes de développement pour les années à venir.**

### **Un enjeu économique**

La France est la première destination touristique mondiale (en nombre de visiteurs) et le premier pays exportateur de vins et de spiritueux (en valeur). L'œnotourisme, c'est l'opportunité de développer ces deux secteurs majeurs de notre économie. La filière connaît un vif succès auprès des visiteurs (10 millions d'œnotouristes en 2016, +33% par rapport à 2009, pour un volume de recettes estimé à 5,2 milliards d'euros). Elle permet de leur faire vivre, au cœur de nos destinations viticoles, une expérience unique liée à notre art de vivre et renforce donc l'attractivité de la destination France. Elle favorise aussi la découverte de nos savoir-faire viticoles et contribue à l'exportation de nos vins.

### **Une tendance de fond**

Les voyageurs fractionnent de plus en plus leurs séjours et cherchent à les thématiser, à leur donner davantage de sens. L'œnotourisme participe pleinement à cette tendance et tout porte à croire que la découverte de nos vins et terroirs sera un thème central du tourisme de demain. Avec des consommations mondiales de vins et de voyages qui augmentent, l'œnotourisme a donc de beaux jours devant lui.

Pour ces œnotouristes, avides d'expériences et grands consommateurs de culture, la visite de caves et la dégustation restent les pratiques les plus répandues. Or la France connaît depuis quelques années un véritable renouveau des expériences proposées par les professionnels avec l'apparition de propositions originales dans toutes les gammes et sur tout le territoire. Elles intègrent des attentes et tendances de fond telles que le bien-être, la responsabilité, l'envie de participer et bien sûr une présence plus forte sur les canaux numériques.

### **Une dynamique à encourager**

L'œnotourisme est un secteur très dynamique où les marges de développement sont encore importantes. Lorsque l'on sait que 87 millions de touristes internationaux ont visité la France en 2017, il est logique d'espérer davantage d'œnotouristes internationaux que les 4,2 millions accueillis actuellement en moyenne chaque année.

La France a désormais l'opportunité de prendre le leadership mondial sur cette filière.

Les premières Assises nationales de l'Œnotourisme organisées aujourd'hui doivent donner le coup d'envoi d'une politique visant à favoriser le développement de l'œnotourisme français.

## 20 ACTIONS ET MESURES EN FAVEUR DU DÉVELOPPEMENT DE L'ŒNOTOURISME

### Améliorer la qualité de l'offre œnotouristique

Dans un contexte de concurrence accrue, le renforcement de la qualité de l'offre et son recensement exhaustif, l'amélioration de sa lisibilité auprès des acteurs de la distribution et des clientèles, la professionnalisation et la responsabilisation des acteurs ainsi que l'adaptation de la réglementation aux spécificités de la filière constituent des prérequis nécessaires à toute promotion et commercialisation efficaces de l'œnotourisme.

1. Donner à la France le leadership mondial en matière de hiérarchisation, de segmentation et de lisibilité de l'offre œnotouristique avec le **lancement d'une démarche d'expérimentation autour d'un classement des expériences œnotouristiques** en lien étroit avec les professionnels tout en continuant à faire progresser la qualité de l'offre œnotouristique française en **renforçant les exigences du label Vignobles & Découvertes**.
2. Permettre aux destinations labélisées Vignobles & Découvertes de prendre la main sur l'animation nationale du réseau et de construire leur propre stratégie de promotion avec la **création d'une fédération des destinations labellisées Vignobles & Découvertes**.



### Professionaliser la filière

Dans les régions du monde œnotouristiquement développées, l'offre semble temporairement stagner en matière d'innovation. La France dispose là encore d'une opportunité de se démarquer en inscrivant l'œnotourisme dans le champ académique et de la formation. La professionnalisation de la filière est un enjeu majeur pour garantir un accueil de qualité susceptible de renforcer la compétitivité de notre offre par rapport à nos concurrents.

