



Comité Régional du Tourisme

Commission Oenotourisme / Agritourisme

Compte-rendu du 11 Février 2019 – Villalier (Aude)

Les présents :

Denis CARRETIER - Chambre Régionale d'Agriculture
Paul FABRE - IVSO
Nathalie NOUZIES - Région Occitanie
Régine LATAPIE - Région Occitanie
Soizic JEAN-BAPTISTE – Région Occitanie
Nathalie DAUDER – Région Occitanie
Justine ANTOINE - ADT Tarn et Garonne
Didier CUJIVES CDT - Haute Garonne/ITERVITIS France
Isabelle CARDOUAT - CDT Gers
Amélie GOBIN - Pays Cœur d'Hérault
Florence OLLIER - Chambre d'Agriculture Aude
Antoine CANTU - Médithau SAS-Tabouriech
Valérie DELBOY - OT Cahors
Aurélié CHALMIN - Vignoble de Gaillac
Arnaud ELGOYHEN - Association Tourisme Gourmand en Occitanie
Laura DELPLANQUE - Coop de France Occitanie
Isabelle DHOMBRES - ADT Hérault
Sophie MILLET - ADT Aude
Emmanuelle CROS MAYREVIEILLE - OTC Grand Carcassonne
Sophie CABIE BONZOM - OTC Grand Carcassonne
Anne MARSEROU- PTCM Corbières Minervois
Daniele BOSCH - Grand Narbonne CA
Arnaud ELGOYHEN - Tourisme Gourmand en Occitanie
Camille MALLET - Fédération du Tourisme de Terroir
Laurence HERLIN LEMAIRE - Domaine RIBERACH
Alix VIE - ESV
Nicole SANTOUIL - AOP MALEPERE
Cécile VAUGELADE - Chambre Régionale Agriculture
Bernard SOUSTROT - Abbaye en Occitanie
Fabienne BASCA - Conseil départemental Haute Garonne
Evelyne PAYET - Coop de France Occitanie
Jehan de WOILLEMONT - CCI Haute Garonne
Hubert DELAMARE - CCI Tarn
Sandrine BARDY - Pour les vignerons Indépendants Occitanie
Alicia KOCH - CIVL
Rudy TESTAUD - Limoux vignoble d'histoire et de légende
JP BROUSSE - OT limouxin

1

tourisme-occitanie.com

SITE DE MONTPELLIER (SIÈGE)
CAPDEVILLE - LE MILLÉNAIRE 2 - 417, RUE SAMUEL MORSE - CS 79507 - 34960 MONTPELLIER CEDEX 2
TÉL. : +33 (0)4 67 22 98 09 - E-MAIL : CONTACT@CRTOCCITANIE.FR - WEB : CRTLR.FR

SITE DE TOULOUSE
15 RUE RIVALS - CS 78543 - 31685 TOULOUSE CEDEX 6
TÉL. : +33 (0)5 61 13 55 55 - FAX : +33 (0)5 61 47 17 16 - E-MAIL : CONTACT@CRTOCCITANIE.FR





Comité Régional du Tourisme

Marie Claire BAILS - OT Perpignan Méditerranée
Christophe BOUGUEMARI - CRT Occitanie
Sophie MERCIER - CRT Occitanie
Emmanuelle MONTAUD - CRT Occitanie
Birgitte REIMERS - CRT Occitanie
Céline GUERIN - CRT Occitanie
Nathalie TRIONFO - CRT Occitanie
Geoffrey BOULADE – CRT Occitanie
Véronique SEGAT - CRT Occitanie

Les excusés :

André DEYRIEUX - Wine Tourism Consulty
Pierre LAGACHE – ADT LOT
Eric DEBENNE – Lozère Tourisme
Sandrine RIEUTOR – Gard Tourisme
Sabine BROSE – OT Gaillac
Sandrine SALIVA – Sète Agglopôle Méditerranée
Valérie POTTIER – Chambre Régionale d’Agriculture Occitanie
Lucile DANGLAS – Château Parazza
Jean Luc BALDES – Clos Triguedina
Marie Christine FABRE DE ROUSSAC – OT MARSEILLAN
Aurore DUBART – CCI Gard
Jacques DAOULAS – CRT Occitanie
Corinne CARRERE – CRT Occitanie

Denis CARRETIER, Président de la Chambre Régionale d’Agriculture et Paul FABRE, Directeur IVSO accueillent les participants en tant que pilotes de la Commission Oenotourisme/Agritourisme. Ils précisent que c’est la deuxième fois que cette commission se réunit et qu’entre temps les groupes de travail sur l’oenotourisme et sur l’agritourisme se sont constitués respectivement le 15 janvier dernier et le 7 Février.

