

Veille Marketing et concurrentielle

La Bourgogne et le tourisme vitivinicole

Une filière phare du tourisme régional



Préambule

S'il est une filière du tourisme bourguignon qui mérite le qualificatif de « filière phare », c'est bien le tourisme vitivinicole. En pleine expansion à l'échelle internationale, il n'avait, jusqu'à présent, été l'objet d'aucune synthèse globale pour la Bourgogne. Les pages qui suivent tentent d'y remédier en rassemblant les éléments disponibles, souvent disparates, et en tenant compte des différentes approches de la filière et des différentes motivations de la pratique du tourisme vitivinicole :

- l'approche centrée sur **le vin**, qui donne lieu à des voyages et visites et donc génère une activité touristique ;
- l'approche centrée sur **des prestations touristiques**, en l'occurrence organisées autour de la thématique du vin ;
- l'approche centrée sur **la découverte de la Bourgogne**, avec ses patrimoines culturels et naturels dont les vignobles et les vins forment une part importante, largement contributive de son identité.

Car l'engouement pour la thématique ne se limite pas aux seuls professionnels du tourisme, qu'ils soient privés ou institutionnels, ni à ceux de la vigne et du vin. En témoigne entre autres la création, en 2006, d'une chaire Unesco « Culture et traditions du vin », réseau mondial basé à Dijon.

Dans la même logique, la démarche en cours de constitution d'un dossier de candidature à l'inscription, au titre de site culturel, d'une partie des vignobles bourguignons parmi le Patrimoine mondial de l'Unesco, label dont l'intérêt touristique n'est plus à démontrer, illustre bien l'enjeu d'avenir que représente la filière pour la Bourgogne.

Sommaire

LA CARTE DE LA ROUTE DES VINS DE BOURGOGNE	P. 5
LE CONCEPT – LES DEFINITIONS	P. 6
L’OFFRE BOURGUIGNONNE	P. 7
❖ La localisation de l’offre	P. 7
❖ La nature de l’offre (composition et volume)	P. 8
➤ <u>Routes et parcours</u>	P. 8
▪ Routes des vins	P. 8
▪ Sentiers de découverte et randonnées	P. 8
➤ <u>Dégustations et prestations annexes</u>	P. 8
▪ Visites de caves et caveaux de dégustation	P. 9
▪ Stages d’œnologie	P. 9
▪ Excursions organisées	P. 10
▪ Restauration	P. 10
▪ Hébergement	P. 10
➤ <u>Sites de visite</u>	P. 11
▪ Musées et écomusées du vin, centres d’interprétation	P. 11
▪ Sites historiques du patrimoine vitivinicole	P. 13
▪ Paysages, architecture vernaculaire et savoir-faire	P. 16
▪ Des initiatives pour assurer l’avenir	P. 18
➤ <u>Fêtes et manifestations liées au vin</u>	P. 18
▪ Les événements phares	P. 18
▪ Foires et marchés, fêtes populaires et gastronomiques	P. 19
▪ Manifestations sportives	P. 20
▪ Manifestations culturelles, festivals et concerts	P. 20
❖ Les opérateurs privés et institutionnels	P. 20
➤ <u>Producteurs, distributeurs et autres acteurs du monde du vin</u>	P. 20
➤ <u>Prestataires touristiques</u>	P. 23
▪ Hôtellerie et restauration	P. 23
▪ Opérateurs réceptifs	P. 24
▪ Autres	P. 25
➤ <u>Collectivités territoriales et leurs organismes satellites</u>	P. 25

❖ La Bourgogne dans la comparaison interrégionale et internationale	P. 26
--	--------------

- | | |
|--|--------------|
| ➤ <u>Les autres régions viticoles françaises</u> | P. 26 |
| ▪ La Route des Vins d'Alsace | P. 26 |
| ▪ Le Bordelais | P. 26 |
| ▪ La Champagne | P. 27 |
| ▪ Le Val de Loire | P. 27 |
| ▪ Les vignobles de Rhône-Alpes | P. 28 |
| ▪ Le Jura | P. 28 |
| ▪ Languedoc-Roussillon | P. 28 |
| ➤ <u>Exemples de tourisme vitivinicole à l'étranger</u> | P. 29 |
| ➤ <u>La coopération internationale</u> | P. 30 |

LES CLIENTELES	P. 31
-----------------------	--------------

❖ Les clients du tourisme vitivinicole en général	P. 31
--	--------------

- | | |
|--|--------------|
| ▪ Qui sont-ils ? | P. 31 |
| ▪ Combien sont-ils ? | P. 31 |
| ▪ Comment pratiquent-ils l'œnotourisme ? | P. 32 |
| ▪ Où pratiquent-ils l'œnotourisme ? | P. 32 |
| ▪ Quand pratiquent-ils l'œnotourisme ? | P. 32 |
| ▪ Pourquoi pratiquent-ils l'œnotourisme ? | P. 33 |

❖ Zoom sur les clientèles étrangères	P. 33
---	--------------

- | | |
|--|--------------|
| ▪ Qui sont-ils ? | P. 33 |
| ▪ Combien sont-ils ? | P. 34 |
| ▪ Comment pratiquent-ils l'œnotourisme ? | P. 34 |
| ▪ Où pratiquent-ils l'œnotourisme ? | P. 35 |
| ▪ Quand pratiquent-ils l'œnotourisme ? | P. 35 |
| ▪ Pourquoi pratiquent-ils l'œnotourisme ? | P. 35 |

LA MISE EN MARCHE	P. 35
--------------------------	--------------

❖ La communication et la promotion	P. 35
---	--------------

❖ La commercialisation	P. 37
-------------------------------	--------------

ANALYSE SWOT	P. 38
---------------------	--------------

- | |
|--|
| ❖ Forces et faiblesses (analyse interne, à dominante structurelle) |
| ❖ Opportunités et menaces (analyse externe, à dominante conjoncturelle) |

CHIFFRES CLES, INDICATEURS ET DEVELOPPEMENT ECONOMIQUE P. 39

❖ La fréquentation actuelle	P. 39
------------------------------------	--------------

❖ Le développement économique	P. 40
--------------------------------------	--------------

- **Indicateurs de niveaux d'investissement** P. 40
- **Le chantier C17 du S.R.D.T.** P. 40
- **Exemples de premières actions soutenues** P. 41

POUR EN SAVOIR PLUS P. 42

❖ Références bibliographiques	P. 42
--------------------------------------	--------------

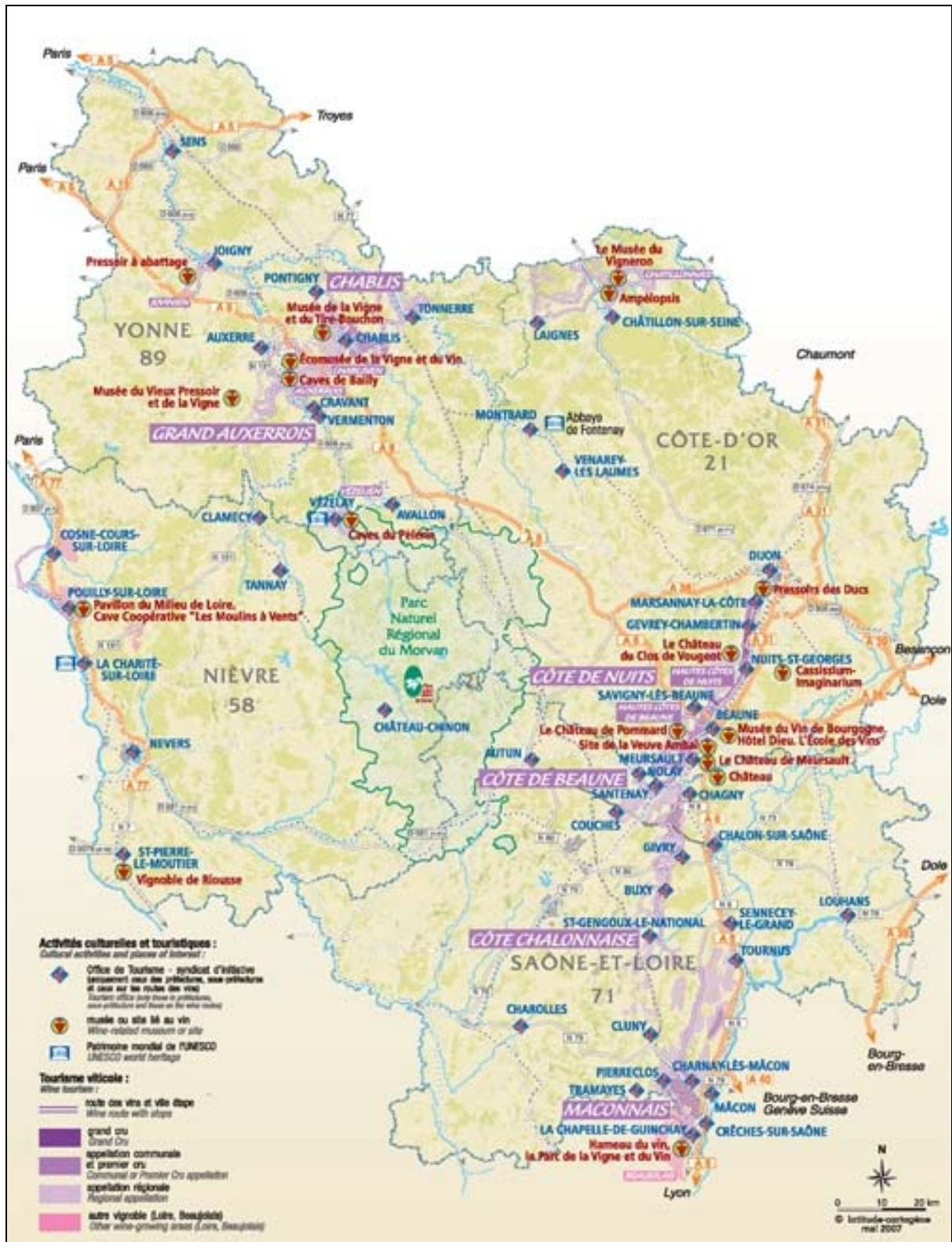
❖ Organismes compétents et interlocuteurs	P. 45
--	--------------

❖ Liens Internet	P. 46
-------------------------	--------------

ANNEXES P. 49

- | | |
|---|-------|
| 1) Chiffres-clés de la Bourgogne viticole | P. 50 |
| 2) La Côte méridionale de Beaune, site classé | P. 53 |
| 3) Les principales manifestations de l'année 2008 à thématique vitivinicole en Bourgogne | P. 55 |
| 4) Charte de qualité des « Logis Bacchus » et labellisés bourguignons | P. 57 |
| 5) Charte d'accueil bourguignonne « De Vignes en caves » | P. 60 |
| 6) Charte de qualité touristique des Côtes du Rhône | P. 62 |
| 7) Le groupe de travail sur le tourisme vitivinicole de Maison de la France | P. 65 |
| 8) Présentation de l'agence en ligne Via-Bourgogne | P. 67 |
| 9) Produits de Via-Bourgogne liés au vin | P. 68 |
| 10) Présentation du 1 ^{er} SILOT | P. 71 |
| 11) Le produit « webvigneron » en Bourgogne | P. 73 |
| 12) Le sentier de randonnée découverte dit « Chemin des moines » entre Vosne-Romanée et l'ancien monastère de Saint-Vivant de Vergy | P. 76 |
| 13) Comparaison internationale de grandes destinations oenotouristiques, par I. Merlet, Educagri | P. 77 |
| 14) Page d'accueil du site Internet www.winetourisminfrance.com | P. 78 |
| 15) Extrait du communiqué de presse « Destination d'excellence » | P. 79 |

Fig. 1 : La carte de la Route des Vins de Bourgogne



LE CONCEPT – LES DEFINITIONS

La Bourgogne compte parmi les régions françaises où la filière économique vitivinicole forme, malgré la surface restreinte qu'elle occupe sur le territoire, une composante essentielle de l'économie du point de vue qualitatif – car c'est une production à haute valeur ajoutée – autant que du point de vue quantitatif – **le vin** représente 10 % des exportations régionales (voir en annexe I les Chiffres-clé de la Bourgogne viticole, édités par le Bureau interprofessionnel des vins de Bourgogne (B.I.V.B.), mis à jour le 5 mai 2008).

La Bourgogne présente par ailleurs la particularité, parmi les régions viticoles françaises et européennes, de posséder un patrimoine vitivinicole de tout premier ordre à l'échelle internationale, varié et représentatif de toutes les grandes époques de son histoire, et dont plusieurs sites font partie des fleurons des **lieux de visite bourguignons** (l'Hôtel-Dieu de Beaune qui est le site touristique avec billetterie le plus fréquenté de la région, le château du Clos de Vougeot,...).

Viticulture et commerce du vin tout comme le tourisme d'agrément ont concouru à doter la Bourgogne de son parc d'**hébergements touristiques**, pour une large partie localisé dans les zones de vignobles, et d'une offre diversifiée de **loisirs touristiques et autres prestations annexes** à l'hébergement. Tous ces éléments contribuent à la filière œnotouristique.

Le concept de tourisme vitivinicole ou œnotourisme se fonde sur la découverte du vin dans sa région de production par des personnes en situation de tourisme ou de loisirs. Bien au-delà des seuls voyages motivés par la thématique viticole (« *wine tours* »), il englobe l'ensemble des activités de tourisme et de loisirs liées à la découverte du vin « *in situ* » ainsi que la « mise en tourisme » des sites et patrimoines liés au vin et à sa production :

- routes des vins,
- visites de caves,
- stages d'œnologie,
- musées et écomusées du vin,
- paysages, architecture vernaculaire vitivinicole et savoir-faire,
- fêtes du vin et autres manifestations liées au vin et possédant une attractivité touristique.

Par la variété de ses aspects, le tourisme vitivinicole est relié à de nombreuses formes de tourisme : tourisme gastronomique, tourisme de découverte économique, tourisme culturel, incentives,...

❖ La localisation de l'offre

L'offre bourguignonne de tourisme vitivinicole est à la fois très localisée – car liée en grande partie aux vignobles – et éparpillée à travers l'ensemble de la région, avec la particularité d'englober des aires de production d'autres vins, à savoir une partie du Beaujolais et le secteur de Pouilly et Cosne-sur-Loire, rattaché au Sancerrois, et des vins de pays. **Les quatre départements bourguignons ont chacun leur spécificité.**

La **Côte d'Or** fait sans conteste figure de poids lourd du tourisme vitivinicole en Bourgogne, avec les vastes caves des maisons de négoce de Beaune et la vente des vins des Hospices comme événement phare, mais aussi tout le chapelet des communes de la Côte aux noms prestigieux et l'emblématique château du Clos de Vougeot, auxquels sont venus s'ajouter les vignobles plus modestes du nord du département.

La **Saône-et-Loire** possède la plus grande superficie de vignes en Bourgogne ; son aire d'accueil des œnotouristes est donc particulièrement vaste, ce qui se manifeste par l'existence de deux routes du vin dans ce département, la Route des Grands Vins dans la Côte chalonnaise et le Couchois et la Route des Vins Mâconnais-Beaujolais avec ses nombreuses variantes à travers tout le Mâconnais.

Ces deux départements comptent également des vignobles renaissants, hors zone d'appellation d'origine contrôlée, produisant des **vins de pays**, dans l'**Auxois** et dans le **Brionnais**. Malgré leur faible envergure, ils jouent localement un rôle important en complétant, par la dimension conviviale du tourisme vitivinicole et l'enracinement qu'il symbolise, l'attractivité patrimoniale très forte de ces deux zones rurales, riches de sites comme Flavigny-sur-Ozerain, Alésia, Fontenay, Semur-en-Auxois, etc. pour la première et des églises romanes (reliées par les « Chemins du Roman ») et de châteaux (Curbigny, Semur-en-Brionnais) et musées pour la seconde, sans oublier le développement du tourisme rural dans ces mêmes zones (« La Grange » de Flavigny, fermes-auberges du Brionnais et la tout nouvelle auberge des Troisgros à Iguerande).

