



Comité Régional du Tourisme

Commission Œnotourisme-Agritourisme

Compte-rendu du Mercredi 12 juin 2019 - Domaine de Rombeau (Rivesaltes)

Les présents :

Denis CARRETIER - CRA
Christian NOUGUIER - CRTO
France GAUBY - ADT PO
Justine ANTOINE - ADT TARN et GARONNE
Marie Claire BAILS - OTC PERPIGNAN MEDITERRANEE
Carole COUVE - REGION OCCITANIE
Camille MALET - Fédération Tourisme de Terroir
Jacques DAOULAS - CRTO
Sophie MERCIER - CRTO
Christophe BOUGUEMARI - CRTO
Marjorie ESPRIT - CRA
Séverine SENAC – CRTO
Lucie SHMITZ - Manatour
Rémy GAVARD - Manatour
Jean MICOUD - CDT Haute Garonne
Patricia TABA - CIVR
Marc MEDINA - OTC
André BASCOU - Maire de Rivesaltes
André DEYRIEUX - Wine Tourism Consulting
Corinne PARASSOLS - Chambre Agriculture PO
Hervé MONTOYO - UMIH
Hervé DURAND - Mas des Tourelles Gard
Sylvie HERPSON - Pays Haut Languedoc et Vignobles
Marie Theres WERNER - Pays Haut Languedoc et Vignobles
Birgitte REIMERS - CRTO
Fabienne BONNET - Chambre Agriculture PO

Accueil par Denis CARRETIER, pilote de la Commission et Président Régional de la Chambre d'Agriculture, demande aux membres de la Commission de bien vouloir excuser Paul FABRE qui pilote la commission à ses côtés.

Mot d'Accueil du Maire de Rivesaltes, M BASCOU qui présente Rivesaltes et le Domaine Rambaud haut lieu de l'oenotourisme dans les PO : le domaine comprend un caveau et un restaurant, le domaine est qualifié Tourisme Occitanie/Sud de France.

Il souligne la particularité des vins doux naturel : l'Occitanie est la seule région de France produisant des vins doux. Autre producteur européen de vin doux : le Portugal.

Mot d'accueil de Marc MEDINA, Président de l'OT Perpignan Méditerranée.

De périmètre communautaire, le territoire est riche de diversités, il comprend Perpignan et s'étend de la mer jusque dans les terres.

Ouverture de la 4^{ème} réunion de la Commission et rappel de l'ordre du jour par Christophe BOUGUEMARI.

• **Présentation de l'enquête régionale par Séverine SENAC Pôle de l'information, de l'observation et des études 3 D du CRT Occitanie** (voir PPT joint)

L'enquête est financée par la Région. Sa mise en œuvre est assurée par le Pôle 3D du CRT Occitanie. Période d'enquête : de juillet 2018 à septembre 2019.

Elle porte principalement sur les profils, les activités pratiquées, la satisfaction et les dépenses des touristes. Elle comprend des questions spécifiques à l'oenotourisme.

L'enquête, animée par le CRT en lien avec les partenaires locaux, se déroule au bénéfice des territoires et des entreprises touristiques de la région.

- Présentation des premiers résultats sur l'oenotourisme (ppt)
- Résultats définitifs : courant décembre
- Communication de l'enquête lien à diffuser auprès des professionnels et des clients <http://obsetour.com/occitanie>

Le kit de communication est téléchargeable via le lien suivant : https://crtlanguedoc-my.sharepoint.com/:f/g/personal/observatoire_crtoccitanie_fr/EhHXTwr3ksFMpD5SoVG4Y6QBLvtFJ30enFj-bWpGhVWk5g?e=Tet1XA

Contact pour communication de l'enquête avec outils les plus adaptés

Claire BARBANCEYS du Pôle 3D au 05 61 13 55 22 ou observatoire@crtoccitanie.fr

• **Remarques des membres sur les nouveaux indicateurs à intégrer concernant l'univers œnotourisme et agritourisme**

- Intégrer les marchés de producteurs
- Intégrer la dimension Bienvenue à la Ferme
- Avec l'idée que L'œnotourisme et l'agritourisme sont étroitement associés le vin étant considéré comme un produit fermier
- Faire évoluer ces indicateurs et les représenter à chaque séance.
- Idée de partager et mutualiser les enquêtes existantes.