Après un tour de table, Christophe BOUGUEMARI du CRT Occitanie rappelle l’ordre du jour. Il apporte une précision sur la formation-action pilotée par le Pôle Qualification et Structuration de l’offre dont le coup d’envoi a été donnée le 7 Février.

Cette formation sur le thème du positionnement oenoculturel des Destinations Vignobles et Découvertes sera raccrochée aux travaux de la commission Oenotourisme/Agritourisme.



Comité Régional du Tourisme

Le Pôle Marketing et Attractivité du CRT Occitanie a présenté rapidement le constat sur l'oenotourisme en France et en région Occitanie (cf Ppt de présentation). Le positionnement et le plan d'action seront examinés lors de la prochaine réunion. Il est souligné que le fait qu'adhérer au futur club oenotourisme d'Occitanie leur offre la possibilité de participer aux actions de promotion du CRT.

• **Intervention et réaction des participants**

Certains participants s'inquiètent d'une bannière régionale qui risquerait d'effacer les identités et qu'il faudrait plutôt capitaliser sur la notoriété existante des territoires. Il est souligné que les noms des vignobles sont plus connus que « Occitanie ».

Ce constat est un constat régional. Il reste des territoires encore à couvrir sur les labellisés Vignobles et Découverte précise Paul FABRE. Il ajoute que sur la communication, une bannière commune à dimension Occitanie est à trouver ce qui n'empêche pas les signatures territoriales. Il est nécessaire de trouver des points communs entre tous et que cette démarche de bannière Occitanie n'est pas avant tout uniformisante.

Paul FABRE évoque le fait que toutes les interprofessions ont travaillé à la mise en place d'une bannière avec les spécificités et les diversités territoriales et cite l'action sur le circuit oenotouristique portée par le CRT pour les tours-opérateurs chinois. Cela étant dit il faudra stabiliser un positionnement collectif pour notre intervention en conférence permanente.

Pour Tourisme Gourmand en Occitanie et Arnaud ELGOYEN, il est difficile de passer à côté de l'Occitanie, c'est une opportunité pour les entreprises qui ont intégrées l'association Tourisme Gourmand et qui travaillent sous cette bannière.

Les entreprises comme le Domaine Tarbouriech, Dom Brial et Les caves Richemer cultivent cette image et travaillent en réseau avec le respect des diversités et des particularismes de chacun.

Laurence HERLIN, Domaine Riberach, rejoint le représentant Tourisme Gourmand : quand il y a une oenotourisme il faut entendre tourisme et si on se base sur les appellations on est loin de l'oenotourisme.

L'Occitanie est à construire, lorsqu'on parle de Bordeaux ou de Bourgogne nous avons une image en tête.



Comité Régional du Tourisme

Intervention de Geoffrey BOULADE et présentation et premiers éléments des fiches d'identité transmises aux destinations labellisés V et D.

Le groupe œnotourisme s'est réuni le 15 janvier dernier et a décidé que des fiches d'identité seraient envoyées à toutes les destinations Vignobles et Découvertes d'Occitanie.

Toutes les destinations ont répondu à ce questionnaire excepté deux destinations (en cours de recrutement de leurs animateurs).

Il dresse une synthèse des retours et les premiers constats et attentes :

Fiche d'identité	
L'Organisme :	
Présentation de la destination :	Sur toutes les feuille que nous avons pu recevoir les destinations ont précisément mis les communes ou agglomérations qui délimitent la zone V&D
Périmètre (aire de labélisation) :	Voir dessus
Appellations viticoles concernées (AOP, IGP, AB, Demeter, Terra Vitis...) :	Ici, majoritairement les destinations ont mis les AOC et IGP des secteurs concernés
Partenariats : ICI en partenariat il revient quasiment toujours les mêmes qui sont :	Publics : CRT, CDT, ADT, associations, EPCI, Maisons des vins. Privés : AOP, CIVL, Interprofession, CCI, Consulaires, Agence, Gîtes de France, Logis...