L'**Yonne**, qui possède pas moins de cinq vignobles, pour la plupart « renaissants » à l'instar de Chablis qui a montré le chemin de la lutte contre le gel de printemps depuis plusieurs décennies maintenant, bénéficie de la célébrité dudit Chablis pour le vin et de Vézelay au titre du patrimoine.

La **Nièvre**, enfin, incarne son identité de « Bourgogne ligérienne » tout particulièrement dans le domaine de l'œnotourisme qui constitue un « plus » indéniable malgré l'étendue restreinte du vignoble départemental, lequel appartient à l'aire de production des vins de Loire.

En dehors des zones de production, l'offre œnotouristique est complétée principalement par les bars à vin et boutiques spécialisées, de plus en plus nombreux dans les villes, ainsi que par les bonnes tables ambassadrices de l'art de vivre bourguignon autour du vin, aussi bien dans les campagnes qu'en ville. Plus ponctuellement, il convient de citer des éléments de patrimoine situés hors des zones de production actuelles : la Maison du vigneron, antenne de l'écomusée de la Bresse bourguignonne à Cuiseaux, aux confins du Jura, maisons vigneronnes dans l'Auxois, ... Les possibilités de découvertes œnotouristiques sont donc bien plus largement réparties que la SAU bourguignonne plantée de vignes (de l'ordre de

4 à 5 %), même si l'aire véritablement identitaire du tourisme vitivinicole bourguignon ne recouvre qu'une petite partie de la région.

❖ La nature de l'offre (composition et volume)

➤ Routes et itinérance

▪ **Routes des vins :**

La Bourgogne compte six routes des vins réparties à travers les quatre départements – deux en Côte d'or et en Saône-et-Loire, une dans l'Yonne et dans la Nièvre – dont cinq de vins de Bourgogne et une de vins de Loire, avec un parcours à cheval sur les territoires de la Bourgogne et du Centre :

- La Route touristique des Grands Crus de Bourgogne
- La Route des Grands Vins
- La Route des Vins Mâconnais-Beaujolais
- La Route touristique des vignobles de l'Yonne
- La Route du Crémant (Châtillonnais)
- La Route des Coteaux de Pouilly-Sancerre

▪ **Sentiers de découverte et randonnées**

Les *sentiers de découverte* pédestre du vignoble sont rares en Bourgogne. On en trouve principalement à **Pouilly-sur-Loire** et au **Mont Avril** dans la Côte Chalonnaise.

A **Chablis** l'un des nombreux sentiers de randonnées dans les vignes est spécialement consacré aux grands crus, avec une table d'orientation, tandis que des panneaux de signalétique informative accueillent les visiteurs sur plusieurs aires de stationnement autour de la commune, le tout formant un dispositif de lecture et de compréhension du paysage viticole. Une association locale y organise deux randonnées annuelles à travers les vignes, au printemps et à l'automne, également praticables à VTT.

Une initiative exemplaire a donné lieu, il y a quelques années, à la création d'un sentier de découverte à la fois vitivinicole et patrimoniale : la mise en place – pour ne pas dire « remise en service » – du « Chemin des moines » entre l'ancien prieuré de Saint-Vivant de Vergy et le vendangeoir des moines (en face du domaine de la Romanée-Conti) à **Vosne-Romanée**. Ce chemin, équipé de panneaux de signalétique, traverse d'anciennes vignes du monastère (voir carte en annexe 12, p. 75) qui comptent aujourd'hui parmi les climats les plus prestigieux de la Bourgogne, comme la Romanée-Conti ou la Romanée-Saint-Vivant (www.saint-vivant.net). Une marche annuelle y est organisée au printemps par l'association qui œuvre pour la sauvegarde du site de Saint-Vivant.

Les principaux *sentiers de randonnée* pédestre en pays de vignoble sont cependant le **chemin des Grands Crus** entre Dijon et Santenay (82 km) ainsi que deux parcours sportifs, le **sentier Félix Batier** de Dijon à Nuits-Saint-Georges (51 km) et le **sentier Jean-Marc Boivin** autour de Nolay (45 km). Les associations locales et régionales y organisent de nombreuses manifestations spécifiques.

➤ Dégustations et prestations annexes

La dégustation – précédée, le cas échéant, d'une visite de cave – reste la pratique fondamentale du tourisme vitivinicole. En complément, se sont développées des offres

d'initiation plus approfondie à l'univers des vins de Bourgogne dans le cadre de stages d'œnologie et d'une restauration spécifique, conçue pour mettre en valeur les vins servis.

▪ **Visites de caves et caveaux de dégustation**

- Les **visites de caves** sont principalement l'affaire des maisons de négoce, surtout à Beaune, Nuits-Saint-Georges et Chablis, conduisant le visiteur à travers de longues galeries bordées de fûts et de bouteilles, avec la possibilité de **déguster un nombre important** de vins, au fil du parcours ou à la fin. C'est aussi la forme la plus ancienne d'offre touristique de découverte des vins, née dans la période de forte croissance des années 1950.
- **La dégustation et la vente directe** de leurs vins au client est pratiquée par de très nombreuses caves particulières qui se sont ouvertes à l'accueil touristique au cours des trois dernières décennies, complétant l'image de la Bourgogne donnée par le négoce en faisant également découvrir le monde des viticulteurs exploitants, autrefois le plus souvent simples fournisseurs du premier. Dans la même démarche, les **coopératives viticoles**, nombreuses surtout en Mâconnais, reflètent encore une autre forme d'organisation économique et sociale du vignoble. Elles disposent de locaux dédiés à l'accueil de visiteurs et à la dégustation, la plupart offrent également des visites guidées de leurs installations. Une mention spéciale revient aux Caves de Bailly dans l'Yonne, installées dans d'anciennes carrières souterraines qui confèrent une dimension spectaculaire autant que patrimoniale à leur visite.
- **Dégustation et vente** sont également les maîtres mots des **cavistes et boutiques spécialisées** avec possibilité de dégustation, qui sont de plus en plus nombreux, y compris en marge ou hors du vignoble, notamment à Dijon, et forment maintenant un segment non négligeable de l'offre œnotouristique régionale.
- Une découverte des vins de Bourgogne en **lien avec la cuisine régionale**, enfin, est proposée non seulement dans d'innombrables restaurants et dans les **bars à vins** qui tendent à se multiplier, mais aussi dans les deux **Maisons des vins**, à Chalon et à Mâcon, que compte la Bourgogne, vitrines de leurs vignobles respectifs qui pratiquent également la dégustation seule. (voir aussi « Restauration » page suivante)

D'après l'AFIT, en Bourgogne, au total environ 900 caves seraient ouvertes à la visite. Le site Internet du B.I.V.B. en recense 630 (sur un total d'environ 4 000 domaines viticoles, 250 maisons de négoce et 23 caves coopératives dont certaines situées en Beaujolais mais faisant aussi des vins de Bourgogne) proposant une dégustation en cave ou à la propriété. L'édition 2008 de la carte régionale « *De Vignes en Caves* » recense 309 adhérents à la charte de l'accueil en cave. On constate une lacune dans l'accueil œnotouristique bourguignon par rapport à la structuration du vignoble : l'absence de **l'échelon des villages**, pourtant essentiel en Bourgogne, entre la route et la cave individuelle, qui avait donné lieu, il y a quelques années, à une **réflexion** entre le C.R.T., le B.I.V.B. et les représentants de collectivités intéressées en vue d'une **charte de l'accueil spécifique**.

▪ **Stages d'œnologie**

Les stages d'œnologie sont proposés par quelques prestataires de la région beaunoise et de Chablis :

- L'Ecole des Vins de Bourgogne, Beaune (www.ecoledesvins-bourgogne.com)
- Sensation Vin, Beaune (www.sensation-vin.com)
- Axes's, Merceuil (21)
- Au cœur du vin, Chablis (www.aucoeurduvin.com)

▪ Excursions organisées

L'offre d'excursions œnotouristiques est variée en ce qui concerne les moyens de locomotion proposées mais, à de rares exceptions près, concentrée géographiquement autour des Côtes de Beaune et de Nuits.

- Découverte du vignoble **en calèche** : Dilivoyage, Beaune ; Les Attelages de la Grappe d'Or, Esbarres ; OT Nuits-Saint-Georges ; Escolives-Sainte-Camille
- Découverte du vignoble **en train à moteur** : Visiotrain 2000, Beaune
- Excursions **en minibus, 4x4 de luxe ou limousine avec chauffeur** : Bacchus Wine Tours/Safari Tours, Beaune ; Wine and Voyages, Nuits-Saint-Georges ; Vineatours, Pommard ; Chablis Vititours, Chablis
- Survol du vignoble **en hélicoptère ou en ULM** : Château de Gilly
- Survol du vignoble **en montgolfière** : Air Escargot (Remigny / Beaune) ; « La montgolfière nuitonne », Nuits-Saint-Georges

▪ Restauration

Il est impossible d'énumérer – et même d'identifier – tous les restaurants de Bourgogne proposant une alliance entre mets et vins. Si la charte « *Bourgognes Découverte – De Caves en tables* », pensée en son temps comme le prolongement logique de l'opération « *De Vignes en Caves* », a connu un succès médiocre auprès des professionnels, l'offre s'est néanmoins fortement développée, entre autres grâce au progrès des techniques facilitant le service au verre. Des créations d'établissements secondaires dédiés au vin par des restaurants gastronomiques ont vu le jour, notamment à Beaune et dans la Côte ou à proximité, avec *Le Gourmandin* ou plus récemment *Loiseau des Vignes*, mais aussi la formule « bistrot » à midi au *Château de Gilly*, dans une salle spécialement aménagée et décorée dans un style plus rustique que le restaurant du cellier, pour ne citer que quelques exemples. Par ailleurs, des lieux du vin ont mis en place un service de restauration en complément de la simple dégustation. Outre les deux Maisons des vins déjà mentionnées, on peut citer ici *La table d'Olivier Leflaive* à Puligny-Montrachet ainsi que *La table de Jean Bourée*, toute nouvelle, à Gevrey-Chambertin.

▪ Hébergement

Une étude exhaustive de *l'hôtellerie* dans les vignobles de Bourgogne dépasserait, elle aussi, de loin le cadre de cette fiche, mais on peut noter l'existence d'un développement indéniable et continu, bien qu'il reste à évaluer de manière plus précise, notamment par rapport à d'autres vignobles français, développement qui s'est manifesté dans la création de plusieurs établissements hôteliers de qualité au cours des deux dernières décennies dans les vignobles bourguignons les plus célèbres ou à proximité, dont sont notamment issus le *Château de Gilly* (Grande Etape Française) à Gilly-les-Cîteaux, l'hôtel *Le Montrachet* à Puligny-Montrachet, l'*Hostellerie des Clos* à Chablis, le *Château André Ziltener* à Chambolle-Musigny, l'*Hôtel de Vougeot* à Vougeot et plus récemment *L'Orée des Vignes* à Gilly-les-Cîteaux ainsi que *Le Richebourg* à Vosne-Romanée. Cette concentration de créations hôtelières est le signe tangible du dynamisme du tourisme vitivinicole bourguignon. Certaines créations d'hôtels sont le produit de capitaux provenant de la viticulture et du commerce du vin.

Par ailleurs, avec le développement du tourisme rural en même temps que celui de l'œnotourisme, on compte actuellement près d'une cinquantaine d'hébergements « chez le vigneron » en Bourgogne, qu'il s'agisse de *gîtes ruraux*, de *chambres d'hôtes* ou d'*hôtels* liés directement à un domaine, dont plus d'un quart dans la Côte et les Hautes-Côtes de Beaune. (Voir ci-après, « Les opérateurs privés et institutionnels », p. 25)

➤ Sites de visite

Il n'est pas surprenant que la richesse patrimoniale générale de la Bourgogne se retrouve également dans ses sites de visite autour de la thématique de la vigne et du vin. On peut les répartir en trois catégories : les établissements créés pour présenter le monde de la vigne et du vin en Bourgogne (musées et écomusées, centres d'interprétation), les sites historiques du patrimoine vitivinicole ouverts à la visite et enfin l'ensemble formé par les paysages viticoles, l'architecture vernaculaire vitivinicole et les savoir-faire traditionnels et autres traditions populaires.

▪ **Musées et écomusées du vin, centres d'interprétation :**

La Bourgogne compte au moins une quinzaine d'établissements, privés ou publics, qualifiés par leurs responsables de musée, d'écomusée ou de centre d'interprétation. Trois d'entre eux sont des Musées de France et deux (ceux de Beaune et de Cuiseaux) figurent dans la base des Musées de Bourgogne (www.musees-bourgogne.org).

- **Le Musée du vin de Bourgogne à Beaune**

Créé en 1938, le musée fut installé en 1946 dans l'ancien hôtel beaunois des ducs de Bourgogne (XIV^e - XVIII^e s.), à la suite des travaux d'André Lagrange et de Georges Henri Rivière, muséologue et ethnologue, inventeur du concept d'écomusée. Il présente l'histoire de la vigne depuis l'Antiquité jusqu'au XX^e siècle, le travail du vigneron et du tonnelier ainsi que les rites et coutumes liés au vin, des tapisseries de Lurçat et Tourlière et différents types de pressoirs historiques dans l'ancienne cuverie. Au-delà de l'intérêt de ses collections, complément – voire fondement – idéal d'une découverte des caves beaunoises apprécié du personnel d'accueil de ces dernières comme renvoi possible par temps de trop forte affluence pour renseigner en détail tous les visiteurs, c'est un véritable jalon de l'évolution de la muséographie.

- **Le vigneron et sa vigne** (antenne de l'écomusée de la Bresse bourguignonne) à **Cuiseaux**

L'antenne, située dans l'enceinte du château des Princes d'Orange, possède cave, grange, habitation et hangars aménagés et meublés qui rappellent que le secteur de Cuiseaux fut une zone importante de viticulture jusqu'à la fin du XIX^e siècle

- **Le Musée des Arts et traditions populaires des Hautes-Côtes à Reulle-Vergy**, musée associatif installé dès 1974 dans une ancienne grange au cœur d'un village bénéficiant d'un tourisme de proximité.

A ces trois musées, dont deux publics, s'ajoute une douzaine d'autres établissements d'envergure très diverse, pour la plupart issus d'initiatives privées ou associatives. Les plus grands, recourant largement aux technologies modernes pour présenter le patrimoine et les traditions, sont les créations de maisons de négoce :

- **Le Hameau du Vin** (devenu « Hameau en Beaujolais ») de Georges Duboeuf à **Romanèche-Thorins** ; compte tenu de sa thématique et de sa situation aux confins de la Saône-et-Loire et du Rhône, le tourisme du Beaujolais s'en réclame également (ex. : <http://www.julienas.fr/html/loisirs.htm>, http://www.infotourisme.net/circuit-touristique/rhone/route-du-beaujolais_275fra.html, etc.).

Deux sites en Côte d'Or ont pour thème les **vins effervescents** :

- **L'Atelier de la Bulle – La Maison Veuve Ambal à Montagny-les-Beaune**
- **L'Imaginarium – La magie des bulles à Nuits-Saint-Georges**

Bien que le thème traité ne soit pas le vin mais une **liqueur**, il convient d'y ajouter le **Cassissium**, également à **Nuits-Saint-Georges**.

- Le **Pavillon du Milieu de Loire** à **Pouilly-sur-Loire**, seule réalisation publique de cette liste, consacre une partie de sa présentation au vignoble local.

Les autres sites, pour la plupart des créations d'exploitations viticoles pour renforcer leur attractivité touristique, sont d'envergure plus modeste :

En **Côte d'Or** :

- **Ampélopsis – L'Univers de la Vigne au Vin** à **Massingy**
- **Le Musée du vigneron** à **Chaumont-le-Bois** sont des créations de vigneronniers particuliers du Châtillonnais.

Dans la **Nièvre** :

- Le **Musée de la Vigne et du Terroir** du Clos de Rioussé à **Livry**, sur les rives de l'Allier près de Saint-Pierre-le-Moûtier, fait partie d'un projet de relance du vignoble local, important jusqu'au XIX^e siècle.
- Le **Mini-Musée de la Vigne, du Vin et de la Tonnellerie** à **Ouroux-en-Morvan**, créé par un négociant local en vins, rappelle l'existence de la viticulture en plein Morvan jusqu'au XIX^e siècle et sa disparition dans la crise du phylloxéra.