3. Créer une **chaire Œnotourisme** en lien avec une université ou un établissement de formation professionnelle supérieure français et la **mise en place d'un collège des formations en matière d'œnotourisme**, afin d'assurer l'adéquation des offres de formation avec les besoins de la profession.
4. **Réaliser un MOOC** (Catalogue de formation en ligne) dédié à l'œnotourisme et réactualisation du très populaire « **Guide de l'accueil en caves** » réalisé par Atout France.



## Promouvoir la consommation responsable

Vin & Société a travaillé avec les filières françaises brassicoles et des spiritueux pour participer à la « révolution de la prévention » souhaitée par le Président de la République. 30 propositions visant à contribuer au Plan National de Santé Publique « Priorité Prévention » ont été remises le 27 juin 2018 à Emmanuel Macron et visent à répondre à deux enjeux principaux : la protection des populations à risque et la responsabilité dans la consommation de vin.

Les acteurs de la filière deviennent ainsi les acteurs de la prévention ce qui constitue un changement de paradigme important. L'œnotourisme s'associe pleinement à cette démarche.

5. **Intégrer la notion de « Fêtes viticoles responsables » définis par Vin & Société au label Vignobles & Découvertes.** A terme, le label Vignobles & Découvertes, en tant qu'outil de référencement de l'offre œnotouristique française, devra permettre de **labelliser toutes les fêtes viticoles responsables**, indépendamment de leur rattachement ou non à une destination.

## Lever les freins réglementaires au développement

Pour favoriser le développement de l'œnotourisme français, il convient d'œuvrer à l'adaptation de la réglementation aux spécificités de la filière.

6. En concertation avec les autorités compétentes, **œuvrer à la définition du concept de vendanges touristiques** afin de rassurer les prestataires œnotouristiques qui souhaiteraient développer cette activité très demandée par les touristes mais qui craignent que cette pratique soit assimilée à du travail irrégulier.
7. **Favoriser la compatibilité des normes d'accessibilité avec l'architecture historique des caves et caveaux de dégustation** qui souhaitent s'ouvrir à la visite. La possibilité de faciliter les dérogations dans des cas précis doit être étudiée.
8. Encourager auprès des autorités compétentes le **lancement d'une réflexion sur les conditions de construction de bâtiments à vocation touristique sur des terres agricoles.**



## Développer l'intelligence économique

L'optimisation des connaissances sur la filière est une condition préalable pour gagner en compétitivité et attirer plus de clientèles.

9. **Intégrer l'œnotourisme dans les grandes enquêtes publiques** (INSEE, EVE) et prendre en compte les recettes générées par la vente de vin aux touristes sur site dans les comptes du tourisme.
10. **Doter la filière d'une véritable capacité d'observation et d'intelligence économique** en établissant un réseau de partenaires capables de porter une démarche d'observation pérenne.
11. **Réaliser une étude des attentes des clientèles étrangères**, de la distribution sur les marchés et des facteurs clés de succès en matière d'œnotourisme.

## Mieux promouvoir

Pour accélérer la croissance de l'œnotourisme et attirer davantage de clientèles, de véritables efforts doivent être réalisés en matière de promotion et de distribution.

12. **Encourager un fonctionnement inclusif et collaboratif en matière de gouvernance** en soutenant les initiatives portées par le Cluster Œnotourisme de Atout France, le Conseil Supérieur de l'Œnotourisme et la fédération des destinations labellisées Vignobles & Découvertes.



13. **Développer les synergies de l'œnotourisme avec des filières voisines comme le spiritourisme et le tourisme brassicole** via la création d'un groupe de travail incluant des représentants de ces filières.
14. **Créer un programme « œnotourisme » au sein du CNIV**, en partenariat avec Atout France, pour favoriser les synergies en matière d'organisation d'événements de promotion de la France sur les marchés étrangers et d'accompagnement des interprofessions à l'export.
15. **Coordonner un grand événement œnotouristique à l'échelle nationale** en fédérant autour d'une même date les initiatives développées dans le cadre du label Vignobles & Découvertes.