<p>Les actions mises en œuvre :</p> <p>Dans cette partie de nombreuses idées ont pu ressortir nous allons tenter d'en faire un condensé</p>	<p>Pour les professionnels (actions, formations, sensibilisation par les pairs...) :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Eductour divers - Campagne presse - Campagne influenceurs réseaux sociaux - Formations Oeno - Formation Accueil et Langues - Kit de découverte <p>Auprès du grand public :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Campagne de communication - Campagne réseaux sociaux - Newsletter - Chine Youtube - Livret de dégustation - Soirée et divers évènements qui ont du lien avec la connaissance des terroirs, du travail de la vigne ou des accords mets en vins avec des chefs sommeliers... -
<p>Les attentes :</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Développement des APN - Prise en considération du travail en commun - Plan de financement pour la communication - Histoire, storytelling - Maillage du territoire - Fête du vin - Aide à la diffusion d'information - Carte des vins - Groupe de travail sur Facebook fermé - Partage du travail sur une plateforme commune - Création d'un observatoire pour avoir des données et des références - Mutualisation des moyens - Création d'un site dédié aux professionnels - Bannière commune sur les divers salons - Mettre en place une charte graphique commune - Rencontres entre les destinations - Route des vins - Goodies - Lisibilité de l'action régionale - Création d'offres packagées



Comité Régional du Tourisme

Christophe BOUGUEMARI précise que l'idée est de partager une stratégie et de la faire évoluer, elle est d'aussi, de mutualiser les moyens existants. Il interpelle les acteurs sur le fait que notre économie est en train de régresser et nous sommes en perte de compétitivité.

Les pilotes proposent que les fiches d'identité soient envoyées aux chambres d'agriculture pour que la démarche soit exhaustive.

Intervention de Sophie MERCIER qui présente les actions du Pôle Qualification et Structuration de l'Offre (cf ppt)

- **La formation action positionnement oenoculturel des Destinations Vignobles et Découvertes.**

L'objectif de la formation action qui suit son cours est d'identifier un fil rouge qui permette de mettre en relief les différentes caractéristiques des destinations V et D et en faire ressortir les éléments d'attractivité et de personnalisation.

André DEYRIEUX a été missionné par le CRT pour accompagner les territoires dans ce sens.

Ce travail est articulé avec la commission oeno/agri, il est réalisé avec les représentants de l'interprofession. Le fruit de ce travail sera présenté à la prochaine commission du 21 Mai.

Il est mis en avant que cette action structurante apporte un outil de pilotage marketing qui permet avec les pro de travailler sur les spécificités du territoire.

Sophie MERCIER présente la carte Vignoble et Découverte qui sera utilisée en tant que set de table et qui a été réalisé avec le soutien de la Chambre Régionale de l'Agriculture.

- **Présentation de la formation action Guide Gourmand**

Tourisme Gourmand est un réseau d'entreprise dont l'objectif est de donner une lecture du territoire en associant les richesses identitaires pour qu'une expérience touristique soit retenue.

L'idée est d'attirer des clientèles avides de découvrir des vignobles dans le cadre patrimonial.

On compte 13 entreprises membres de l'Association l'objectif est d'en compter 30 d'ici 2020 qui illustreront la diversité et l'étendue du territoire Occitanie. Le CRT a accompagné à la formation des guides gourmand : les salariés des entreprises adhérentes sont formés à accompagner leurs clients dans une expérience unique et sur mesure.

L'année dernière 12 candidats ont été formés un titre leur a été remis. Nous en sommes à la deuxième promotion.

Une structure de commercialisation est en cours d'élaboration pour proposer un catalogue groupe.

6

tourisme-occitanie.com

SITE DE MONTPELLIER (SIÈGE)
CAPDEVILLE - LE MILLÉNAIRE 2 - 417, RUE SAMUEL MORSE - CS 79507 - 34960 MONTPELLIER CEDEX 2
TÉL. : +33 (0)4 67 22 98 09 - E.MAIL : CONTACT@CRTOCCITANIE.FR - WEB : CRTLR.FR

SITE DE TOULOUSE
15 RUE RIVALS - CS 78543 - 31685 TOULOUSE CEDEX 6
TÉL. : +33 (0)5 61 13 55 55 - FAX : +33 (0)5 61 47 17 16 - E.MAIL : CONTACT@CRTOCCITANIE.FR





Comité Régional du Tourisme

Intervention de Cécile VAUGELADE de la Chambre Régionale d'Agriculture et Emmanuelle MONTAUD du CRT Occitanie - Réunion du groupe 3 pour l'agritourisme_(CR en pièce jointe)

L'idée de faire intervenir les participants présents sur 3 points d'entrée : Identité, Structuration de l'Offre et Développement de l'Offre agritouristique.