En **Saône-et-Loire** :

Trois exploitations du Mâconnais se sont dotées d'aménagements muséographiques en complément de l'accueil à la cave :

- Le **château de Pierreclos** dont la visite comporte des salles d'outillage ancien (ainsi que le souvenir de Lamartine, autrefois hôte fréquent du château, et des salles d'époques diverses depuis le Moyen Age), même si l'aspect muséographique n'est pas le facteur essentiel de l'attractivité du site qui réside plutôt dans les dégustations et dans l'édifice lui-même ;
- Le **Musée de la Vigne** au château de la Greffière à **la Roche Vineuse**, qui propose également l'hébergement en gîte rural sur une exploitation viticole ;
- Le **Musée de l'outillage artisanal rural et bourguignon** au domaine des Vignes du Maynes à **Cruzille**.

Dans l'**Yonne** :

- Le **Musée de la vigne et du tire-bouchon** du domaine Geoffroy à **Beines** près de Chablis est jusqu'à présent le seul musée du vin bourguignon accessible aux visiteurs handicapés moteurs (label **Tourisme & Handicap**).
- **L'Ecomusée de la vigne et du vin** du domaine Thibaut à **Quenne**, entre Auxerre et Saint-Bris-le-Vineux, illustre la tradition viticole des Côtes d'Auxerre.

Dans d'autres musées, petits et grands, de Bourgogne, des salles ou des sections sont consacrées au travail de la vigne et du vin : **Musée de la Vie Bourguignonne Perrin de Puycousin** à **Dijon**, **Musée municipal** de **Nuits-Saint-Georges**, **Musée bourguignon Perrin de Puycousin** à **Tournus** (municipal, actuellement fermé), musée associatif « **Refllet brionnais** » à **Iguerande** (Saône-et-Loire), dans un secteur de Bourgogne loin des grands vignobles célèbres, mais autrefois important, et qui compte actuellement trois exploitants produisant des vins de pays,...

▪ **Sites historiques du patrimoine vitivinicole (une particularité bourguignonne)**

En écho à son rayonnement historique général, la Bourgogne possède **un patrimoine vitivinicole exceptionnel à l'échelle de l'Europe**.

Le Moyen Age classique avec les empires monastiques de Cluny et surtout de Cîteaux et la flamboyante fin du Moyen Age sous le règne des ducs Valois y prédominent, sans oublier, pour la consommation du vin tout au moins à défaut de vestiges archéologiques liés à la viticulture suffisamment importants pour permettre une mise en valeur touristique, les époques gauloise et gallo-romaine, autre temps fort du passé bourguignon.

Epoque gauloise et gallo-romaine :

Jusqu'à présent, aucun site antique lié à la production du vin ne bénéficie d'une mise en valeur touristique en Bourgogne, mais le regard archéologique plutôt qu'ethnographique rapproche le patrimoine antique lié à la vigne et au vin, conservé dans les musées de Bourgogne, davantage des sites historiques que des musées présentés ci-dessus. Néanmoins, au site gallo-romain d'**Escolives-Sainte-Camille** dans l'Auxerrois, on peut voir une **frise sculptée** en pierre ornée de **feuilles de vigne** du II^e s. de notre ère, **actuellement la plus ancienne représentation de ce thème connue en Bourgogne**.

Parmi le patrimoine archéologique conservé dans les musées de la région, le **vase de Vix** (époque de Hallstatt, VI^e s. av. J.-C.), le plus grand cratère de bronze que l'Antiquité nous ait légué, était la pièce maîtresse (tout au moins en principe, l'utilisation réelle étant douteuse) d'un **service à vin**, témoignage exceptionnel de l'adoption du vin comme boisson de prestige par les élites gauloises. L'ensemble du trésor de Vix dont il faisait partie et des collections du **Musée du Châtillonnais** vont trouver une nouvelle installation permettant une meilleure mise en valeur dans l'ancienne abbaye Notre-Dame de Châtillon-sur-Seine pour la saison 2009.

Le commerce, le transport et la consommation du vin dans la cité éduenne à la fin de l'indépendance gauloise et à l'époque gallo-romaine sont illustrés à travers de nombreux objets des **musées archéologiques** de Bourgogne à **Bibracte, Autun, Dijon, Nuits-Saint-Georges, Chalon-sur-Saône, Sens,...** : **amphores, éléments de services à vins en métal, stèles funéraires et représentations de divinités, outils,...**

L'héritage ecclésiastique et monastique

L'Eglise et les ordres monastiques faisaient partie des forces structurantes les plus puissantes de l'époque médiévale. C'est à eux que l'on doit les deux climats viticoles actuels attestés le plus anciennement dans la documentation écrite, à savoir le **Chambertin** (*Campus Bertini*), donné à l'abbaye de Bèze vers 640, et le **clos de la Chaînette** à Auxerre, possession de l'abbaye Saint-Germain voisine, vers 680. Ce dernier faisait probablement partie des biens viticoles de l'évêque saint Germain (mort en 448), à l'origine de l'abbaye. Germain illustre la continuité entre patriciat gallo-romain et élites du début du Moyen Age, moins connue en Bourgogne que dans les régions méridionales de la France (cf. le Château Ausone à Saint-Emilion), mais non moins réelle, dont le rôle dans la continuité de la viticulture est indéniable. C'est au moins à l'époque carolingienne que remonte en général l'origine des divers « **clos du chapitre** » (**Chenôve, Fixin, Aloxe-Corton,...**), issus de vignes donnés par des évêques aux chanoines de leur cathédrale après que les chapitres étaient devenus une institution obligatoire dans chaque diocèse. Le fait que la Côte actuelle était partagée entre les diocèses d'Autun, de Chalon et de Langres a contribué à leur multiplication – et leur présence a peut-être influencé le

découpage sinueux des limites de diocèses... (Voir aussi ci-dessous « Paysages, architecture vernaculaire et savoir-faire », p. 16-18)

Les deux grands mouvements de réforme monastique de Cluny et de Cîteaux, nés en Bourgogne, ont imprimé leur marque aux paysages ruraux de l'Europe entière, de manière différente cependant.

Dans sa région d'origine, **Cluny** qui était resté fidèle à un mode d'organisation hérité de l'époque carolingienne et recherchait avant tout la maîtrise des paroisses dans le monde rural, a laissé peu de sites vitivinicoles accessibles au touriste d'une manière ou d'une autre, mais certains de tout premier ordre. Outre le *château de Gevrey-Chambertin*, siège d'un domaine familial (www.chateaudegevrey.free.fr), il faut citer les vestiges de l'ancien prieuré clunisien de *Saint-Vivant de Vergy* (membre de la Fédération des sites clunisiens) et ses vignes aujourd'hui mondialement célèbres : la *Romanée-Conti* et la *Romanée-Saint-Vivant*. Depuis février 2008, la commune de *Monthelie* adhère à la Fédération des sites clunisiens, car l'abbaye était seigneur du village pendant plus de cinq siècles et y possédait entre autres des vignes et un moulin. En Mâconnais, le Domaine des vignes du Maynes à *Cruzille* tire son origine également de Cluny.

Egalement d'origine bénédictine, *l'Obédiencerie de Chablis* était la demeure du représentant local de l'abbaye de Saint-Martin de Tours, seigneur des lieux. Aujourd'hui propriété de la maison Laroche, elle possède encore ses caves très anciennes et un pressoir supposé du XIV^e siècle en état de fonctionnement, remis régulièrement en service au moment des vendanges, pour un public convié sur invitation par le propriétaire.

La prospérité de **l'ordre cistercien**, né deux siècles plus tard, était fondée sur le système de grandes exploitations spécialisées et complémentaires entre elles entourant chaque abbaye, exploitées par la main d'œuvre des frères convers (laïcs d'origine roturière convertis à une vie religieuse) et désignées comme *celliers* lorsqu'elles étaient viticoles, comme granges pour les autres productions. Dans la Côte au sud de Dijon comme ailleurs en Bourgogne, plusieurs de ces celliers, domaines en activité ou non, sont conservés et ouverts à la visite touristique en permanence ou ponctuellement, illustrant dans le monde du vin l'importance des cisterciens comme aménageurs de l'espace rural :

- Le *château du Clos de Vougeot*, créé par les moines de Cîteaux à partir du XII^e s., siège de la confrérie des Chevaliers du Tastevin, la plus ancienne et la plus prestigieuse des confréries vineuses de Bourgogne, en est le fleuron incontestable avec environ 50 000 visiteurs par an. La connaissance du site vient d'être renouvelée de fond en comble par des travaux de recherches et la publication d'une monographie donnant pour la première fois une base solide à sa présentation (Voir « Pour en savoir plus », p. 42). Il renferme notamment, dans la cuverie du XV^e siècle, deux pressoirs monumentaux de la même époque et deux autres du XVIII^e. Le cellier roman remanié vers 1700 abrite les prestigieux « chapitres » de la confrérie.

Entouré d'un clos de plus de 50 ha partagé entre un très grand nombre de propriétaires, ce n'est plus un domaine viticole en activité, mais un des hauts lieux de la civilisation du vin de Bourgogne comme du tourisme régional puisque la confrérie des Chevaliers du Tastevin, la première et le modèle des confréries vineuses et gastronomiques à travers le monde entier, y a élu domicile. Or, s'il a été possible d'imiter l'exemple bourguignon ou de s'en inspirer dans les domaines du folklore et de l'événementiel, nul ne peut en faire autant avec un site historique lequel possède une attractivité touristique qui lui est propre – ce que, du reste, la confrérie a bien compris en refusant de délocaliser ses interventions, le lieu et le cérémoniel ne faisant qu'un pour elle.

- Le *Manoir de la Perrière à Fixin*, jusqu'au XVII^e siècle cellier et maison de repos des moines de Cîteaux, est aujourd'hui un domaine familial, dans la même famille depuis six générations, produisant un premier cru en monopole. Adhérent à la charte « *De Vignes en Caves* », il a figuré plusieurs fois au palmarès des Trophées du Tourisme de Bourgogne. Les visiteurs y sont accueillis dans la cave romane du bâtiment unique, plus modeste que l'ample site du Clos de Vougeot, qui renferme un grand pressoir médiéval dans un pièce voisine.
- Le *Domaine du Clos de Tart à Morey-Saint-Denis* était le cellier de la première abbaye cistercienne féminine, Tart. Sa cuverie de la fin du Moyen Age renferme également un pressoir historique, d'une technique originale. Classé grand cru et poursuivant une politique de qualité extrêmement exigeante, le Clos de Tart n'est pas ouvert à la visite touristique en temps normal, mais a su se montrer solidaire de ses collègues en participant activement à « Cîteaux 98 » et agit comme un pôle d'attractivité en ouvrant ses portes ponctuellement, par exemple lors de manifestations organisées par la chaire Unesco « Culture et Traditions des vins » basée à l'université de Bourgogne à Dijon.
- Le *Château de Cîteaux à Meursault* appartient à une famille de vigneron du lieu depuis une dizaine d'années. Après une période de lancement d'ouverture plus large, il accueille depuis quelques années, au-delà du cercle des clients acheteurs de vin, surtout des manifestations culturelles, notamment dans le cadre du *Festival musical des Grands Crus de Bourgogne* dont l'une des composantes, « De Bach à Bacchus », se tient à Meursault. Il a été reconstruit au XIX^e siècle sur l'emplacement du premier cellier ayant appartenu à Cîteaux, dès la première année d'existence de l'abbaye, et est toujours entouré de son clos, replanté en vignes il y a une dizaine d'années.
- Le *Petit Pontigny à Chablis*, anciens cellier et maison urbaine de l'abbaye de Pontigny, propriété municipale qui abrite aujourd'hui l'antenne locale du B.I.V.B. dans l'ancien logis de l'abbé, reconstruit au XVIII^e siècle, tandis que le cellier proprement dit et la cave voûtée du Moyen Age accueillent des manifestations. Le pressoir à abattage, sous l'auvent, a été rapporté.

En complément des celliers, de nombreux **climats de vignes** ont été répertoriés dans la Côte comme **ayant appartenu à Cîteaux** par le passé et fournissent la base d'un séjour thématique de découverte du vignoble sur les traces des cisterciens (voir p. 22).

L'époque des ducs Valois

- *L'Hôtel-Dieu de Beaune*, construit au milieu du XV^e siècle, est l'un des principaux monuments bourguignons représentatifs des fastes des ducs Valois, fondé par Nicolas Rolin, chancelier de Philippe le Bon, en imitation du mécénat de son duc et soutenu par la volonté politique de ce dernier. Il est surtout mondialement connu pour la vente aux enchères annuelle des vins des Hospices de Beaune dont il fut le noyau initial (l'institution comprend également les Hospices de la Charité et d'autres œuvres charitables). Il ne possédait pourtant pas de vignes au départ, mais s'est mis à en acquérir surtout après la mort du chancelier, et très vite dans les meilleurs climats de Beaune. Ses premières installations de vinification se trouvaient dans une grange à l'emplacement de la salle Saint-Louis (aile nord) actuelle et sont très bien documentées par un inventaire de 1501. La cave originelle est occupée par la salle d'accueil actuelle. Après avoir longtemps été abritée par des bâtiments situés derrière le noyau médiéval de l'ensemble, son activité vitivinicole a été transférée hors du centre ville il y a quelques années et ses caves ne sont ouvertes à la visite que pour la vente annuelle et pour l'essentiel sur invitation, mais l'institution n'en fait pas moins partie des hauts lieux de l'oenotourisme bourguignon.

- Les *Pressoirs des ducs de Bourgogne* à Chenôve, dans l'ancienne cuverie du XV^e siècle, exemple exceptionnel d'un domaine princier médiéval, sont aujourd'hui une propriété privée ouverte au public grâce à une convention avec la municipalité. Si la période d'ouverture est restreinte (juillet à septembre, le reste de l'année sur RV), la *Fête de la Pressée* organisée chaque année lors des Journées européennes du Patrimoine est l'unique occasion régulière de voir fonctionner un pressoir historique monumental. Le site, son activité passée et actuelle sont documentés par un film vidéo (vendu en cassettes) « Presseurs d'Or ».

Les autres sites patrimoniaux

- Le *pressoir à abattage de Champvallan* près de Joigny, propriété d'un vigneron exploitant, est actuellement fermé pour cause de restauration. C'est le principal élément du patrimoine vitivinicole de ce type dans le nord de la Bourgogne, avec ceux de *de Chablis* (au Petit Pontigny et à l'ancienne maison de l'abbaye Saint-Martin-de-Tours, dite *l'Obédiencerie*, appartenant à la Maison Laroche).
- Le *Musée du vieux pressoir à Coulanges-la-Vineuse*
- Un grand nombre de *pressoirs anciens* du nord au sud de la Bourgogne a été étudié par un membre du service régional d'Inventaire, Bernard Lauvergeon, dans un *article accessible intégralement sur Internet* (Lauvergeon, Bernard, « Les grands pressoirs bourguignons pré-industriels : essai de chrono-typologie », *In Situ* n°5, Le Patrimoine Rural, décembre 2004. <http://www.revue.inventaire.culture.gouv.fr>).

N.B.: Plusieurs sites de maisons de négoce ouvertes à la visite ou des caves aménagées spécialement pour la visite et dégustation sont situées dans des locaux historiques, en particulier des couvents urbains à Beaune (Maison Patriarche, Marché aux Vins, Couvent des Cordeliers,...) et Chablis (Maison Laroche dans l'Obédiencerie et autrefois William Fèvre dans l'Hôtel-Dieu aujourd'hui entièrement repris par Michel Vignaud de l'Hostellerie des Clos). **L'histoire** – en particulier monastique – **est ainsi fortement présente dans le tourisme vitivinicole de la Bourgogne, ce qui différencie notre région des autres grands vignobles français et étrangers** où cette présence est nettement moindre, malgré des exceptions notables comme l'ancienne abbaye cistercienne d'Eberbach dans le Rheingau allemand, laquelle abrite un domaine viticole de l'Etat et possède un patrimoine bâti et mobilier qui l'ont fait choisir comme l'un des lieux de tournage du film « Le Nom de la Rose ».

