

# 2024, EN FRANCE...

- **11 % des Français** boivent du vin tous les jours (en 2022, 51 % en 1980)
- **1 % du territoire français** est planté de vignes.
- **1 exploitation agricole sur cinq** est vitivinicole
- **11 000 propriétés** et plus sont ouvertes à la visite (Atout France)
- **5,2 milliards d'€** de recettes proviennent de l'œnotourisme



© EMMA TOURNIER

## LE SANS ALCOOL ?

Créée en 1811, la Maison Ackerman, la plus ancienne maison de fines bulles de Saumur, reçoit 50 000 visiteurs par an : une large gamme de vins est élevée dans ses caves troglodytiques, également écrin aux œuvres d'art de la Résidence Ackerman-Fontevraud. En complément du Crémant de Loire, la Maison Ackerman élabore des bulles sans alcool de qualité « Bulle Royale Zéro Alcool » composées exclusivement de cépages de Loire. Elles sont proposées lors d'événements professionnels et inspirent l'art de la mixologie pour des cocktails sans alcool. Il nous arrive régulièrement de recevoir aux Caves Ackerman des familles ou des couples dont l'un fait l'acquisition de Crémant de Loire et l'autre de bulles sans alcool pour l'accompagner. Nous avons également du jus de raisin pétillant pour les enfants, ainsi toute la famille peut trouver son plaisir. Et le must est de déguster ces cuvées au cœur de notre

dernière œuvre, « Le coup de folie », une installation revisitant les kiosques à musique de la Belle Epoque !

**JULIEN GOUDEAU**, RESPONSABLE TOURISME ET RELATIONS PUBLIQUES MAISON ACKERMAN

« Un bain froid dans une cuve de vinification sera l'un des atouts du Spa que nous ouvrons en février prochain... Au cœur de vignobles prestigieux, il faut proposer une carte des vins magistrale, mais rester subtil dans la décoration : on ne va pas mettre des tonneaux partout ! »

**SÉVERINE PÉTAILLAIRE-BELLET**, PROPRIÉTAIRE HOSTELLERIE DE LEVERNOIS ET CHÂTEAU SAINTE SABINE, RELAIS&CHATEAUX

« Nos clients sont plus œno que touristes : en Bourgogne, ils veulent descendre dans des caves où l'odeur du vin leur murmure le début d'une très belle histoire. Les toiles d'araignées ne les dérangent pas, elles soulignent notre

authenticité et sa part de vivant ! »

**YOURI LEBAULT**, FONDATEUR ET DIRECTEUR DE BOURGOGNE GOLD TOURS.

« En France, tout repose sur le vin, généralement bon. On est beaucoup trop timides sur « l'hospitalité ».

**SÉBASTIEN PRADAL**, SOMMELIER, CONSEILLER ARTISTIQUE DE LA SÉRIE LES GOUTTES DE DIEU

Une véritable collégialité s'est mise en place autour des activités œnotouristiques, pour retenir les visiteurs sur leur lieu de séjour. Cela dit, l'individualisme français est un fantasme : les vignerons ont toujours eu la notion de village et de communauté.

**JÉRÔME BAUDOIN**, RÉDACTEUR EN CHEF DE LA REVUE DU VIN DE FRANCE

L'inscription en 2015 des Coteaux, Maisons et Caves de Champagne au Patrimoine Mondial de l'Unesco a créé une effervescence et développé

l'offre bien au-delà des acteurs professionnels. La Marne était un lieu de passage, elle devient une destination.

**PHILIPPE HARANT**, DIRECTEUR DU CDT DE LA MARNE

La labellisation Unesco a permis de mettre tous les acteurs autour de la table même si trouver des codes de communication dans l'intérêt commun du produit et du territoire n'a pas toujours été simple. Nous nous réjouissons d'accueillir en mars 2025 les secondes Assises de l'œnotourisme.

**CHRISTELLE TAILLARDAT**, DIRECTRICE DU CDT DE L'AUBE

Le plaisir des vins est celui des sens : une promenade dans la campagne, les odeurs d'humus de la forêt, la découverte des plantes... Le « de cave en cave » a vécu, aujourd'hui, l'œnotourisme doit être associé au bien-être.

**EMMANUELLE BAUDE**, DOMAINE TOUR CAMPANETS



Nous allons consacrer le plus important budget de l'interprofession à l'œnotourisme.

Une nouvelle plateforme va aider la clientèle locale et internationale à mieux s'y retrouver dans les vignobles de la Vallée du Rhône, qui traversent plusieurs départements et régions. Elle sera conçue pour que les acteurs du tourisme puissent valoriser le vignoble au même titre que le patrimoine.