Autres remarques :

- 1 touriste sur 5 vient d'Occitanie, les acteurs économiques sont liés les uns aux autres, c'est un chaînon de prescripteurs.
- 2 /3 des visiteurs ont le souhait de découvrir le patrimoine (lié le vin au patrimoine)
- Le Pôle 3 d peut réaliser des cartographies spécifiques.

• Présentation des fiches d'identité des labellisés Vignobles et Découvertes (un travail réalisé par le CRTO) proposition par Christophe BOUGUEMARI de les compiler dans un document pour la prochaine commission du 4 Octobre.

• Présentation par Christophe BOUGUEMARI de la Fédération Nationale des Vignobles et découvertes, topo réalisée par Sophie BONZOM OT du Grand Carcassonne et nouvelle administratrice de la Fédération Nationale.

La région Occitanie est bien représentée : 5 représentants y siègent c'est le quart du Conseil d'Administration.

→ Invitation des 5 représentants de la Fédération Nationale à la prochaine commission : Michel GARCIA Sète Agglo pole méditerranée, Didier CUJIVES CDT31, Sophie BONZOM OT Grand Carcassonne, Jean Louis SALIES Tourisme de Terroir, Claude BARRAL Cœur d'Hérault

Remarques :

- Carence en termes de promotion du label au niveau national auprès du grand public même si chaque labellisé s'engage à en faire la promotion. Travail sur ce point en commission nationale.
- Projet d'Observatoire National : fait partie des 20 mesures prises au niveau national, incertitude sur l'entité qui le portera. (Atout France ?....)

- **Présentation de l'action sur l'identité oenoculturelle des destinations V et D accompagnée par le Service Qualification et Structuration de l'Offre du CRTO -Sophie MERCIER.**

Etude réalisée par le Cabinet DEYRIEUX (PPT de présentation).

L'ensemble des destinations a été invité à se positionner avec une phrase clé.

Remarque : les interprofessions ont été intégrées et impliquées dans la mission dès le départ.

Les résultats de cette étude et les contributions des 18 destinations V et D seront formalisées dans un document final.

Remarques :

→ Enseignement des démarches de Benchmarking sur les approches marketing aux États Unis ou des approches liées à l'Histoire et le Patrimoine (Géorgie, Portugal, Grèce).

- **Présentation des actions agritourisme par la Chambre Régionale d'Agriculture Mme Corinne PARASSOLS Chambre Agriculture PO et Mme Marjorie Esprit Technicienne CRA.**

L'Agritourisme est une filière importante du tourisme en Occitanie.

La Marque Bienvenue à la Ferme est une marque nationale qui existe depuis une trentaine d'années, cette marque est bien reconnue par le grand public.

Déclinaison de la marque : Mangez Fermier, Vivez Fermier, Drive Fermier, Marchés de Producteurs...

Tendance des consommateurs à s'orienter vers les produits des agriculteurs, à consommer local et à découvrir la fabrication des produits dans leur exploitation.

- **Les événementiels sur l'Agritourisme :**

- * Salon de l'Agriculture

- * Saveurs d'Occitanie : marché de producteurs mensuel sur Toulouse valorisant les produits SIQO et fermiers (Bienvenue à la Ferme)

- * Printemps à la Ferme : week-end portes ouverte le 1er week-end de juin dans toute l'Occitanie. 170 fermes ouvertes tous les ans

- * Capitole Fermier Sud de France : le plus grand marché fermier d'Occitanie (BAF/MPP) à Toulouse – 80 agriculteurs présents tous les ans (le 28 juin 2019)

- * Sud France fête la Qualité : 3 jours de festivités à Montpellier autour des produits de qualité (SIQO et BAF) avec animations

- * REGAL : salon régional de la qualité alimentaire, espace fermier avec vente de produits et restauration, animation ferme pédagogique

• **Axes d'amélioration sur les événementiels :**

→ Pour le Salon de l'Agriculture voir pour les prochaines éditions de quelle manière la partie promotion du CRT peut s'imbriquer.

→ Faire venir la presse sur les événements agritourisme et leur proposer de partir à la découverte des terroirs et des produits proposés dans les salons sur le terrain.

→ Valorisation du label Vignobles et Découvertes sur les salons.

Autres remarques :

Un marché intérieur à fort potentiel : 45 000 nouveaux habitants qui auraient envie de partir à la découverte de nouveaux territoires, de leurs produits du terroir et marchés. Une nouvelle image à faire émerger.

A retenir : le vin est un produit fermier les produits oeno et agri sont des produits fermiers ils n'ont pas forcément les mêmes cibles.