▪ **Paysages, architecture vernaculaire vitivinicole et savoir-faire**

Les sites patrimoniaux liés à la viticulture et au vin ne sont pas des points isolés hors contexte en Bourgogne. Ils sont reliés par tout **un tissu très riche où se mêlent intimement patrimoines matériels et immatériels** : paysages urbains et ruraux, architecture vernaculaire, toponymie, savoir faire,...

L'architecture

En dehors des sites historiques prestigieux déjà mentionnés, l'histoire de la vigne et du vin a largement contribué à façonner le patrimoine bâti des villages des zones de vignoble avant leur recul sous l'impact du phylloxéra et de l'urbanisation galopante, bien au-delà de leur extension actuelle. Ainsi peut-on trouver de nombreuses *maisons vigneronnes* de types variés, souvent reconnaissables à leur escalier extérieur menant au logis situé au-dessus d'une cave souvent à demi enterrée, non seulement dans les villages de la Côte et les faubourgs de Beaune, mais aussi en maints endroits du Jovinien, de l'Auxois, du Bazois, voire certaines zones du Morvan. Dans le Mâconnais, ce type de maison a été développé à un degré particulier, sous la forme de la maison à galerie.

Dans les principales *villes du négoce*, s'y ajoutent les belles demeures du XIX^e siècle – voire du XVIII^e pour certaines – et les chais des maisons encore en activité ou vouées autrefois à la vinification, à l'élevage du vin et à sa commercialisation, parfois installées dans des édifices historiques. Sans elles, les centres de Beaune, Nuits-Saint-Georges et Chablis, pour ne citer qu'elles, n'auraient pas le même visage.

Les paysages

Les clos entourés de murs, à l'origine souvent constitués par des seigneurs ecclésiastiques ou laïcs, bénéficient d'une certaine notoriété grâce aux plus célèbres d'entre eux, comme ceux de Vougeot ou de Tart, véritables vedettes paysagères capables de contribuer à l'attractivité touristique de la Bourgogne. Plus largement, nombreux sont les portails d'anciens clos, toujours en vignes ou non, arborant parfois fièrement le nom et / ou celui de son propriétaire, en particulier au long de la Route des Grands Crus.

Moins d'attention est accordée aux *murgers* (ou meurgers), ces amoncellements de pierres sèches formant parfois de véritables remparts entre les parcelles, dont la disparition entraîne une banalisation des paysages viticoles, sauf lorsque le paysage lui-même est objet de protection comme dans la Côte méridionale de Beaune, site classé, où des vignes en terrasses ont même été reconstituées.

De création plus récente, ne remontant guère au-delà du XIX^e ou du XVIII^e siècle, les cabanes de vignes généralement construites en pierres sèches, appelées *cabottes* ou *cadoles* selon les vignobles, après être devenues un élément caractéristique des paysages viticoles bourguignons, sont menacées dans leur existence lorsqu'elles semblent gêner l'exploitation rationnelle d'une parcelle, alors qu'il s'en construit symboliquement de nouvelles sur des ronds-points aux entrées de localités viticoles.

Des associations oeuvrent dans plusieurs zones de la Bourgogne calcaire (Vézélien, Auxois, Dijonnais, Côte chalonaise) pour le recensement, le maintien et la remise en état des constructions en pierre sèche, contribuant ainsi au maintien des murgers et cabottes qui sont autant de clés de lecture du paysage, permettant au visiteur touristique de mieux comprendre le travail de la vigne avant la mécanisation, élément fondamental de la découverte de la civilisation du vin bourguignonne, et de répondre à sa quête d'authenticité.

Une autre clé de lecture des paysages est fournie par la *toponymie* qui nécessite cependant un signalétique informative pour le touriste non spécialiste. Celle-ci porte jusqu'à présent essentiellement sur les noms des climats en fonction de leur place dans la hiérarchie des appellations des vins de Bourgogne. Le territoire fourmille pourtant d'éléments méritant d'être mis en exergue sous l'aspect d'une valorisation touristique patrimoniale : « clos du chapitre » ou « clos des Langres » pour d'anciennes possessions ecclésiastiques, « clos du Roy » pour les pièces maîtresses des anciens domaines des ducs de Bourgogne devenus propriété des rois de France en 1477, pour ne citer que les exemples les plus courants.

Le patrimoine immatériel

Dans le Chablisien, mais aussi plus généralement dans les autres vignobles renaissants de la **Bourgogne du Nord**, employant les mêmes méthodes contre les gelées de printemps, le paysage viticole est intimement lié aux *savoir-faire* récents, qui ont permis d'éviter la disparition complète de ces vignobles il y a tout juste une ou deux générations, ce dont témoignent chaufferettes, tuyaux pour l'aspersion des vignes et autres hélices aptes à brasser les couches d'air froid et moins froid...

Parmi les *patrimoines immatériels* liés à la vigne et au vin, le plus important pour le tourisme est sans aucun doute l'ensemble des traditions du *folklore populaire*. Créé en partie et largement développé par l'action de la confrérie des *Chevaliers du Tastevin* (qui a fait de nombreux émules : *Cousinerie de Bourgogne* à Savigny-les-Beaune, *Piliers chabliens*, etc.) depuis les années 1930 et enraciné dans les traditions villageoises après coup, notamment par la *Saint-Vincent Tournante*, il est devenu partie intégrante de l'image touristique de la Bourgogne, même si la mode des dîners avec animation par un groupe folklorique est en grande partie passée. Tous les patrimoines ne sont pas porteurs d'attractivité touristique, mais parmi les métiers annexes, une mention particulière revient à la *tonnellerie*, la fabrication manuelle des fûts ayant un côté spectaculaire qui en fait une animation fréquemment utilisée lors de fêtes locales. Avec la provenance d'une partie du bois de chêne travaillé en Bourgogne de la forêt de Côteaux, elle offre encore une autre articulation avec les paysages bourguignons, influencés par la viticulture bien plus largement que la seule étendue des coteaux plantés de vignes.

Des initiatives pour assurer l'avenir

Deux initiatives majeures ont été prises ces dernières années pour la protection, puis la valorisation des *paysages viticoles* de la Bourgogne :

- le *classement de la Côte méridionale de Beaune* au titre des sites remarquables, intervenu dès 1991, lequel a donné lieu à l'élaboration d'une charte de gestion conduite depuis 2000, associant les communes, le comité des viticulteurs de Côte d'Or, les syndicats viticoles, le Syndicat touristique du Pays Beaunois et l'Etat et incluant un volet de développement touristique (voir annexe n° 2, p. 53). (http://www.diren-bourgogne.org/web/docass/sites_C00336_fichesynt.pdf) ; depuis 2006, elle est parcourue par l'une des principales composantes du Tour de Bourgogne à Vélo[®], la véloroute de Beaune à Santenay ;
- le projet de *candidature à l'inscription de la Côte* avec les deux villes de Beaune et de Dijon *au Patrimoine mondial* de l'Unesco, qui porterait à quatre le nombre de patrimoines bourguignons protégés et valorisés à ce titre, et le seul qui ne soit pas avant tout représentatif de la civilisation religieuse médiévale. L'intérêt touristique d'une telle reconnaissance de niveau mondial n'est plus à démontrer. L'association porteuse du projet, présidée par Aubert de Villaine, propriétaire de la Romanée-Conti, prépare la mise en ligne de son site Internet pour l'automne 2008. La démarche est rendue plus ardue par la politique de l'Unesco adoptée depuis quelques années, qui cherche à équilibrer le nombre de sites en faveur des pays du Tiers Monde, mais favorisée par l'intérêt fort porté aux paysages culturels et les patrimoines immatériels. Parmi les exigences de l'inscription figure l'adoption d'un véritable projet de gestion des paysages (et non pas une simple « mise sous cloche » d'un héritage du passé).

➤ **Fêtes et manifestations liées au vin**

Au fil de l'année, on recense en Bourgogne de nombreuses manifestations liées au vin et possédant une attractivité touristique (malgré le fait que le secteur événementiel échappe encore à l'observation de l'activité touristique en Bourgogne, si bien que l'appréciation de leur attractivité ne peut souvent être fondée que sur la remontée d'informations par les organismes institutionnels locaux et départementaux), que le vin en soit au cœur même ou qu'il s'agisse d'événements sportifs ou culturels liés à la thématique vitivinicole (cf. annexe n° 3, p. 55). Ce calendrier a la particularité de couvrir l'année entière, ces points forts se situant même en automne et en hiver, en raison des dates traditionnelles du calendrier vitivinicole, et de contribuer ainsi fortement à l'allongement de la saison touristique régionale, voire à un comblement partiel de la saison creuse.

En voici une liste non exhaustive, un calendrier annuel plus complet, *Bourgognes en fête*, avec lieux, dates, horaires, tarifs et contacts d'une centaine de manifestations, étant édité chaque année par le B.I.V.B. et téléchargeable en format pdf sur son site Internet :

▪ **Les événements phares**

- La principale date de l'année festive et vineuse en Bourgogne est sans conteste le week-end du 3^e dimanche de novembre, jour traditionnel de la vente aux enchères des vins des Hospices de Beaune qui forme avec le chapitre des Chevaliers du Tastevin la veille et la Paulée de Meursault « *Les Trois Glorieuses* » du vignoble bourguignon, attirant des acheteurs du monde entier et des visiteurs de près comme de loin.
- En second lieu, il faut citer les célébrations autour de la fête de saint Vincent, principal patron des vigneronns en *Bourgogne*, à savoir la *Saint-Vincent Tournante* organisée le dernier week-end de janvier sous l'égide des Chevaliers du Tastevin, laquelle se déroulera en **2009** pour la première fois en **Mâconnais**, et les fêtes locales célébrées soit le jour même de la fête de saint Vincent, le 22 janvier, soit pendant l'un des week-ends précédents ou suivants, en janvier ou début février, puisque les divers vignobles icaunais ont aussi leur Saint-Vincent Tournante ainsi qu'une grande fête commune, la Saint-Vincent du *Grand Auxerrois*. En 2009, celle du *Chablisien* aura lieu à Beines le 7 février, celle du Grand Auxerrois à Coulanges-la-Vineuse le 26 janvier. D'autres fêtes de même type se déroulent dans d'autres vignobles de la région, comme ceux de *Pouilly-sur-Loire* et du *Mâconnais* (Lugny).
- Un troisième rendez-vous s'y est ajouté autour de la *vente des vins des Hospices de Nuits-Saint-Georges* au mois de mars laquelle se déroule depuis 1961 et donne lieu depuis quelques années, à des animations inspirées du grand exemple beunois ainsi qu'à une particularité de la fête nuitonne : le semi-marathon qui se court dans les vignes (cf. ci-dessous, manifestations sportives).

▪ **Foires et marchés du vin, fêtes populaires et fêtes gastronomiques liées au vin**

La plupart des **manifestations** liées au vin, **ponctuant toute l'année**, consiste évidemment en foires et marchés et en fêtes populaires, outre celles déjà mentionnées :

- *Fête du crémant et défilé carnavalesque Tape-Chaudron*, Châtillon-sur-Seine (mars)
- *Banée de Meursault* (dîner gastronomique avec remise de prix à un grand cuisinier), (mars)
- *Journées gourmandes*, Marsannay-la-Côte (mars)
- *Salon des vins et produits régionaux*, Montbard (avril)
- *Vinées Tonnerroises* (expositions, dégustations, animations,...), Tonnerre(avril)
- *Salon des vins et Concours des Grands Vins de France*, Mâcon (avril) (depuis 2003, ce salon a pris la succession, selon une formule modifiée, axée sur la qualité, de la Foire des vins de France, en mai)
- *Fête gourmande*, Pouilly-sur-Loire (avril)
- *Marché des vins de l'Yonne*, Chablis (mai)
- *Foire aux vins et produits du terroir*, Joigny (mai)
- *Fleurs de vigne – L'Yonne fête ses vins*, (dégustations, rencontres avec les viticulteurs icaunais, animations, repas gastronomiques, produits du terroir,...) Auxerre (mi-mai)
- *Opération caves ouvertes*, Pouilly-sur-Loire (juin-juillet)
- *Foire aux vins*, Pouilly-sur-Loire (août)
- *Fête du vin bourru*, Nuits-Saint-Georges (octobre)
- *Fête des vendanges*, Joigny (octobre)...
- *Salon Pains, vins, fromages*, Beaune (octobre)

- *Fête des vins à la Maison du vignoble* et *Concours des vins du Grand Auxerrois*, Saint-Bris-le-Vineux (novembre)
- *Concours et fête des vins de Chablis* (novembre)
- *Marché du Réveillon* aux Caves Bailly-Lapierre, Bailly-Saint-Bris-le-Vineux (décembre)

▪ **Manifestations sportives**

Elles sont moins nombreuses que les précédentes et consistent pour la plupart en courses à pied, l'Yonne, forte de sa tradition de tourisme équestre, faisant preuve d'originalité :

- Demi-marathon de la Vente des vins des Hospices de Nuits
- Rallye vignoble et terroir de l'Yonne en attelage (rallye culturel, mai)
- Marathon de la Route des Grands Crus, Dijon (octobre)
- Foulée des vendanges, Savigny-les-Beaune (octobre)

▪ **Manifestations culturelles, festivals et concerts en partenariat avec les acteurs de la vigne et du vin**

- *Festival des Grands Crus de Bourgogne : De Bach à Bacchus*, Meursault ; Rencontres musicales de Noyers-sur-Serein et du Tonnerrois ; Les Grandes Heures de Cluny ; Musique au Chambertin, Côte de Nuits. Ce festival, qui connaîtra sa 23^e édition en 2008, commence à souffrir d'une usure du bénévolat et de la disparition de certains subsides publics (plus de fonds Leader en Tonnerrois, par exemple), si bien que la question de sa pérennité se pose. Or, c'est un élément important du calendrier estival bourguignon et la seule manifestation culturelle d'envergure régionale à faire le lien avec les vins de Bourgogne.
- *Les Musicaves*, Givry (juillet)
- *Fêtes de la Vigne* (festival mondial de folklore, animations gastronomiques et autour du vin), Dijon (août)
- *Jazz à Beaune* (festival jazz et grands vins de Bourgogne), Beaune (septembre)
- Le premier salon littéraire *Livres en Vignes* s'est tenu au château du Clos de Vougeot les 27 et 28 septembre 2008.
- ...

Bien qu'il ne soit pas directement organisé en lien avec le monde de la vigne et du vin, il convient de mentionner ici le *Festival international d'opéra baroque de Beaune* en juillet, l'attractivité de cette manifestation de rang international et celle de la ville emblématique du vin de Bourgogne étant indissociables.

❖ **Les opérateurs privés et institutionnels**

L'une des principales caractéristiques du tourisme vitivinicole réside dans son appartenance, à part égale, aux deux mondes de la vigne et du vin d'une part, du tourisme d'autre part, sans oublier les interconnexions complémentaires avec la gastronomie et le patrimoine. Il est intéressant de considérer chacun des groupes représentatifs de ces univers dans leur démarche d'ouverture vers l'autre, voire les autres.

➤ **Producteurs, distributeurs et autres acteurs du monde du vin**

Le développement de l'oenotourisme ne saurait se concevoir sans une ouverture des professionnels de la filière vin à l'accueil touristique et aux actions qui doivent l'accompagner en matière d'aménagement, de promotion et d'évaluation. Cette ouverture est, bien évidemment, fonction de la nature de leur activité, de l'envergure de celle-ci et, par voie de conséquence, de leur capacité d'investissement.

Historiquement, on trouve en premier lieu les **maisons de négoce**, lesquelles ont commencé il y a plus d'un demi-siècle (1950, La Reine Pédauque) à mettre en place des **parcours de visite** de caves avec **dégustation**, à une époque où elles détenaient encore un quasi-monopole de la commercialisation des vins de Bourgogne.