PHILIPPE PELLATON,  
PRÉSIDENT INTER-RHÔNE

Il faut à la fois attirer un public plus large que celui des œnotouristes et remettre le vin au centre du discours.

La nature est une clé d'entrée : pour la première fois, en 2024, l'Alsace a lancé une campagne télé sur la beauté des vignobles. Un autre accès peut se faire par la biodynamie, le « prendre soin » et la notion d'humanisme de la Région. Grâce aux nos liens anciens avec le Japon, nous serons associés en 2025 à l'Exposition Universelle d'Osaka. Une première mondiale pour une région viticole.

PHILIPPE BOUVET, DIRECTEUR MARKETING CONSEIL  
INTERPROFESSIONNEL DES VINS D'ALSACE. CIVA

« ... nous serons toujours ivres partout où nous irons en ambassade »

LYSISTRATA, ARISTOPHANE

La passion ne suffit plus, les clients exigent de la professionnalisation. La tolérance vis-à-vis du vigneron œuvrant toute la semaine a disparu. Le moindre détail compte. Les salariés non plus ne se satisfont plus d'être multi-tâches dans un chouette secteur et il faut rendre attractifs les métiers de l'œnotourisme. Mais, en France, on travaille bien ! On a conservé notre identité, nos terroirs, et un marché local. Et tant mieux car les Américains n'ont pas envie de retrouver les Disney du vin qu'ils ont chez eux.

JÉRÔME ISNARDI, FONDATEUR DE RUEDESIGNERONS.COM

« L'œnotourisme, c'est l'économie du sourire. Qui dit Art de Vivre dit Bons Vins »

MARINA FERRARI, MINISTRE DÉLÉGUÉE CHARGÉE DE L'ECONOMIE DU TOURISME

## ... ET DANS LE MONDE

➤ **7,2 millions d'hectares :** la superficie du vignoble mondial baisse pour la 3<sup>e</sup> année.

➤ **237 millions (hl) :** le plus faible niveau de production depuis 1961.

➤ **221 millions (hl) :** la consommation baisse depuis 2018 (sauf les vins blancs, rosés ou effervescents)

➤ **3,62 d'€ le litre de vin à l'exportation.**

Une bouteille sur deux est importée  
(Chiffres: OIV 2024)

➤ **44% des Non ou Faibles Consommateurs** (No/Low consumers) ont entre 18- 25.  
(Sowine/Dynata 2023)

➤ La part du vin représente aujourd'hui **moins d'un tiers des parts** de la bière et des spiritueux.  
(IVES Technical Reviews, vigne et vin)



### « L'ŒNOTOURISME DOIT DEVENIR LE MOTEUR DES RÉGIONS »

Le principal objectif de l'œnotourisme est de rendre le travail des viticulteurs rentable, en valorisant correctement leur savoir-faire sans concurrencer les cavistes. Il est essentiel de redéfinir l'œnotourisme : le caveau doit être une vitrine pour le vigneron, non un syndicat d'initiative gratuit. École du goût, il doit offrir aux visiteurs l'opportunité d'affiner ses capacités gustatives et d'explorer l'univers des vins de Terroir. Les principes fondamentaux de nos AOC et IGP sont aujourd'hui scientifiquement reconnus.

Les activités autour du vignoble doivent intégrer les promenades, pas les quads polluants, ni les exploits sportifs des VTT qui aggravent les phénomènes d'érosion, même si des parcours à vélo peuvent être aménagés. Il est important de créer une synergie avec les agriculteurs des autres filières, car il existe un devoir de cohésion envers toute la filière agricole. Les visiteurs qui fréquentent par exemple les 75 territoires labellisés Vignobles et Découvertes soit 8600 entreprises dont 2892 caves, recherchent d'autres produits de qualité provenant de l'agriculture locale. Enfin, l'œnotourisme doit encourager l'emploi local. Un agriculteur qui travaille sept jours sur sept ne peut pas gérer un caveau à lui seul et devrait pouvoir embaucher du personnel qualifié, passionné par le vivant, compétent. En fin de compte, l'œnotourisme ne doit pas seulement être une source de revenus pour les viticulteurs, mais également un vecteur de développement durable et de richesse culturelle pour l'ensemble des territoires viticoles.