16. **Lancer des Trophées français de l'Œnotourisme**, en partenariat avec le magazine Terre de Vins et Atout France, afin de valoriser et encourager les domaines et châteaux viticoles qui se mobilisent au quotidien pour mettre en place des propositions œnotouristiques fortes et adaptées aux demandes de la clientèle, particulièrement au sein des propriétés labélisées Vignobles & Découvertes.

### **Démocratiser l'œnotourisme**

Pour amplifier sa croissance et attirer plus de visiteurs, l'œnotourisme doit se rendre plus accessible.

17. **Favoriser la numérisation des entreprises du secteur** en relation avec BpiFrance.
18. **Mettre en place une convention cadre avec les grandes chaînes hôtelières françaises** afin de leur permettre d'intégrer l'œnotourisme comme une proposition incontournable de leur offre.
19. **Mettre en place une convention alliant culture et œnotourisme** afin d'encourager la mise en valeur du patrimoine œnoculturel de chaque destination, notamment en permettant aux grands sites culturels de proposer des dégustations.
20. **Dynamiser la distribution** en incitant les acteurs majeurs de la distribution touristique à intégrer davantage l'œnotourisme dans leur offre.



# ANNEXES

## Chiffres-clés de l'œnotourisme en France

### L'œNOTOURISME EN FRANCE EN 2016

**10 MILLIONS D'œNOTOURISTES EN 2016**

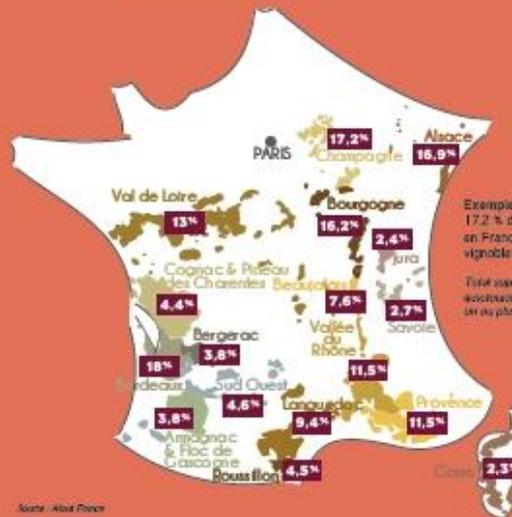
**5,8 MILLIONS FRANÇAIS SOIT 58%**



**4,2 MILLIONS ÉTRANGERS SOIT 42%**

Définition de l'œnotouriste en France : il s'agit d'une personne ayant passé au moins une nuit en France pour un motif de loisirs-vacances en dehors de son environnement habituel et ayant eu une pratique de découverte du vin et des vignobles (dégustation, visites de caves, de musées, de vignobles, de routes des vins, de villages viticoles...).

### RÉPARTITION DES VIGNOBLES VISITÉS EN 2016



Exemple de lecture : 17,2 % des œnotouristes en France ont visité le vignoble de Champagne

Total supérieur à 100% car un œnotouriste peut avoir visité un ou plusieurs vignobles

Source : Abat France

### ÉVOLUTION DEPUIS 2009

**+1/3**

**D'œNOTOURISTES**

Un segment en croissance : En 2009 : 7,5 millions d'œnotouristes en France.

**PÉRIODE 2009/2016**

**+33%**

**FRANÇAIS**

**+29%**

**ÉTRANGERS**

**+40%**

**4%** Taux de croissance annuel moyen

**3,7%** Taux de croissance annuel moyen des Français

**5%** Taux de croissance annuel moyen des étrangers



**67 destinations labellisées « Vignobles & Découvertes »** incluant plus de **4 000 professionnels** travaillant en réseau.