La vente directe se développant, les négociants possesseurs d'un ou de plusieurs domaines viticoles en propre n'ont pas manqué de s'engager également dans la voie de **l'accueil au domaine**, créant parfois des entreprises entières en intégrant la visite touristique dès le départ, à l'instar des « wineries » américaines, comme le groupe Kriter-Patriarche sous l'égide d'André Boisseaux lors de son achat du château de Meursault dès 1973 dans la Côte de Beaune, puis avec celui de Marsannay, créé de toutes pièces une quinzaine d'années plus tard dans la Côte de Nuits.

Le plus grand nombre, et de loin, des caves ouvertes à la visite (environ 80 % des 309 adhérents 2008 à « *De Vignes en Caves* ») appartient à des viticulteurs en **exploitations familiales**, auxquels on peut ajouter une douzaine de **coopératives**. On note cependant parmi eux la présence de plusieurs exploitations de belle taille appartenant ou ayant précédemment appartenu à des maisons de négoce. Si la propriété viticole en Bourgogne reste très majoritairement familiale de dimensions restreintes, l'ouverture à l'accueil touristique organisé paraît davantage – mais sans exclusive – l'affaire d'entreprises viticoles d'une envergure supérieure à la moyenne.

Notons aussi, à propos du profil des caves, que dans le contexte actuel de prise de conscience accéléré des enjeux environnementaux de la part du public français, la Bourgogne est la région où les surfaces de **vignes certifiées en agriculture biologique** connaissent la plus forte croissance (+ 28 % en 2007 par rapport à l'année précédente) pour atteindre près de 1 000 hectares, proportion nettement supérieure à celle du Bordelais (un peu plus de 3 000 hectares pour toute la région Aquitaine). (Source : www.etyc.org/la-gazette/1681-chiffres-2007-de-l-039-agriculture-biologique-en-france.html)

Les vigneron et leurs groupements proposent avant tout la visite et la dégustation à la propriété ou en cave coopérative, laquelle est au cœur même de l'opération « *De Vignes en Caves* ». Environ 10 % des domaines individuels et deux caves coopératives adhérant à la charte proposent la **restauration** sous forme de **repas au domaine**. S'y ajoutent huit **tables d'hôtes**, dont deux sur des domaines de négociants, soit près de quarante prestataires. À côté d'exploitations familiales proposant une prestation annexe, couplée ou non avec l'hébergement en chambre d'hôte ou en gîte, réalisée par eux-mêmes ou fournie par un traiteur lorsqu'ils mettent essentiellement à disposition un cadre de caractère (en particulier pour des **mariages et autres réunions de prestige ou des séminaires**), on y recense des cas de figure plus complexes de viticulteurs ayant également constitué une société, éventuellement avec des membres de leur famille, pour l'exploitation d'un restaurant ou d'une boutique de vins (comme le Domaine Delagrange de Meursault avec un restaurant à Pommard et un magasin à Beaune), ainsi que plusieurs domaines d'envergure appartenant en fait à des négociants (notamment les châteaux de Meursault et de Marsannay-la-Côte, propriétés du groupe Kriter-Patriarche de la famille Boisseaux). Les coopératives sont très peu nombreuses à proposer la restauration (Lugny et Vinzelles, toutes deux en Mâconnais). C'est la Côte de Beaune qui prédomine dans ce type d'offre parmi les vignobles bourguignons, et de loin, avec 18 prestataires, aucun autre vignoble n'atteignant la dizaine ; au total, plus des deux tiers des possibilités de restauration au domaine sont localisés sur la Route des Grands Crus.

De même, **l'hébergement** est proposé **au domaine**, en chambres d'hôtes ou en gîte rural, plus rarement à l'hôtel. Selon la base de données du BIVB, une cinquantaine de prestataires

propose des chambres d'hôtes (pour 25 d'entre eux), la formule gîte rural (pour 33), parfois les deux. A côté des vignerons individuels, largement majoritaires au sein de ce groupe, plusieurs négociants proposent des chambres haut de gamme – et parfois l'accueil de séminaires – dans des châteaux rénovés, alors que les gîtes, formule plus « rustique », sont pratiquement l'apanage des domaines familiaux. Près de la moitié de ces domaines est situé sur la Route des Grands Crus et même essentiellement dans la Côte de Beaune (14 prestataires), avec une deuxième concentration en Mâconnais qui compte onze domaines.

Une **formule originale** a été élaborée par une prestataire de Nuits-Saint-Georges qui est guide interprète agréé et possède des chambres d'hôtes, Madame de Loisy, associant la découverte des vins de Bourgogne à celle du patrimoine à partir de vins provenant uniquement de **vignes ayant appartenu à des abbayes cisterciennes**.

Quelques **hôtels**, enfin, ont été créés par des propriétaires de domaines viticoles ou par des négociants (*Les Paulands* par le domaine du même nom à Aloxe-Corton, *l'Hôtel de Vougeot* par le Domaine Bertagna voisin, *Le Richebourg* à Vosne-Romanée,...), le style pouvant se rapprocher de celui des chambres d'hôtes (*Hameau de Barboron* à Savigny-les-Beaune), parfois dans le cadre d'une réalisation comprenant toutes les activités à la fois, hébergement, visite de caves avec dégustation et vente de vin (*Château André Ziltener* à Chambolle-Musigny).

Un tout nouveau produit émanant du monde de la vigne et du vin et comportant une dimension touristique est la possibilité d'« acquérir », pour un millésime, des pieds de vigne chez un vigneron et de recevoir, en temps voulu, le vin de « ses » vignes, avec une étiquette personnalisée, comme « **webvigneron** » selon la formule de www.mesvignes.com qui permet de réaliser un ou plusieurs séjours d'initiation à la viticulture au domaine choisi. Un premier prestataire bourguignon (sur sept dans toute la France) vient d'adhérer au panel des domaines pratiquant cette forme d'accueil. (Cf. annexe n° 11, p. 73)

Une douzaine de domaines, pour la plupart associés à des maisons de négoce, adhèrent à **Bourgogne Séminaires**.

L'Interprofession en tant qu'organisme joue un rôle majeur dans le tourisme vitivinicole en Bourgogne, puisque la promotion sur Internet est pour l'essentiel assurée par le B.I.V.B. Sur son site www.vins-bourgogne.fr, les internautes peuvent télécharger sous format pdf les deux documents papier essentiels, la carte et la brochure, de la Route des vins de Bourgogne, commander les éditions papier et accéder à la base de données des caves et autres prestataires par un moteur de recherche permettant de croiser plusieurs critères (langue parlée, dates du séjour, département, nature des prestations recherchées,...).

Depuis que le folklore régional lié à la vigne et au vin s'est développé à partir de l'impulsion initiale donnée dans les années 1930 par la confrérie des Chevaliers du Tastevin, **confréries vineuses et associations** perpétuant le répertoire régional de chants, de danses et de costumes se sont multipliées aux quatre coins de la Bourgogne et ont créé leur confédération, **l'Amicale des confréries gastronomiques, vineuses, culturelles et des métiers de Bourgogne**. Une quinzaine de confréries vineuses et une dizaine de groupes proposant des animations folkloriques sont recensées pour le tourisme bourguignon (www.bourgogne-tourisme-pro.com/fic_bdd/pdf_fr_fichier/11951195890_Confreries.pdf et www.bourgogne-tourisme-pro.com/fic_bdd/pdf_fr_fichier/11951195660_Animations_soirees.pdf), dans pratiquement tous les vignobles bourguignons, mais particulièrement nombreuses dans la Côte de Beaune. Avec le développement du tourisme vitivinicole, elles ont mis en place essentiellement deux types de prestations destinées à un public touristique : **l'animation de soirées**, notamment de

dîners spectacles, à l'intention de groupes constitués, et *l'intronisation solennelle* comme membre d'une confrérie, à l'intention d'individuels, le plus souvent sur la base d'un parrainage par d'autres membres qui en font déjà partie et en visant un public plus ou moins limité selon des critères socioprofessionnels, afin de faire des impétrants des ambassadeurs prestigieux de la Bourgogne et de ses vins.

Plus récemment, des **sociétés de prestation de services** ont développé des offres spécifiques (dîners et soirées à thème) autour du vin, en particulier *Fugues en France* (www.fugues-en-france.com) à Meursault.

➤ Prestataires touristiques

▪ **Hôtellerie et restauration**

Il serait vain – et inutile – de vouloir brosser un panorama de l'hôtellerie et de la restauration en lien avec les vignobles de Bourgogne, domaine riche, complexe et en perpétuelle évolution. Il est néanmoins possible de dégager quelques traits de caractère et tendances récentes.

- Les **Logis de France**, chaîne volontaire d'hôtellerie familiale attachant une grande importance au caractère « terroir » de l'offre restauration de ses adhérents, ont mis en place un label spécifique permettant d'identifier des hôtels-restaurants situés dans une zone de vignoble ou à proximité et ciblant particulièrement la clientèle des amateurs de bon vin, les « **Logis Bacchus** » (voir la charte de qualité en annexe n° 4, p. 57). Au printemps 2008, avec 13 établissements, la **Bourgogne** y figure au **2^e rang national** en nombre de labellisés, après Languedoc-Roussillon (20 établissements), et sensiblement avant les autres régions concurrentes qui ne totalisent pour la plupart que sept ou huit « Logis Bacchus ». Il ne semble pas hasardeux d'y voir un signe de la vivacité de l'hôtellerie familiale bourguignonne autant que l'expression d'une tradition de qualité de la restauration régionale, indissociable de la civilisation des vins de Bourgogne.
- Plusieurs **grands chefs bourguignons** ont développé un intérêt particulier pour le vin, voire la vigne. **Marc Meneau** de *l'Espérance* à Saint-Père est ainsi connu pour avoir été un pionnier parmi les plus actifs de ceux qui ont revivifié la *viticulture à Vézelay* dès les années 1980 en investissant dans la surface considérable de 16 hectares, contribuant matériellement comme par le poids de son prestige au succès de la relance de ce vignoble qui s'étend aujourd'hui sur une centaine de hectares. Dans la même logique et avec l'attachement aux traditions et au patrimoine local caractéristique du grand chef, il a créé en 2003 son bistrot au nom programmatique, *L'Entrevignes*, en face de l'Espérance, qui met en valeur la cuisine et les vins de Bourgogne.

A son instar, **Michel Lorain** de *la Côte Saint-Jacques* à Joigny s'est investi et a investi dans le vignoble auquel son établissement, dirigé depuis 2001 par son fils Jean-Michel, doit son nom. Depuis 1990, une superficie de neuf hectares a été plantée et doit à terme atteindre 20 ha en A.O.C. – ce qui sera toujours loin des plus de 500 ha d'avant le phylloxéra. Non content de cette relance quantitative, Michel Lorain a aussi fait réaliser des études du sol dont le résultat a permis l'introduction du chardonnay parmi les cépages joviniens et surtout, d'obtenir de l'INAO l'autorisation de replanter en 1995 tous les cépages (pinot noir, sauvignon, tressot et malbec) entrant traditionnellement dans la composition du *vin gris de Joigny* qu'il est actuellement le seul à faire, ressuscitant ainsi véritablement un patrimoine vitivinicole, voire ampélographique. Tous ses vins ont obtenu des médailles d'or au concours de Paris. Avec le second établissement de la famille Lorain, le *Rive Gauche*, il a également mis au point un *forfait séjour « Vendanges en Bourgogne »*. Le **Relais Bernard Loiseau** de Saulieu, quant à lui, s'est doté d'un établissement supplémentaire à Beaune en

créant dans les murs de l'hôtel *Le Cep « Loiseau des Vignes »*, restaurant dédié à la cuisine bourguignonne avec une attention particulière pour le mariage des mets et des vins et où l'ensemble des vins – quelque 70 références dont une cinquantaine de bourgognes – est disponible au verre.

Parmi les jeunes chefs étoilés bourguignons, **David Zuddas**, établi depuis une quinzaine d'années à l'Auberge de la Charme à Prenois, a créé dans le centre historique de Beaune *Via Mòkis* selon un **concept original** alliant hôtel, restaurant, bar à vins et spa.

- Dans le domaine du **tourisme rural**, il n'existe pas de label spécifique national comparable aux « Logis Bacchus ». Sur les sites Internet des **Gîtes de France** et de **Clévacances**, on recense à travers les moteurs de recherche, qui diffèrent selon les départements, **environ 420 adresses** dans ou à proximité d'un vignoble en Côte d'Or, en Saône-et-Loire et dans le Chablisien, ce qui représente **plus de 350 prestataires non-viticulteurs** en outre de ceux référencés dans la base de données du BIVB. Parmi ces établissements, 26 sont référencés « **Séjour en vignoble** », c'est-à-dire chez un viticulteur, sur le **site Internet des Gîtes de Bourgogne** ; seize d'entre eux sont situés en Côte d'Or et dix en Saône-et-Loire, aucun dans la Nièvre ni dans l'Yonne ; tous sont des gîtes ruraux, pour moitié classés trois épis, malgré la présentation générale de la rubrique qui annonce aussi bien chambres d'hôtes, gîtes d'étape ou gîtes de séjour. Il est à noter que cette sélection n'est accessible que depuis le seul site régional des Gîtes de France (et dans un sous-menu à droite, invisible sur un écran affichant à gauche les sites favoris de l'utilisateur), la sélection régionale du site national ne la prenant pas en compte, ni les sites départementaux.
- Rappelons pour mémoire les **bars à vin et restaurants spécialisés**, de plus en plus nombreux.

▪ **Les opérateurs du tourisme réceptif de Bourgogne et le tourisme vitivinicole**

Le tourisme vitivinicole, produit phare de la Bourgogne, est peu ou prou présent dans l'offre de la quasi-totalité des **agences réceptives** régionales, seule une spécialisation différente affirmée peut en dispenser. De même, la thématique du vin, souvent liée à la gastronomie, est généralement présente chez les **organismes habilités** à monter et commercialiser des produits. Quant aux **hôtels habilités**, 21 sur 28 se situent dans le vignoble ou à proximité immédiate, soit exactement les trois quarts d'entre eux ! S'il n'est ni utile ni même possible de présenter ici l'intégralité de cette offre en détail, notons la présence de plusieurs **agences** qui se sont **spécialisées** dans les voyages et excursions liés au vin ou ont même été fondées dans cette perspective :

- *Bacchus Wine Tours / Safari Tours* à Beaune,
- *Beaune Visites en caves* à Beaune
- *Dilivoyages* à Beaune
- *Tours et Détours* à Gevrey-Chambertin,
- *Wine and Voyages* à Nuits-Saint-Georges,
- *Vineatours* à Pommard,
- l'hôtel *L'Escargotière* à Chenôve,

sans oublier des agences spécialisées dans le vélotourisme, mais dont l'attractivité au niveau international réside dans leur implantation dans le vignoble de la Côte d'Or ou de l'Auxerrois :

- *Détours en France* à Beaune,
- *France Randonnée* à Beaune

(Voir aussi ci-dessous p. 37 « Commercialisation »)

▪ **Autres**

Pour d'autres activités touristiques, c'est surtout la proportion d'opérateurs implantés ou exerçant leur activité en zone de vignoble qui est significative. Ainsi y trouve-t-on :

- un **train à moteur** sur les trois que compte la Bourgogne (Visiotrain 2000 à Beaune),
- quatre offres de **promenades en calèche** sur cinq, dont trois dans la Côte entre Dijon et Beaune et une en Auxerrois,
- une bonne moitié (cinq sur huit) des prestataires d'**excursions avec chauffeur** qui mentionnent expressément des sorties dans le vignoble, toutes en Côte d'Or, dont certains rayonnant depuis la plaine de la Saône...

Parmi les **guides-interprètes** indépendants et leurs groupements référencés en Bourgogne (une trentaine, hors offices de tourisme), près des deux tiers affichent expressément des visites dans les vignobles de la région, des initiations à la dégustation ou encore la thématique de l'œnologie parmi leur offre, mais en réalité, cette activité doit concerner aussi une partie des autres qui ne mentionnent que des zones géographiques. Ceux pris en compte ici sont majoritairement basés en Saône-et-Loire (9 prestataires), un peu moins en Côte d'Or (6 prestataires), l'Yonne comptant pour deux autres adresses. L'offre de guidage à thématique vitivinicole est complétée par trois **guides accompagnateurs de randonnées** indépendants et plusieurs associations de **guides de pays** qui accompagnent aussi bien des circuits pédestres que d'autres excursions.

