



ASSEMBLÉE NATIONALE

13ème législature

politique du tourisme

Question écrite n° 49847

Texte de la question

M. Alain Suguenot interroge M. le secrétaire d'État chargé du commerce, de l'artisanat, des petites et moyennes entreprises, du tourisme et des services sur l'oenotourisme. Selon une étude récente, près d'un Français sur cinq choisit sa destination de vacances parce qu'elle est viticole, et 29 % des visiteurs étrangers viennent en France pour le vin et la gastronomie. L'oenotourisme recouvre en effet de nombreuses activités de découverte, parmi lesquelles les vins (dégustations, apprentissage de l'oenologie, de l'analyse sensorielle, de la sommellerie), les métiers et techniques de la vigne et du vin (visites de caves, de chais, de vignobles, rencontres avec les propriétaires, maîtres de chais, les vendangeurs...), la connaissance des cépages, des terroirs, les classifications et appellations, le patrimoine historique et culturel (visite de musées, découverte des architectures : châteaux, domaines, chapelles, chais...), la gastronomie, le bien-être avec la vinothérapie, les activités sportives et de loisirs : promenades et randonnées dans les vignobles, survols en montgolfière ou en avion. Les avantages de cette activité sont multiples, à la fois pour le viticulteur comme pour le touriste lui-même. Pour les viticulteurs, les visites au domaine leur permettent de valoriser et de faire connaître directement le fruit de leur travail. De plus, les dégustations engendrent des revenus sur place (1 visiteur sur dix seulement repart sans avoir acheté) et les visiteurs, de retour chez eux, achètent fréquemment à distance. Pour les touristes, une part croissante d'entre eux cherchent à donner à leurs vacances une plus-value en termes de culture, de découverte, d'art de vivre, de gastronomie, d'authenticité. Or les vins sont recherchés comme les plus authentiques expressions des terroirs. Sur le plan de la concurrence internationale, qu'elle soit touristique ou concerne le secteur du vin, l'oenotourisme est une carte importante à jouer pour la France, d'autant que, dans le monde, les actions de développement de l'oenotourisme se sont multipliées ces dernières années. Aussi lui demande-t-il de bien vouloir lui indiquer la situation de cette branche d'activité et les mesures éventuelles que le Gouvernement a prises ou pourrait prendre afin de la soutenir.

Texte de la réponse

Le vin, le patrimoine et les sites naturels constituent un facteur d'attractivité important de nos régions et territoires. 7,5 millions de clients (5 millions de Français et 2,5 millions de visiteurs internationaux) motivent et axent leur séjour sur le thème du vin. C'est une clientèle caractérisée par sa forte connaissance de l'univers du vin et qui se révèle relativement autonome dans l'organisation de son séjour. Toutefois, il existe un fort potentiel de développement auprès d'une clientèle française et internationale que l'on pourrait sensibiliser à cet univers, en lui proposant des prestations lui permettant d'organiser un séjour plus varié tout en s'initiant à cette culture. C'est ce segment de clientèle, à fort potentiel, qu'il s'agit de cibler et développer par une meilleure qualification et structuration de l'offre dédiée à la thématique de l'oenotourisme, et pour l'amélioration de sa lisibilité et de sa visibilité. C'est pourquoi le ministre en charge du tourisme a mandaté le Conseil national de l'oenotourisme (CSO) afin d'imaginer et mettre en oeuvre un label sur les destinations du vin. L'objectif de ce label est ainsi d'offrir plus de lisibilité au client et plus de visibilité à la destination : en développant l'efficacité touristique de ces destinations viticoles par une meilleure mise en valeur de leurs richesses et la mise en réseau de ces acteurs ; en développant globalement l'image, la notoriété et les ventes pour tous les acteurs de la filière du tourisme

viticole ; en identifiant sur une région/un bassin viticole, la destination proposant un produit complet au client, associant tout ce qui participe à son attractivité : son vignoble, son patrimoine culturel, naturel, immatériel (gastronomie, savoir-faire), les activités de loisirs, de bien-être et santé, les événements culturels, sportifs, d'affaires, de l'hébergement, de la restauration ; en assurant au client une qualité d'accueil et un esprit de partage lui donnant les clés de compréhension de l'univers du vin, tout en prônant la consommation responsable ; en favorisant les synergies d'actions entre les différents acteurs. Ce label doit aussi s'appuyer sur les initiatives et les démarches qualité mises en place par les différents opérateurs du monde du tourisme ou du vin, dont le rôle est essentiel dans le suivi de l'offre et dans sa professionnalisation. Par ailleurs, le ministre a remis le 27 janvier 2010 les premiers prix nationaux de l'oenotourisme qui distinguent des démarches individuelles ou collectives, exemplaires contribuant à la promotion de l'oenotourisme. Ils s'adressent à tous les acteurs du monde du vin, du tourisme et du patrimoine vitivinicole et a pour objectif de récompenser quatre initiatives exemplaires simples et rapidement transférables dans les catégories suivantes : la mise en valeur touristique d'un caveau ou d'un site viticole ; l'hébergement ou la restauration dans le vignoble ; la mise en réseau de maisons de vin avec d'autres ressources touristiques (patrimoine, sites naturels, produits d'agrotourisme...) ; la promotion d'un produit oenotouristique (par un événement, avec une agence de voyage, sur Internet...).

Données clés

Auteur : [M. Alain Suguenot](#)

Circonscription : Côte-d'Or (5^e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 49847

Rubrique : Tourisme et loisirs

Ministère interrogé : Commerce, artisanat, petites et moyennes entreprises, tourisme et services

Ministère attributaire : Commerce, artisanat, pme, tourisme, services et consommation

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 19 mai 2009, page 4747

Réponse publiée le : 13 avril 2010, page 4224