### RETOMBÉES ÉCONOMIQUES ESTIMÉES EN 2016

**1 256 €** en moyenne dépensés pour un séjour œnotouristique (pour l'ensemble des personnes participant au séjour) comprenant une activité liée au vin et à la découverte des vignobles dont **240 €** de dépenses en

moyenne liées à l'achat de vin sur place, commandé, voire consommé in situ et les dépenses périphériques (visites, dégustation, stages et autres...).

**5,2 milliards d'euros** : estimation de la dépense globale des œnotouristes en France en 2016.

Source : Abat France - les entreprises ont été classées à partir d'une approche basée sur le volume de données, permettant principalement de faire afficher sur les plus gros marchés et de données voisines

VisitFrenchWine.com

**À TOUT FRANCE**

**France.fr**

## Le programme des Assises nationales de l'œnotourisme

9h00 Accueil

9h15 Discours d'ouverture des Assises par le Secrétaire d'État auprès du ministre de l'Europe et des Affaires étrangères **M. Jean-Baptiste Lemoyne**

9h30 Grand Témoin : **M. Paul Dubrule** – Président d'honneur du Conseil Supérieur de l'œnotourisme

9h40 L'œnotourisme en France - 5 questions à **M. Christian Mantei**, Directeur général de Atout France

9h50 Témoignages croisés « Vin & Gastronomie »

**M. Philippe Faure-Brac** - Meilleur Sommelier du Monde, MOF honoris causa, Président de l'Union de la Sommellerie Française, Bistrot du Sommelier Paris

**M. Guy Savoy**, Chef étoilé, Restaurant Guy Savoy

10h00 Table ronde autour du thème « Les grands défis de l'œnotourisme français face à la concurrence internationale »

**M. Hervé Novelli**, Président du Conseil Supérieur de l'œnotourisme

**M. Jean-Marie Barillère**, Président du Comité National des Interprofessions des Vins

**Mme. Sylvie Cazes**, Présidente de la Fondation pour la culture et les civilisations du vin

**M. Thomas Montagne**, Président des Vignerons Indépendants

Mme Coralie Haller, Enseignant-chercheur, Chaire Vin et Tourisme, Ecole de management Strasbourg

**M. Jean-François Portarrieu** - Député de Haute-Garonne

**M. François Bonneau**, Président de la Région Centre - Val de Loire

11h15 Grand Témoin :

**Mme. Krystel Lepresle**, Déléguée Générale Vin & Société

11h25 L'offre française a changé : 4 exemples pour en témoigner

**M. Derek Smith**, propriétaire du Château Rayne Vigneau

**M. Philippe Harant**, Directeur de l'ADT Marne, pilote de l'œnotourisme Lab

**M. Raphaël Pommier** et **M. Nicolas Bransolle**, inventeurs de la Spéléonologie®

**M. Arnaud Bamvens**, Directeur général de l'Hôtel Chais Monnet

12h00 Inauguration officielle et visite de l'exposition

- 14h30 Grand Témoin : **M. Jean-Michel Wilmotte**, Architecte et designer
- 14h40 Focus sur le marché Chinois - 3 questions à **M. Sheng Liu**, Directeur Général de Dufan Voyages Paris
- 14h50 Table ronde autour du thème « Promotion et distribution : des enjeux renouvelés »
- M. Michel Bernard**, Président du Cluster œnotourisme de Atout France
- M. Jean-Virgile Crance**, Président du Groupement national des chaînes hôtelières
- Mme Brigitte Bloch**, Directrice du Développement et de l'Innovation au CRT Nouvelle-Aquitaine
- M. Stéphane Tillement**, Fondateur de Wine Paths
- Mme Laurence Body**, Auteure de « L'expérience client, le design pour innover »
- M. Bernard Perrut**, Député du Rhône
- 16h00 La distribution a changé : 2 exemples pour en témoigner
- M. Jérôme Isnardi**, fondateur de Rue Des Vignerons
- M. Loïc Tanguy**, fondateur de la place de marché communautaire Les Grappes
- 16h20 Remise des *Iter Vitis Awards* par **M. Didier Cujives**, Président de Iter Vitis France, **M. Hervé Novelli**, Président du Conseil Supérieur de l'Œnotourisme et **M. Christian Mantei**, Directeur général de Atout France
- 17h00 Synthèse des travaux et annonce des actions et mesures en faveur de l'œnotourisme, par **M. Hervé Novelli**, Président du Conseil Supérieur de l'Œnotourisme
- 17h30 Clôture des Assises