➤ **Collectivités territoriales et leurs organismes satellites**

Les **collectivités territoriales** sont concernées par le tourisme vitivinicole essentiellement comme propriétaires de **sites de visite** et de **musées**. Est concernée au premier chef la ville de Beaune, propriétaire de l'ancien hôtel beaunois des ducs de Bourgogne et du musée des Vins de Bourgogne qu'il abrite. Or, cet établissement, dont la muséographie était pionnière du genre lors de sa création, a besoin d'un nouveau souffle et la question de son devenir se pose avec acuité.

Tout comme chez les réceptifs privés, le tourisme vitivinicole tient une place importante dans les actions des **organismes institutionnels du tourisme bourguignon**, qu'il s'agisse de Bourgogne Tourisme, du Comité départemental de Saône-et-Loire, des Agences départementales des autres départements bourguignons ou des Offices de tourisme concernés par la thématique.

Parmi l'offre packagée présentée dans le cadre de la **campagne régionale « vite-en-bourgogne »** 2008 (cf. p. 37), on compte au moins 47 produits à « dimension vineuse » sur les 154 forfaits retenus au total, soit près du tiers de l'ensemble, émanant soit des services loisirs accueil lorsqu'ils existent, soit d'agences privées relayées par les instances départementales. Le moteur de recherche du site Internet associé à la campagne permet entre autres des recherches par mots clés donnant lieu à des sélections tournantes parmi l'ensemble de l'offre.

Sept **Offices de tourisme** bourguignons situés en pays de vignoble ou à proximité sont habilités à monter et commercialiser des produits : Auxerre, Avallon, Beaune, Chalon-sur-Saône, Cluny, Dijon, Mâcon et Nevers. Leurs zones de compétences touchent pratiquement tous les vignobles du territoire bourguignon.

Une **démarche dépassant les clivages** des métiers et des secteurs économiques, a vu le jour récemment, regroupant tous types d'opérateurs bourguignons du tourisme vitivinicole, entreprises privées comme organismes institutionnels, sous le titre « **Clos Mosaïc** »

(www.clos-mosaic.com) dans une association ayant pour but de développer la visibilité de la région et d'en faire une destination œnotouristique incontournable. Elle est organisée autour de cinq collèges présidés par des personnalités représentatives en leur domaine : viticulture, négoce, caves coopératives ; hébergements et restaurateurs ; événementiel ; patrimoine, culture, histoire ; médias. Se référant aux constats du rapport Dubrule, elle s'est fixé pour objectifs d'inventorier les forces et faiblesses de l'œnotourisme bourguignon, de mener une réflexion prospective et « philosophique » sur ses lacunes et les chemins pour les combler et enfin de structurer une offre de qualité et de la mettre en marché en mutualisant les moyens. A la date du 1^{er} octobre 2008, Clos Mosaïc affiche 56 adhérents, dont une vingtaine de caves ou domaines viticoles, une dizaine d'hébergements touristiques, 8 institutionnels (Office de tourisme, organisme départemental du tourisme ou CCI) et une demi-douzaine de réceptifs ou tour-opérateurs spécialisés, ainsi que cinq entreprises du secteur des technologies de la communication et de l'information dédiées au vin et / ou au tourisme.

❖ L'offre bourguignonne dans la comparaison interrégionale et internationale

➤ Les autres régions viticoles françaises

D'après les résultats de l'étude de l'AFIT de 2001 complétés par d'autres données, environ 5 000 caves, exploitations, domaines ou châteaux étaient alors ou sont encore ouverts au public en France (indépendamment de toute adhésion ou non à une charte de qualité) pour une surface totale de vignobles de 850 000 hectares. Au sein de cette offre, la Bourgogne vient en 2^e avec 900 domaines ouverts au public, après le Bordelais qui compte près de 2 000 caves ouvertes. La région Centre - Val de Loire et la Provence se partagent la 3^e place avec 800 caves pour chacune, suivies par la région de la Vallée du Rhône et des Côtes du Rhône (600 caves sur 6 routes touristiques en 2001, 12 aujourd'hui). Le Languedoc-Roussillon affiche en 2008 environ 400 caves labellisées et un potentiel d'une centaine de plus, sans que le nombre total de caves ouvertes soit connu. Les vignobles de grande qualité mais de moindre étendue d'Alsace (200 caves le long de la route des vins) et de Champagne (70 caves ouvertes) et enfin le Beaujolais avec une quarantaine de caves clorent le ban.

▪ La Route des Vins d'Alsace

C'est la doyenne des routes des vins françaises, créée dès 1953. Longue de 170 km, elle relie 63 (72 selon d'autres sources) villages entre Thann au sud et Marlenheim (nord-ouest de Strasbourg) au nord. Des informations plus détaillées et des chiffres-clés sont donnés sur le site Internet professionnel du C.R.T. Alsace (accessible avec identifiant et mot de passe) : http://www.clicalsace.com/images_messages/image1/534.pdf. Une étude complète de la filière en Alsace vient d'être mise en ligne après l'achèvement de celle-ci, consultable aux mêmes conditions : http://www.clicalsace.com/dn_LeVignoblealsacienetsontourisme/

▪ Le Bordelais

Le Bordelais est connu pour faire preuve d'un grand dynamisme en matière d'économie vitivinicole, bien au-delà du secteur touristique, ce dont témoigne le salon professionnel biennal Vinexpo qui rassemble annuel environ 50 000 visiteurs dont un tiers d'étrangers.

En matière d'œnotourisme, depuis 2004, un programme intitulé « Destination vignobles » a été mis en place par le Conseil régional d'Aquitaine, le C.R.T. et des organisations professionnelles viticoles. Il vise à proposer de véritables séjours dans la région autour du vin et de ses dimensions culturelles et patrimoniales et se fonde sur des engagements collectifs et

individuels, une démarche qualité, un contrôle des prestations. Une charte d'accueil prévoit des engagements précis, comparables à ceux de la charte bourguignonne « De Vignes en Caves » pour la découverte thématique – réserver un accueil personnalisé et chaleureux aux visiteurs, respecter jours et horaires d'ouverture – mais aussi de posséder un espace d'accueil spécifique, complétés par l'obligation de mettre à la disposition des visiteurs deux éléments importants de l'accueil touristique, à savoir une aire de stationnement et des sanitaires, et de respecter l'environnement. Le viticulteur doit permettre aux visiteurs de découvrir au moins le lieu de vinification et faire déguster au moins un vin fini à bonne température, servi dans des verres à bordeaux.

Une visite d'agrément doit permettre de vérifier le respect de ces engagements. Un audit est souhaité par le Conseil régional tous les trois ans. En contrepartie, des propriétaires peuvent bénéficier de subventions pour des travaux d'amélioration d'accueil ou des formations.

Au-delà de l'engagement individuel, la dynamique de “Destination vignobles” doit permettre de développer le fonctionnement en réseau ainsi que des partenariats entre vignerons et professionnels du tourisme et de l'hôtellerie-restauration. Afin de remédier au problème de manque d'ouverture des propriétés le week-end – que l'on constate également pour le dimanche, surtout l'après-midi, en Bourgogne (cf. l'analyse SWOT, p. 38) – il est envisagé un système de « tour de gardes ». L'office de tourisme de Bordeaux propose un accueil spécifique pour les demandes de visites dans le vignoble et a élaboré plusieurs circuits sur ce thème. (D'après www.vitisphere.com)

▪ La Champagne

En Champagne, l'oenotourisme s'articule essentiellement autour de *cinq routes de découverte* des vignobles dont quatre dans la Marne autour de Reims et d'Épernay, la cinquième étant celle de la Côte des Bar dans l'Aube, sans oublier les visites de caves des grandes maisons de champagne à et autour de Reims ainsi que de très nombreuses possibilités de dégustations chez des producteurs petits et grands. Une charte de l'accueil est en cours d'élaboration.

▪ Le Val de Loire

Le val de Loire, classé au Patrimoine mondial de l'Unesco à partir de Sully-sur-Loire jusqu'à Chalonnes en aval d'Angers, fait partie des régions très actives en matière d'oenotourisme, bien que ses vignobles soient écartelés entre douze départements (dont la Nièvre) répartis sur quatre régions et donc les ressorts d'autant de C.R.T. (dont un ayant le statut particulier de service au sein d'une SEM pour le développement économique régional). Il convient donc d'entrée de jeu de distinguer l'étendue globale de ces vignobles de la zone concernée par leur mise en tourisme commune et institutionnalisée.

Dans cette zone, qui s'étend de l'embouchure de la Loire jusqu'aux alentours de Blois et à la vallée du Cher, l'offre touristique est organisée autour d'une charte de qualité signée par environ 300 producteurs. Les caves adhérentes sont reliées par 800 km de routes fléchées. Guide et carte bilingue de la route des vins sont téléchargeables sur le site d'InterLoire www.vinsdeloire.fr Les C.D.T. y proposent également des offres forfaitaires.

En 2006, l'abbaye de Fontevraud, l'un des sites phares du val de Loire, a accueilli les *Rendez-vous de Fontevraud*, organisés par le réseau VITOUR (voir ci-dessous, « La coopération internationale », p. 30) lequel, à l'initiative d'InterLoire et de la Mission Val de Loire, réunit les vignobles inscrits sur la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO. Les

partenaires du réseau VITOUR s'y sont réunis pour quatre jours de partage et d'échange sur le thème du développement de l'offre touristique liée aux paysages viticoles, à la vigne et au vin dans les vignobles inscrits au patrimoine mondial.

Dès 2003, la charte internationale de Fontevraud avait lancé la création de ce réseau afin d'engager une démarche volontaire et concertée, conjuguant l'optimisation de la production vinicole et de la gestion des paysages des territoires avec pour objectif un engagement de protection, de gestion et d'aménagement des paysages de ces territoires, lesquels constituent un patrimoine collectif, dans le respect de leurs valeurs naturelles et culturelles.

▪ **Les Côtes du Rhône et autres vignobles de la région Rhône-Alpes**

La charte d'accueil « Côtes du Rhône, terroirs d'accueil » a la particularité de distinguer trois niveaux de qualité : l'accueil de qualité, l'accueil de service et l'accueil d'excellence. (cf. annexe n° 6, p. 62) Depuis la réalisation de l'étude de l'AFIT parue en 2001, le nombre de routes touristiques des vignobles y a doublé, passant de six à douze. Pourtant, selon la MITRA, l'oenotourisme est peu développé en Rhône-Alpes, pour plusieurs raisons : nombre important de vignobles et d'appellations dans la région, notoriété et image variables d'un vignoble à l'autre, pas de notoriété de Rhône-Alpes en tant que destination de tourisme vitivinicole, offre peu développée et peu structurée en comparaison à d'autres régions...

▪ **Le Jura**

La route des vins du Jura, portée par le Comité interprofessionnel des Vins du Jura qui regroupe aujourd'hui environ 250 vigneron, producteurs et négociants, s'étend, sur 80 km environ, de Salins-les-Bains à Saint-Amour, serpentant entre quatre A.O.C. géographiques (L'Etoile, Côtes du Jura, Arbois, Château-Chalon) et deux A.O.C. produits (Macvin, Crémant du Jura). Le Musée du Vin et la Maison de Pasteur (où le grand savant fit tous ses travaux, base de l'oenologie moderne) sont situés à Arbois, la capitale des vins du Jura.

Cette route vient d'être désignée (voir extrait du communiqué de presse en annexe n° 15, p. 79) comme **Destination française d'Excellence pour 2008**, notamment en raison du succès, qualitatif autant que quantitatif, de « *La Percée du Vin Jaune* », manifestation portée par l'Association des ambassadeurs du Vin Jaune qui regroupe environ 800 bénévoles et est centrée sur la promotion du « Vin Jaune ». Cet événement rassemble chaque année sur un site différent, durant un week-end de février, 40 à 50 000 personnes dont beaucoup de visiteurs fidélisés, y compris belges ou suisses. Elle comporte la remise d'un « label d'excellence » des meilleurs vins sélectionnés, une vente aux enchères de vieux millésimes et un concours de cuisine avec des recettes à base de produit du terroir et l'emploi du Vin jaune et s'accompagne d'une foire présentant des produits et savoir-faire locaux.

▪ **Languedoc-Roussillon**

Dans cette région méditerranéenne, qui compte parmi les plus anciennes zones de viticulture en France mais a longtemps souffert, à l'époque contemporaine, d'une viticulture orientée surtout vers une production de masse pour les marchés urbains, le mouvement engagé depuis une vingtaine d'années vers une viticulture de qualité se retrouve aussi dans l'oenotourisme. Parmi les initiatives récentes, on y trouve notamment un **projet de pôle oenotouristique** dans la communauté de communes de **Lunel**, présenté dans le cadre de l'appel à candidatures aux pôles d'excellence rurale. Situé à 2 km de l'échangeur autoroutier de Lunel (A9), par lequel transite près de 20% du flux touristique du département de l'Hérault, il comprend un site d'accueil, d'animation et de promotion du Pays de Lunel et de ses vins, basé sur la commune

de Saint-Christol, un « **Hameau historisé du vin** » permettant la découverte du vin à travers les âges de l'époque romaine à l'arrivée du chemin de fer, une **vigne pédagogique**, un espace « Vigne et bien être », des restaurants, une boutique vins et produits du terroir ainsi qu'un **village d'hôtes** pour l'hébergement. Autour de ce point central, le territoire est organisé en lieux de découverte, avec différents moyens de déplacement (voiture, randonnée, cheval, vélo...). Des circuits sont mis en place – comme un chemin des caveaux et domaines – enrichis de panneaux interprétatifs, tables d'orientation, aires de pique-nique... Une agence sera dédiée au pôle – vraisemblablement par transformation en EPIC (Etablissement Public Industriel et Commercial) de l'Office de Tourisme.

➤ Exemples du tourisme vitivinicole à l'étranger

La première route des vins a été créée dans le *Palatinat allemand* dès 1935, afin de remédier à la mévente des vins locaux, alors doublement handicapés par la crise mondiale – qui inspira aux Bourguignons une démarche de relations publiques par la création de la confrérie des Chevaliers du Tastevin – et par les restrictions particulières imposées par le traité de Versailles. Après la seconde guerre mondiale, de tels itinéraires se sont multipliés, dans les principaux vignobles allemands tout comme en Alsace dès les années 1950, puis par une nouvelle vague dans les années 1970 et enfin dans les vignobles est-allemands après l'unification intervenue en 1990. Compte tenu de l'ancienneté de son expérience, de la densité de la population et des modes de consommation culturelle aussi bien que de vins, le tourisme allemand, en général pourtant bien moins développé que celui de la France, brille par une offre particulièrement riche en rendez-vous de tous niveaux, ayant en commun une grande convivialité, de la fête des vins extrêmement populaire aux festivals musicaux de haut niveau dans des lieux patrimoniaux du vin en passant par l'accueil de toutes sortes d'événements privés ou d'entreprises. Le domaine viticole d'Etat de l'ancienne abbaye cistercienne d'Eberbach dans le Rheingau illustre brillamment cette démarche (www.klosterberbach.de/html_english/1_current_news/events.html).

Les régions viticoles de *l'Italie* (800 caves ouvertes à la visite) et de *l'Espagne* (3300 caves ouvertes à la visite), destinations dont le tourisme était au départ à dominante balnéaire, ont rejoint le mouvement au cours du dernier quart du XX^e siècle, avec des modalités plus proches de la démarche française.

Dans le nouveau monde, les **Etats Unis d'Amérique**, **l'Australie** et **l'Afrique du Sud** sont devenus des poids lourds du tourisme vitivinicole, avec respectivement près de 5 000, plus de 1 500 et 570 caves accessibles aux visiteurs. On Australie et en Afrique du Sud, on perçoit quelques liens entre la filière et le tourisme en général, à travers des références à des restaurants gastronomiques et à des sites de visite, tandis que l'image de l'oenotourisme nord-américain semble essentiellement centrée sur le produit vin.

Très récemment, **Ivan Merlet**, responsable du réseau Hongrie de l'enseignement agricole, a abordé la **relation entre mondialisation et tourisme vigneron** :

I - Que veut dire mondialisation en matière de tourisme ?