Notre identité : 4 valeurs identitaires ont été identifiées elles sont davantage immatérielles et correspondent à un groupe de valeurs humaines.

Il a été souligné de capitaliser sur les marques existantes Bienvenue à la ferme, Qualité Tourisme.

Evocation de passerelle pour que le professionnel ne soit pas sursollicité.

Sur la structuration de l'Offre : Il a été question de la définition de l'agritourisme et de son évolution. Il y a plusieurs points de vue.

Considère-t-on que ce qui relève de l'agritourisme relève du lien direct avec l'exploitation (hébergement, restauration, visite guidée de l'exploitation) ou considère-t-on qu'un lien indirect puisse rentrer dans le champ de cette définition ex une maison de la truffe fait-elle de l'agritourisme.

Sur le développement de l'Offre, les mesures contraignantes réglementaires freinent le développement de cette offre, la formation des exploitants agricoles peut être réadaptée en termes de modalité et de financement.

Il faut se poser les bonnes questions sur les motivations d'un client à venir dans notre région : est-ce que c'est par la renommée du vin que nous le faisons venir ou bien est-ce que c'est par la qualité de la prestation proposée. Elle se prononce pour la deuxième option.

Christophe BOUGUEMARI évoque l'idée de l'Occitalité qui fait sens collectivement, ce sont les qualités portées par les habitants et les territoires de la région que ce soit dans le domaine de l'hospitalité du partage de convivialité, ...

Intervention du service tourisme et du service agriculture de la Région Occitanie (voir document joint)

Le plan d'action a été construit en fonction des 3 schémas existants le schéma agritourisme, le Schéma Innovation et le PACTE Alimentation.

Les services Région souhaitent la contribution de la commission oeno/agri pour ajuster le plan d'action dont la rédaction est en cours et qui sera voté en commission permanente le 19 juillet prochain.

Il est nécessaire pour étudier la question d'établir une commission courant avril pour apporter les contributions.

7

tourisme-occitanie.com

SITE DE MONTPELLIER (SIÈGE)
CAPDEVILLE - LE MILLÉNAIRE 2 - 417, RUE SAMUEL MORSE - CS 79507 - 34960 MONTPELLIER CEDEX 2
TÉL. : +33 (0)4 67 22 98 09 - E-MAIL : CONTACT@CRTOCCITANIE.FR - WEB : CRTLR.FR

SITE DE TOULOUSE
15 RUE RIVALS - CS 78543 - 31685 TOULOUSE CEDEX 6
TÉL. : +33 (0)5 61 13 55 55 - FAX : +33 (0)5 61 47 17 16 - E-MAIL : CONTACT@CRTOCCITANIE.FR





Comité Régional du Tourisme

Point d'information

Nathalie NOUZIES informe de la rencontre pilotée par Open Tourisme Lab de Nîmes (premier accélérateur de start up dans le domaine du tourisme) le 8 avril au château de l'Hospitalet sur la rencontre du monde de l'innovation et du monde viticole.

Les fiches « marchés » et certaines données sont en ligne sur le site du CRT : <https://pro.tourisme-occitanie.com/s-informer/infos-cles-de-l-observatoire-regional>

En 2019, la ville de Perpignan a été élu « Capitale Européenne du Vin ». Tout au long de l'année sont organisés 6 événements phares et près de 60 actions estampillées œnotourisme en plus de l'offre déjà existante.

Suivi et prochain objectif

Messieurs FABRE et CARRETIER conclus avec les objectifs suivants comme feuille de route pour la présentation du 7 juin en commission permanente :

Consolider le diagnostic

- Le positionnement pour la destination, les objectifs, les actions, la création d'un nouveau club œnotourisme.
- SWOT
- Cibles
- Fiches V et D
- Les différents labels : danger ?

Objectifs

- Relier les territoires (décloisonner)
- Trouver de la cohérence (communication, action...)
- Valoriser les spécificités/identités
- Valeurs communes (festif/immatériel) :
 - Intégrer les éléments de la commission agri
 - Travail de André Deyrieux

Une question

- Une marque ou Occitanie ?

A clarifier :

- Rôle du Club œnotourisme ?
- Tourisme gourmand ?



Comité Régional du Tourisme

Des actions concrètes (exemples)

- Le concept d'Occitalité
- Une promotion régionale : quoi ?
- Un accompagnement des destinations : quels besoins ?
- Formation

Prochaines commissions :

Le 12 avril au CRTO Site Toulouse

Le 21 Mai (lieu à définir)