## ATOUT FRANCE

Avec un niveau record de 87 millions de visiteurs internationaux accueillis, la France a confirmé en 2017 sa place de destination la plus visitée au monde. Des résultats qui vont dans le sens des objectifs fixés par le Gouvernement.

Une ambition rappelée par le Premier ministre lors du Conseil Interministériel du Tourisme du 19 janvier dernier, qui a par ailleurs conforté le rôle de Atout France dans ses missions :

- Renouveler l'offre et de veiller à sa qualité grâce à l'ingénierie et les financements pour des projets touristiques structurants dans les territoires ;
- Favoriser le développement et la promotion des marques de destinations (et de leurs entreprises) à l'international.

### ACCOMPAGNER LE RENOUVEAU DE L'OFFRE ET VEILLER À SA QUALITÉ

Atout France accompagne les territoires dans leur stratégie de développement et contribue au montage de projets d'investissement, afin de stimuler l'offre touristique et accroître sa qualité.

Lors du Conseil Interministériel du Tourisme du 19 janvier dernier, l'Agence a été désignée comme l'interlocuteur privilégié des porteurs de projets dans les territoires. Elle les accompagnera désormais dans la mise en œuvre d'une dizaine de projets structurants par an avec le soutien de la Caisse des Dépôts et la future Agence nationale des territoires.

En complément de cette assistance, Atout France publie chaque année une dizaine d'études pour les professionnels. Celles-ci ont vocation à accroître leur connaissance des marchés et des filières et d'affiner leurs stratégies de développement (ex : *Touristes indiens : comment bien les accueillir ?*, *Connectivité aérienne de la France*, *Tableau de bord des investissements touristiques*, etc.). Atout France leur propose par ailleurs des formations, notamment en ligne (MOOC accueil France).

L'Agence est également chargée de veiller à la qualité de l'offre, grâce à plusieurs dispositifs : classement des hébergements de tourisme, distinction palace attribuée à 25 établissements d'exception, immatriculation des opérateurs de voyages, promotion de labels (« Vignobles & Découvertes » pour l'œnotourisme...).

### FAVORISER LE DÉVELOPPEMENT DES DESTINATIONS ET ENTREPRISES À L'INTERNATIONAL

Grâce à ses 32 bureaux dans le monde et à une collaboration étroite avec le réseau diplomatique, l'Agence dispose d'une connaissance pointue des différents marchés touristiques et des acteurs de la distribution.

Cette expertise lui permet de proposer à ses 1 300 professionnels partenaires des outils de compréhension de la demande (conjoncture par pays et par filière ou études de marchés) et de conduire des actions marketing et de promotion autour des marques de destinations.

Plus de 2 800 opérations de promotion sont ainsi organisées chaque année dans le monde, ciblant les professionnels (voyagistes internationaux, presse et influenceurs) ainsi que le grand public.

Au cœur de ce dispositif, un média puissant, [France.fr](http://France.fr), permet d'inviter les internautes du monde entier (en 16 langues et 31 versions), à venir (re)découvrir l'art de vivre des destinations françaises.

Pour en savoir plus :  
[atout-france.fr](http://atout-france.fr) et [france.fr](http://france.fr)



## **Atout France**

79 - 81 rue de Clichy

75009 Paris

Tél.: + 33(0)1 42 96 70 00

Fax.: +33(0)1 42 96 70 11

[www.atout-france.fr](http://www.atout-france.fr) / [www.france.fr](http://www.france.fr)