II - Les effets de la mondialisation et ses conséquences en matière d'oenotourisme.

III - Etude comparative entre les pratiques du tourisme viticole du « Nouveau Monde » et de « l'Ancien Monde ».

IV - Les axes de progrès pour le futur.

Sa présentation comporte un tableau comparatif de **six grandes destinations** sur quatre continents, avec des chiffres clés selon lesquels **la France semble pour l'instant détenir une avance** en matière de fréquentation et de retombées économiques à l'échelle mondiale (voir annexe n° 13, p. 77). Si elle tend à être grignotée par le développement rapide des

destinations nouvelles, on peut estimer que la fréquentation de ces dernières amène aussi à l'oenotourisme des clientèles nouvelles susceptibles de découvrir un jour la Bourgogne.

➤ **La coopération internationale**

Le tourisme vitivinicole n'échappe pas à l'influence décisive des villes dans le monde contemporain. Ainsi le **Réseau des Capitales de Grands Vignobles** a-t-il été lancé à l'occasion du salon VINEXPO 1999, à l'initiative de la CCI de Bordeaux. Il s'agit d'un rapprochement de huit grandes métropoles situées au cœur de vignobles importants, de renommée internationale : Bordeaux, Bilbao/Rioja, Florence, Le Cap, Melbourne, Porto, Santiago du Chili et San Francisco. C'est donc un concept qui ne correspond pas à la réalité du terrain de la Bourgogne « bicéphale ». Son objectif est le développement économique, universitaire et culturel de chacune des villes membres au travers de projets de coopération communs. Les grands thèmes de travail sont liés au tourisme viti-vinicole, à l'éducation et à la recherche et la promotion des échanges commerciaux et des investissements. Le réseau organise chaque année le concours des « Best Of du Tourisme Vitivinicole » qui sélectionne les sites du réseau les plus novateurs en matière d'accueil touristique.

Contact : [Catherine Leparmentier, CCI Bordeaux](#)

Site Internet : [Réseau des Capitales des Grands Vignobles](#)

Source : site Internet de la CCI Bordeaux

VITOUR, le réseau européen des vignobles du patrimoine mondial de l'Unesco

Créé à l'initiative de la Mission Val de Loire et d'Interloire, l'Interprofession des Vins du Val de Loire, le réseau VITOUR réunit neuf vignobles européens inscrits sur la liste du patrimoine mondial de l'Unesco :

- la vallée du **Haut Douro**, Portugal
- la Haute Vallée du **Rhin Moyen**, Allemagne
- le **Val de Loire** de Sully-sur-Loire à Chalonnes, France
- le Parc national des **Cinque Terre**, Italie
- la Juridiction de **Saint-Emilion**, France
- la région de **Tokaj**, Hongrie

ainsi que deux nouveaux venus :

- les vignobles en terrasses de **Lavaux**, Suisse (paysage culturel inscrit au Patrimoine mondial en 2007)
- le paysage viticole de **l'île du Pico** aux **Açores**, Portugal (inscrit en 2004).

En revanche, le paysage culturel de la Wachau en Autriche, renommé pour ses vignobles, ne fait pour l'instant pas partie de l'association.

Parmi les acquis de celle-ci figurent :

- une plate-forme d'information et d'échanges à partir d'une mise en commun des connaissances et actions sur chaque site (ressources patrimoniales, paysagères, culturelles et touristiques, bonnes pratiques en matière de gestion et de valorisation des sites),
- une expertise sur l'adaptation des sites à la demande œnotouristique internationale,
- un plan d'action du réseau fondé sur une charte commune de gestion raisonnée des sites et l'engagement des sites sur des actions pilotes.

Les partenaires du réseau Vitour ont décidé de déposer **un dossier de projet européen Interreg IV C en janvier 2009**, dont les résultats attendus sont :

- la création d'outils de médiation et d'interprétation du paysage viticole,
- des formations pour les guides, les professionnels du tourisme et ceux du vin,
- une campagne de sensibilisation aux paysages, avec l'objectif d'entretien du paysage (notamment des vignobles en terrasse) et de réinstallation de viticulteurs.

❖ Les clients du tourisme vitivinicole en général

L'étude de l'AFIT de 2001, qui reste pour l'instant la référence majeure en matière de tourisme vitivinicole pour la France, ne révèle pas de différences frappantes entre les profils des clientèles française et étrangère. Leur profil général sera donc donné ici, en ajoutant des précisions sur la clientèle française, tandis que des précisions et nuances seront apportées plus bas au sujet des clientèles étrangères.

Les données de ce chapitre sont susceptibles d'évoluer considérablement à la suite d'une étude nationale portant sur les clientèles du tourisme vitivinicole, en cours de lancement par ODIT France accompagné d'un comité de pilotage où sont représentées toutes les grandes régions viticoles françaises (Alsace, Aquitaine, Bourgogne, Centre Val de Loire, Languedoc-Roussillon, Rhône-Alpes). Les enquêtes auprès des clientèles auront lieu pendant la saison touristique 2009 et les résultats de l'étude sont attendus pour l'automne de la même année.

▪ Qui sont-ils ?

Leur provenance

Les Français représentent environ deux tiers de la clientèle œnotouristique. Sa répartition par régions de provenance est globalement conforme aux proportions des régions dans les séjours en France en général, hormis un léger décalage de leur poids du sud-ouest vers le nord-est.

Leur âge

Deux tiers des visiteurs enquêtés par l'AFIT en 2001 appartenaient à la tranche d'âge 35-64 ans ; l'âge moyen était de 46 ans. En cohérence avec ces chiffres, 58 % des viticulteurs bourguignons interrogés en 1996-97 déclaraient recevoir en premier lieu des touristes âgés entre 40 et 60 ans.

Leur appartenance socioprofessionnelle

L'enquête AFIT révèle une nette surreprésentation des CSP+ parmi les clients du tourisme vitivinicole, avec 39 % (31 % de cadres, professions libérales et intellectuelles supérieures et 7 % d'artisans, commerçants ou chefs d'entreprises), contre 23 % pour l'ensemble de la population. Cette prédominance est encore plus marquée dans l'enquête bourguignonne (64 %, soit 47 % + 17 %), mais ce chiffre inclut les visiteurs étrangers (cf. ci-dessous) et a pu être influencé par la méthodologie indirecte. Il reste le fait d'un lien évident entre l'appartenance sociale et les revenus d'une part, l'intérêt pour le vin et la pratique du tourisme vitivinicole d'autre part.

▪ Combien sont-ils ?

L'ensemble des clients du tourisme vitivinicole en France a été évalué par l'AFIT en 2001 à environ sept millions et demi de visiteurs par an. Cette même étude estime le potentiel total de clientèle française à près du double de cette fréquentation, mais « à deux vitesses », puisqu'il est composé d'un marché « captif » d'environ 2,3 millions de personnes très attirées par la thématique vitivinicole et d'un marché « à conforter » de clients sensibles à l'œnotourisme de quelque 11,5 millions de personnes.

Pour la Bourgogne, à défaut d'une estimation globale régionale du nombre des œnotouristes et de réactualisation complète, certains sites n'ayant pas communiqué leurs chiffres, on retiendra

comme minima les volumes constatés en 1996, qui semblent avoir globalement augmenté même si la fréquentation de certains sites individuels, surtout parmi les plus anciennement ouverts, a pu baisser sensiblement et si quelques-uns ont fermé leurs portes, à savoir près de 180 000 visiteurs dans les caves coopératives et maisons des vins, plus de 300 000 dans les grandes caves proposant une visite guidée avec dégustation et plus de 600 000 entrées dans les sites de visite liés à la vigne et au vin, soit un total de plus d'un million d'entrées, sans même compter celles chez la grande majorité des adhérents à « *De Vignes en Caves* » (cf. « La fréquentation actuelle », p. 39). On sait par ailleurs que les Français réalisent plus de 60 % des nuitées dans les principaux types d'hébergements marchands en Bourgogne (hôtels et hôtellerie de plein air et gîtes en centrale de réservation), sans même chercher à évaluer la contribution des touristes en hébergement non-marchand, très majoritairement français, au tourisme vitivinicole bourguignon, même si ces derniers y semblent généralement sous-représentés (cf. ci-dessous, « Comment pratiquent-ils l'œnotourisme ? »). Il n'est donc pas hasardeux de partir d'un ordre de grandeur d'entrées de Français dans les lieux du vin supérieur à 600 000, voire 700 000 pour notre région.

▪ **Comment pratiquent-ils l'œnotourisme ?**

Selon l'enquête AFIT, près de la moitié des clients vient en couple sans enfants, mais les familles avec enfants, en formant un bon tiers (34 %) de l'ensemble, constituent une part non négligeable de la clientèle, justifiant une réflexion spécifique à l'accueil qu'on peut leur réserver. Les autres visiteurs se composent respectivement de groupes d'amis (13 %) et de personnes venant seules (6 %).

Les deux études (AFIT 2001 et Bourgogne 1996-97) concordent pour révéler une prédominance massive de l'hébergement marchand parmi les œnotouristes, pour les deux tiers d'entre eux au moins. D'après l'enquête bourguignonne, la part des séjours à l'hôtel est du même ordre, les gîtes venant en second lieu.

D'après le rapport Dubrule, se référant pour partie à l'étude AFIT, visites de caves et achat de vin sont les activités essentielles et les dépenses d'achat de vin tournent autour de 120 € par ménage. On note de fortes attentes en matière de gastronomie liée au vin. Au-delà, la demande porte sur un tourisme d'agrément classique avec découverte de la région (56 %), visite à la famille (29 %), visite de patrimoine naturel (25 %) et bâti (22 %).

L'étude du C.R.T. Bourgogne sur la consommation des touristes français en Bourgogne en 2000 avait permis de constater que les achats de vin en représentaient le 3^e poste, après le trajet aller-retour et les biens de consommation, avec une dépense globalement annuelle de 83,5 millions d'euros et une dépense moyenne par nuitée de 4,19 €.

▪ **Où pratiquent-ils l'œnotourisme ?**

Par sa nature même, l'œnotourisme est en grande partie lié aux zones viticoles (cf. ci-dessus l'offre bourguignonne). La Bourgogne se place au 3^e rang des régions françaises destinations de ce type de tourisme, puisque les quatre régions les plus prisées sont le Bordelais (21 %), l'Alsace (17 %), la Bourgogne (13 %) et la Champagne (12 %). Ensuite viennent le Languedoc-Roussillon (8 %), la Vallée du Rhône (6 %), le Sud-Ouest autre que Bordelais (6 %), le Val de Loire (5 %) et la Provence-Corse (3 %).

▪ Quand pratiquent-ils l'œnotourisme ?

Le tourisme vitivinicole se pratique pendant toute la saison longue de la Bourgogne, du printemps aux « Trois Glorieuses » autour du 3^e dimanche de novembre – qui en marquent traditionnellement la fin – avec un engouement particulier au moment des vendanges, perceptible dès les premières décennies du tourisme beaunois à travers les chiffres de fréquentation de l'Hôtel-Dieu de Beaune dans les années 1930, mais aussi fin janvier lors de la Saint-Vincent Tournante, principale manifestation touristique hivernale en Bourgogne.

▪ Pourquoi pratiquent-ils l'œnotourisme ?

Pour la France, l'AFIT a constitué une typologie à partir de ses enquêtes en positionnant les individus sur deux axes exprimant, l'un la fidélité plus ou moins grande au vignoble et l'autre des motivations soit « touristiques », soit « consuméristes ».

Quatre familles de clients ont ainsi été dégagées :

- les **amateurs du vignoble (20 %)** viennent régulièrement dans le vignoble pour s'y fournir en vin de la région. Ils ont une bonne connaissance du vin surtout dans le vignoble enquêté,
- les **amateurs de la région (22 %)** viennent régulièrement dans la région pour son vin mais également pour profiter de ses attraits touristiques,
- les **amateurs de vin (20 %)** viennent pour la première fois dans le vignoble et cherchent à acheter. Ils sont connaisseurs des vins en général,
- les **amateurs de l'offre touristique (38 %)** ont pour motivation la découverte d'une région, dont une dimension incontournable est le vignoble et le vin, qu'ils appréhendent dans sa dimension culturelle et touristique. On trouve dans ce groupe davantage d'étrangers.

L'étude bourguignonne de 1996-97 s'était contenté de trois « portraits de touristes » fréquentant les sites du vin, sans avancer des pourcentages :

- **le passionné**, pour lequel le vin est la motivation principale de sa visite en Bourgogne ;
- **l'amateur opportuniste** qui profite de son passage pour s'arrêter et acheter quelques bouteilles ;
- **le découvreur d'atmosphère** pour lequel la découverte du milieu viticole, partie intégrante de l'identité bourguignonne, l'emporte sur les motivations proprement œnologiques et l'achat de vin.

❖ Zoom sur les clientèles étrangères

Pour les clientèles étrangères du tourisme vitivinicole en Bourgogne encore davantage que pour la clientèle française, il faut pour l'instant constater un grand manque de données, à combler dans une large mesure par l'étude en cours de lancement sous l'égide d'ODIT France dont le cahier des charges prévoit des précisions pour les marchés britannique, allemand, néerlandais, espagnol et italien et dont les résultats sont attendus pour fin 2009. Quelques différences par rapport aux clients français peuvent néanmoins être observées.

▪ Qui sont-ils ?

Parmi les étrangers, les principales clientèles de l'œnotourisme en France sont belge (27 %), britannique (21 %), allemande (15 %) et néerlandaise (11 %). Globalement, l'Europe, y compris la Suisse, représente 82 % de la clientèle étrangère. C'est une hiérarchie des marchés légèrement différente de celle de la Bourgogne en général, puisque les Belges n'y arrivent qu'au 4^e rang (mais 3^e dans l'hôtellerie) après les Néerlandais, les Britanniques et les Allemands. Dans

l'enquête de 1996, de nombreux viticulteurs bourguignons avaient également cité les Suisses (5^e marché étranger de la Bourgogne en général) parmi leurs principales clientèles étrangères.

Le profil socioprofessionnel des oenotouristes étrangers diffère légèrement de celui des français, dans ce sens que la prépondérance des CSP+ y est encore plus accentuée (38 à 40 % de cadres, professions libérales et intellectuelles supérieures, selon les enquêtes exploitées par l'AFIT).

▪ **Combien sont-ils ?**

Si on admet un tiers d'étrangers parmi la clientèle totale de l'oenotourisme en France, évaluée à 1,5 millions de visiteurs, les étrangers représentent environ 500 000 personnes par an.

Les caves bourguignonnes interrogées en 1996-1997, dans le cadre de l'étude déjà citée sur le tourisme autour des sites du vin en Bourgogne, faisaient état de 53 % de touristes étrangers en moyenne, mais uniquement sur la part touristique de leurs visiteurs, globalement elle aussi de l'ordre de la moitié de leur fréquentation totale, estimée à environ 1,5 million de visiteurs (dont près d'un tiers pour le seul Hôtel-Dieu de Beaune). (Voir « La fréquentation actuelle », p. 39)

La part réelle des oenotouristes étrangers en Bourgogne se situe très vraisemblablement entre ces deux chiffres, compte tenu du fait que l'enquête de 1996 était basée sur les estimations des adhérents à « De Vignes en Caves » et de l'avantage que représente la situation géographique de la région, plus proche des principaux marchés que la plupart des autres vignobles français et passage obligé pour bien des trajets sur la route de vacances plus méridionales, offrant l'opportunité d'un arrêt en rentrant afin de garnir ou compléter sa cave. On peut donc admettre, sous réserve de vérification lors des prochaines enquêtes, une part étrangère de l'ordre de 35 à 40 % des visiteurs. Il reste à déterminer plus précisément leur part dans la dépense.

▪ **Comment pratiquent-ils l'oenotourisme ?**

Le comportement et les modes de consommation des oenotouristes étrangers n'ont guère été étudiés de manière spécifique pour la France en général et la Bourgogne en particulier. De même, leurs dépenses en vins n'ont pas encore été l'objet d'une attention spécifique. Il est cependant évident que certaines caractéristiques de leurs modes de voyage influent sur leur façon d'aborder les vignobles : le pouvoir d'achat, bien sûr, mais aussi le moyen de transport utilisé pour le voyage aller-retour. L'impossibilité d'emporter des quantités substantielles de vin en avion limite traditionnellement les achats des touristes américains, encore rognés par le faible cours actuel du dollar par rapport à l'euro. Les marchés de proximité, depuis lesquels la Bourgogne est accessible en voiture, ressortent comme stratégiques pour la vente directe à une clientèle touristique.