Point d'information : vote des nouveaux dispositifs pour les exploitations agri en commission permanente Région de Juillet

- Sur l'articulation du Pacte alimentation de la Région et le lien avec la filière oeno agri : cette articulation se manifeste dans les politiques publiques. Est cité en exemple l'accompagnement des agriculteurs dans la valorisation de leurs produits locaux par le service agri de la Région.

Préconisation du CESER pour que les agriculteurs travaillent à la réponse sur les appels d'offres pour les cantines scolaires par exemple.

- **Approche marketing de l'œnotourisme en Occitanie présentation par Jacques DAOULAS (ppt).**

Remarques :

- S'appuyer sur les marques existantes
- L'Occitanie doit être une région décomplexée en matière d'Oenotourisme.
- Une région avec beaucoup de points forts : 1^{ère} région qui compte le plus de destinations labellisées Vignobles et Découvertes, Perpignan Capitale Européenne des vins 2019, Meilleur Wine Bar au monde à Toulouse....
- A améliorer : notre part de prise de parole par rapport aux autres Régions œnotouristiques

- Synergie de communication à trouver sur les actions de communication et de promotion à l'étranger

- Insister sur le Travail en inter filières et en partenariat ; sur la filière restaurant : s'appuyer sur le titre maître restaurateur qui valorise les produits locaux. **(cf cahier des charges maître restaurateur)** La Région Occitanie possède le plus grand nombre de titre Maître restaurateur.

Bonnes pratiques à retenir : Mettre en place des cartes de producteurs ou panier garni chez les hébergeurs.

- Il faut que le parcours d'un touriste amène tout naturellement à un parcours oeno agritouristique (et pour cela améliorer notre affichage sur les sites internet notamment)

- **Cluster œnotourisme proposition d'un Cluster Tourisme et Vin en Occitanie par Jacques DAOULAS - CRTO**

- Objectif du club : fédérer les acteurs publics et privés de la filière et des territoires, Motivés par des intérêts communs pour la mise en œuvre d'un plan d'actions régional mutualisé dans les domaines du marketing, de la communication et de la veille

- Pour être adhérent : être adhérent au CRT

- Public : les interprofessions (membres fondateurs), les labellisés Vignobles et Découvertes, les entreprises, ADT OT

- Principe de financement des actions : Mise à disposition d'un budget à parité du montant total des cotisations et 50% du montant des actions mises en œuvre (à hauteur du budget voté par le CA du CRT)

- **Description des actions prévues 2019-2020 :**

- Plan d'action arrière-saison marché de proximité septembre -octobre

- Outils de communication adaptés basé sur les résultats de la mission d'André Deyrieux (carte des labellisés, et reportage photos vidéo)

- Structuration et enrichissement des plateformes digitale du CRT et plan de communication digitale marché de proximité (création de gamme de produit)

- Participation collective et coordonnée sur le cluster atout France dont visit frenchwinetourisme.com

- Dossier de candidature pour l'accueil du workshop « Destination Vignobles » en 2020

- Assises régionale de l'œnotourisme.

- Valorisation de l'œnotourisme au Japon dans le cadre de la semaine dédiée aux lauréats nationaux (Château de Pennautier et Château de Mercuès)

- Présentation du rétro planning : Étape 1 en juillet constitution comité de pilotage avec représentants ADT, V&D, Interpros, CRT
- Création du cluster approuvée par la commission

Remarque : comment intégrer les entreprises qui ne sont pas représentées par un réseau V et D et qui n'ont pas les moyens d'adhérer ?

- Point information cahier des charges caveaux et point de vente à la ferme en cours de finalisation : invitation des membres de la commission à participer aux ateliers de travail sur le cahier des charges les 3 et 4 juillet prochains.
- Intervention de la Présidente de la Chambre agriculture des PO Fabienne BONNET qui insiste sur le travail collaboratif entre acteur pour promouvoir les produits.
- Présentation capitale par Patricia TABA, Responsable marketing VILLE EUROPEENNE DES VINS ; Perpignan choisie parmi 800 villes en Europe. **(PPT)**
- Plan d'action confié au CIVR
Nouvelle image à donner valorisant les singularités du territoire sur les rancios et vins doux naturels. Démarche de marketing expérientiel avec travail par cible affinitaire sur le digital.
Évènements B t B sur le territoire près de 150 dates en B to C ;
Action événementielle croisée avec le festival visa pour l'image.

**Prochaine commission – Le Vendredi 4 octobre
(Lieu à préciser sur une journée)**