**MICHEL CHAPOUTIER**, PRÉSIDENT DE LA FÉDÉRATION «VIGNOBLES ET DÉCOUVERTES».

**Artisans et garants du patrimoine viticole, les Vignerons Indépendants ont accueilli en 2023 dans leurs 6000 domaines sept millions de visiteurs en quête de sens. Plus qu'une simple visite, nos vignerons convient à un partage, pour mieux faire connaître leur domaine, ses traditions, terroir et savoir-faire. La moitié (49 %) proposent en plus de la dégustation, des expériences comme la vendange ou l'initiation à la vinification. Un cinquième (20,6 %) ont aménagé des hébergements pour prolonger l'immersion. Et plus du tiers (35,7 %) envisagent de créer ou d'améliorer leurs prestations dans les trois prochaines années. En tant que syndicat professionnel, nous œuvrons pour lever les freins juridiques et administratifs qui les brident, par exemple faciliter la construction d'infrastructures touristiques sur des terrains agricoles... Dans notre modèle, l'œnotourisme représente une source de revenus complémentaires et renforce la visibilité de nos vignerons. Aujourd'hui, la digitalisation permet de faciliter les réservations en ligne et d'optimiser la gestion des visites en captant un public plus large en offrant une expérience client plus fluide. Ces innovations digitales sont un atout essentiel pour encourager le développement cette activité clé pour le dynamisme économique des territoires viticoles.**

**LUDOVIC WALBAUM**, PRÉSIDENT DE LA COMMISSION ŒNOTOURISME DES VIGNERONS INDÉPENDANTS

En septembre 2024, la Cité du Vin, qui permet de découvrir les différentes facettes de la culture du vin dans le monde, a accueilli 45 000 visiteurs, un record depuis son ouverture en 2016. Nos 400 000 visiteurs annuels font de nous le quatrième musée le plus visité de France (hors Île-de-France). Plus de la moitié sont des étrangers. Quelle différence avec les débuts de l'œnotourisme dans le Bordelais! Dans les années 70, les vignobles ne se visitaient pas. Lorsque mon frère Jean-Michel rentre à Pauillac, mon père André hésite à vendre la propriété familiale, Château Lynch-Bages. Mais Jean-Michel décide de faire évoluer la destinée de ce grand cru classé de Pauillac et de faire connaître le savoir-faire du Médoc. La prospérité générale nous a permis de refaire des chais, de les montrer, d'organiser des expositions d'art. En 1989, mon frère ouvre le Château-hôtel Cordeillan-Bages, où Thierry Marx installe sa « cuisine moléculaire », et une école du vin, « l'École du Bordeaux », puis rénove le Hameau de Bages. A l'époque, beaucoup de propriétaires créent leur propre expérience, les Cathiard à Château Smith Haut Laffite, les Perse à Pavie, puis Philippe Raoux à Château Arsac... Toutes ces initiatives sont relayées, notamment par la première Maison du tourisme et du vin de Pauillac, puis l'office de tourisme de Bordeaux, qui proposent aujourd'hui une offre importante de découvertes, non seulement dans les grandes appellations mais aussi dans l'entre-deux-mers, les côtes de Blaye...

**SYLVIE CAZES**, PRÉSIDENTE DE LA FONDATION DE LA CULTURE ET DES CIVILISATIONS DU VIN

**Le meilleur moyen de défendre ce patrimoine est de rappeler que le vin est un produit culturel, au même titre qu'une œuvre d'art, témoignant de la mémoire collective du continent européen et d'une partie essentielle de sa civilisation.**

**EMANUELA PANK** // PRÉSIDENTE ITER VITIS LES CHEMINS DE LA VIGNE EN EUROPE

“

Arriver dans le vignoble  
**sans voiture  
n'est pas encore  
possible partout,**  
mais s'y promener de manière  
durable l'est de plus en plus.

”

**BRIGITTE BLOCH** // DIRECTRICE DÉVELOPPEMENT  
ET INNOVATION DU COMITÉ RÉGIONAL  
DU TOURISME DE NOUVELLE-AQUITAINE

**Les Gouttes de Dieu  
évoquent pêle-mêle la famille,  
le poids de l'éducation,  
l'héritage, la transmission,  
mais surtout parlent  
du vin différemment  
à des consommateurs  
dont le profil est en train  
de fortement évoluer  
au fur et à mesure  
du renouvellement  
générationnel.**

**MICHEL BLANC** // DIRECTEUR PROJETS  
ET DÉVELOPPEMENT AU SEIN DU SYNDICAT  
DES VIGNERONS DE CHATEAUNEUF-DU-PAPE

En plus de contribuer à l'économie locale, l'œnotourisme représente un moteur puissant de développement territorial en obligeant à repenser l'accueil et les infrastructures touristiques.

**CHARLOTTE FOUGERE** // PRÉSIDENTE DE CALICE HOSPITALITY AND WINES