De même, des pays sont clairement identifiés comme des marchés principalement d'un tourisme de groupes organisés, soit par tradition dont l'affranchissement est lent et long (le Japon), soit parce qu'il s'agit de nouveaux venus qui découvrent seulement les régions françaises et ont encore des appréhensions générales à surmonter par rapport à un mode de vie qui leur est peu familier (Chinois, Indiens et autres marchés émergents).

L'intérêt de certaines clientèles étrangères peut néanmoins être extrêmement vif même pour des approches très pointues, comme l'a montré la demande spontanée d'un tour-opérateur parisien qui aurait voulu amener un groupe de 50 Japonais aux premières Rencontres du Clos-Vougeot, organisées en septembre 2007 par la chaire Unesco « Culture et traditions du vin » basée à l'université de Bourgogne, laquelle avait pour thème « Le vin et les rites » ; cette demande n'a pu être satisfaite en raison de l'impossibilité d'organiser une traduction simultanée en japonais des interventions dans un délai très bref.

- **Où ?**

La répartition des œnotouristes est fortement tributaire de la fréquentation étrangère de la Bourgogne en général. Or, celle-ci est massivement concentrée en Côte d'Or (près de la moitié des séjours, plus d'un tiers des nuitées des touristes étrangers en Bourgogne) et en Saône-et-Loire (un tiers des séjours comme des nuitées).

- **Quand ?**

La saison étrangère du tourisme vitivinicole en Bourgogne semble plus courte que celle des visiteurs français, avec plus de la moitié des séjours effectués au troisième trimestre. Ceci n'empêche pas la présence régulière de nombreux étrangers aux deux temps forts festifs de l'année que sont les Trois Glorieuses et la Saint-Vincent Tournante et n'enlève rien non plus au poids touristique des longs week-ends du printemps, dans le vignoble comme ailleurs.

- **Pourquoi pratiquent-ils l'œnotourisme ?**

Les motivations des œnotouristes étrangers mériteraient, elles aussi, une enquête à part, envisagée dans le cadre de l'étude d'ODIT France prévue pour 2009. En attendant, s'il est évident que la part du vin et des vignobles dans l'attractivité touristique générale de la Bourgogne est importante, certains marchés sont connus pour un intérêt plus marqué pour les « wine tours », comme le Danemark par exemple, mais pour l'instant, il est impossible de faire la part entre découverte thématique et générale, exploration, consommation et achat dans les caves bourguignonnes de la part des œnotouristes étrangers.

LA MISE EN MARCHÉ

❖ La communication et la promotion

- **L'opération « de Vignes en Caves »**

Afin de pouvoir communiquer à bon escient sur la découverte touristique de ses vins *in situ*, en indiquant aux visiteurs des caves souhaitant réellement accueillir une clientèle touristique, la Bourgogne s'est dotée d'une charte de qualité de l'accueil en cave (tous types de caves confondus) depuis 1991, avec la mise en place de l'opération « *De Vignes en Caves* » (voir le texte de la charte d'accueil en annexe n° 5, p. 60). Elle est fondée sur des principes qui ont fait leur preuve en matière de tourisme vitivinicole et sont complétés par d'autres, selon les vignobles qui se sont engagés dans le même type de démarche : une labellisation des caves sur la base d'engagements précis (horaires et jours d'ouverture, un accueil chaleureux avec des explications sur les principes régissant les vins de Bourgogne et leurs appellations, dégustation gratuite d'au moins un vin de la maison,... le tout vérifié par des « visiteurs mystères » et des sanctions en cas de non-respect pouvant aller jusqu'à l'exclusion du dispositif ; voir ci-dessus « la Bourgogne dans la comparaison interrégionale », p. 26-28). Son outil essentiel pour le touriste était longtemps un catalogue sur papier des caves adhérentes dont le nombre a fortement varié au fil du temps pour se stabiliser autour de 300 depuis quelques années.

Avec l'avènement de l'ère électronique, le répertoire papier a été réduit à la carte de la Route des vins et l'essentiel de la promotion de l'opération transféré sur Internet.

▪ **Les éditions et le partenariat avec le B.I.V.B.**

En 2008, un partage clair des tâches existe entre le C.R.T. et le B.I.V.B. à propos du tourisme vitivinicole. *Bourgogne Tourisme* édite la brochure « *La Route des Vins de Bourgogne* », en quatre versions correspondant aux principales langues pratiquées par les visiteurs de la région (français, anglais, allemand, néerlandais). Son site Internet www.bourgogne-tourisme.com en français et ses déclinaisons en anglais et en allemand offrent la possibilité de télécharger la brochure, de même que le site en langue néerlandaise, plus succinct. Les trois premières comportent également un lien sur le site du B.I.V.B.

Le B.I.V.B., de son côté, a intégré les renseignements complets dans sa base de données, interrogeable par les internautes grâce à un moteur de recherche permettant de croiser plusieurs critères (<http://www.vins-bourgogne.fr>, chapitre "Vivre", rubrique "Le tourisme viticole") et comportant une carte interactive pour une recherche géographique. Le site permet également de télécharger la carte sous format pdf et de la commander auprès du B.I.V.B., de même que la brochure « *Bourgognes en fête* » qui recense les manifestations liées à la vigne et au vin. Parmi les options proposées, on peut – ou non – limiter sa recherche aux adhérents à la charte « de Vignes en Caves » ou, au contraire, l'étendre à toutes les caves ouvertes à la visite.

▪ **Les opérations en partenariat avec Maison de la France**

Plusieurs actions sont menées chaque année sur les marchés étrangers dans le cadre du groupe de travail « tourisme vitivinicole » de Maison de la France (cf. annexe n° 6, p.59). En 2008, la Bourgogne intervient dans ce cadre sur trois marchés européens de proximité et sur deux marchés lointains :

- en Allemagne : participation à la réalisation d'un numéro des « Guides Merian » consacré à « la France pour les amateurs de vin » ;
- en Grande-Bretagne : participation à une campagne en magasins avec la SOPEXA ;
- aux Pays Bas : campagne Internet et presse magazine spécialisée ;
- aux USA : campagne Internet et présence publicitaire dans des bars et restaurants spécialisés ;
- Japon : campagne Internet.

▪ **Les salons : « Destination Vignobles » et le SILOT**

Le salon *Destination Vignobles*, né en 2004 à l'initiative de la F.N.C.R.T., et dont la première édition a été organisée en Bourgogne, est également organisé en partenariat avec Maison de la France. Une centaine de tour-opérateurs est invitée à chaque édition.

2004 : Bourgogne (Mâcon)

2006 : Bordelais

2008 : Côtes du Rhône (Avignon)

En mai 2009, à Lyon, se tiendra le premier *Salon international de l'Oenotourisme* (SILOT) ; voir sa présentation en annexe n° 10, p. 71.

▪ **Le portail www.winetourisminfrance**

Ce site privé, créé en 2006, reprend dans sa vaste partie rédactionnelle des communiqués d'entreprises comme d'organismes institutionnels concernant le tourisme vitivinicole et propose une présence complémentaire au titre de la publicité payante. Plusieurs prestataires bourguignons y ont déjà recours (voir la page d'accueil en annexe n° 14, p. 78). Dans de

nombreuses rubriques (magazine, brèves, prestataires et ressources, événements, bibliographie, carnets de voyage et une vingtaine de « dossiers » dont une présentation de toutes les régions viticoles françaises) à la fois structurées clairement et reliées entre elles, les internautes trouvent des actualités et l'annonce d'événements, des informations de fond sur les appellations ou des échos d'expériences de tourisme vitivinicoles vécues par certains d'entre eux et mises en ligne pour être partagées avec d'autres. Avec plus de mille visiteurs quotidiens en moins d'un an, www.winetourisminfrance s'est rapidement imposé comme la référence sur Internet en la matière pour la France.

❖ La commercialisation

Les données exploitables concernant la programmation de la Bourgogne par les voyageurs étrangers autour de la thématique du vin ou sur la demande spécifique, outre que la liste des réceptifs bourguignons référencés dans le manuel de vente (cf. ci-dessus, p. 24), sont pauvres. Une étude marketing réalisée pour le compte de l'Ecole des Vins de Bourgogne en 2007-2008 a néanmoins permis de constituer une base de plus de 160 tour-opérateurs français et étrangers (britanniques, belges, suisses, canadiens et des USA) proposant des produits oenotouristiques qui pourrait être le point de départ d'une analyse plus générale concernant l'état et les perspectives de la commercialisation de la Bourgogne au sein de la filière oenotouristique. Il serait notamment intéressant de pouvoir nuancer le différentiel d'intérêt pour l'offre bourguignonne constaté parmi les entreprises interrogées par rapport à une offre aussi spécifique que celle de l'Ecole des Vins, à l'attractive nettement supérieure à l'étranger, en particulier dans les pays anglophones, qu'en France. On retrouve ici, mais apparemment dans une moindre mesure, le faible intérêt général des tour-opérateurs français pour la destination Bourgogne, habituellement expliquée par la facilité pour les Français de visiter la région sans passer par un intermédiaire.

Par rapport à la « révolution Internet » en cours et la **commercialisation « en ligne »**, on constate l'apparition récente de deux initiatives, l'une privée et l'autre publique, en Bourgogne :

- *L'agence de voyages régionale en ligne* www.via-bourgogne.com, laquelle propose parmi son offre une dizaine de forfaits thématiques dans les différents vignobles de Bourgogne, du Nord au Sud de la région (voir annexes n° 8, p. 67 (présentation de l'agence), et n° 9, p. 68 (les produits)). En fonction des saisons et du calendrier des manifestations, des séjours oenotouristiques y sont régulièrement mis en valeur, illustrant une nouvelle fois le rôle de produit d'appel que joue la filière pour le tourisme bourguignon.
- La *campagne de communication régionale* « Vite en Bourgogne » 2008 sur le marché français s'appuie sur les sites des prestataires bourguignons, publics comme privés, proposant des réservations en ligne pour au total plus de 150 forfaits, dont un bon tiers concerne le tourisme vitivinicole, affichés par roulement sur le site de la campagne www.vite-en-bourgogne.com. (Voir aussi p. 25)

ANALYSE SWOT

❖ Forces et faiblesses (analyse interne, à dominante structurelle)

<i>Forces</i>	<i>Faiblesses</i>
La renommée mondiale des vins de Bourgogne et la largeur de leur gamme	La complexité du système des appellations bourguignonnes ; la relative faiblesse des quantités produites en comparaison avec des vignobles concurrents et la quasi-absence des rayons de grande distribution sur certains marchés de proximité (Allemagne, par exemple) Une image, en grande partie justifiée, de vins chers et de région de séjour chère
L'existence d'un patrimoine spécifique exceptionnel, ancrant le TVV dans l'histoire en général (Clos Vougeot, pressoirs des ducs,...), contrairement aux régions concurrentes	La répartition inégale des lieux de visite comme du parc des hébergements entre les vignobles, avec un forte prédominance de la Côte, Beaune en particulier.
Une offre solide et variée d'hébergements à proximité des principaux vignobles, notamment de la Côte entre Beaune et Dijon	La petitesse et la faiblesse des infrastructures d'hébergement autour d'une partie des vignobles.
La facilité d'accès par l'axe A6, la proximité de deux grands bassins de clientèle urbaine à fort pouvoir d'achat avec Paris au nord et Lyon au sud	Une mise en tourisme encore hésitante et très partielle ; l'absence d'organisation oenotouristique à l'échelon des villages, entre la route dans sa globalité et la cave individuelle
Le partenariat bien rôdé entre le C.R.T. et le B.I.V.B.	L'absence de prise en compte des vignobles hors A.O.C. Bourgogne dans une partie des actions de promotion : vignobles A.O.C. Loire dans la Nièvre et vins de pays de Côte d'Or (Auxois) et de Saône-et-Loire (Brionnais) La difficulté à trouver des caves de vigneronnes ouvertes le dimanche, une évolution qualitative globale à rattraper

❖ Opportunités et menaces (analyse externe, à dominante conjoncturelle)

<i>Opportunités</i>	<i>Menaces</i>
L'émergence d'une démarche concertée à l'échelle nationale	Le développement du TVV à l'échelle mondiale, avec des destinations concurrentes nouvelles
Une tendance globale de la demande vers des vins de qualité plutôt que de grande consommation	L'évolution des modes de consommation (moins de vin, plus de sodas et d'alcools durs, surtout chez les jeunes) ; la force économique de filières concurrentes du vin (cf. les campagnes d'affichage de grandes marques de whisky)
Le développement d'Internet pour la communication, permettant de compenser en partie les restrictions imposées par la loi Evin	Les actions du lobby anti-alcool, ne faisant aucune distinction entre une consommation quantitative et une consommation qualitative
Le projet de candidature au classement au Patrimoine mondial de la Côte de Dijon à Beaune	La politique de l'Unesco cherchant à équilibrer les inscriptions en faveur des pays du Tiers Monde

CHIFFRES CLES, INDICATEURS ET DEVELOPPEMENT ECONOMIQUE

❖ La fréquentation actuelle

▪ Les sites de visite liés à la vigne et au vin

Fréquentations 2006 et 2007 :

- Hospices de Beaune	383 232	388 549
- Hameau du Vin, Romanèche-Thorins	104 285	113 491
- Château du Clos de Vougeot	48 369	50 895
- Cassissium, Nuits-Saint-Georges	28 748	28 674
- Musée du Vin de Bourgogne, Beaune,	24 787	29 328
- Caves de Bailly, Saint-Bris-le-Vineux	22 266	21 175
- Caves du Pèlerin, Vézelay	5 000	
- Pressoirs des ducs de Bourgogne, Chenôve	2 473	2 211
- « Le vigneron et sa vigne », Cuiseaux : 900 à 1000 vis./an		
- Total :	>620 000	>635 000

N.B. : Uniquement les sites ayant répondu à l'enquête et totalisant au moins 4 000 visiteurs (à l'exception des pressoirs des ducs à Chenôve et de l'antenne de l'Ecomusée de la Bresse).

▪ Les caves et maisons des vins

L'étude de 1996-97 avait permis d'obtenir des ordres de grandeur de la fréquentation des principales caves bourguignonnes, mis à jour par enquête téléphonique en 2008 :

Caves proposant une visite guidée avec dégustation (fréquentation comptée et arrondie au millier en 1997, fréquentation comptée ou estimée en 2007) :

- La Reine Pédauque, Beaune	130 000	
- Caves Patriarche, Beaune	40 000	
- Château de Meursault	40 000	20 000
- Marché aux Vins, Beaune	38 000	
- Couvent des Cordeliers, Beaune	35 000	
- La Grande Cave, Vougeot	16 000	80 000
- Château de Marsannay	10 000	
- Château de Pommard	10 000	17 500

Caves coopératives et maisons des vins (estimation basée sur l'activité de vente de vins en 1997, à partir du CA et du panier moyen pondéré par un coefficient d'accompagnants, et en 2007) :

- Cave coopérative de Prissé	30 000	
- La Chablisienne	30 000	
- Cave coopérative de Pouilly-sur-Loire	20 000	20 000
- La Vézélienne	15 000	
- Cave coopérative des vignerons de Buxy	5 000	20 000
- Maison Mâconnaise des Vins	30 000	19 400
	(+ 90 000 au restaurant)	
- Maison des Vins de la Côte Chalonnaise	30 000	13 500
- Maison des Hautes-Côtes, Marey-les-Fussey	10 000	fermée
- Maison du Vignoble de l'Auxerrois, St-Bris-le-Vin ^x	8 000 (1 ^{ère} année)	fermée

❖ Le développement économique

▪ Indicateurs de niveaux d'investissement

A défaut de chiffres communiqués sur les sites bourguignons du tourisme vitivinicole, on constate des **réalisations majeures**, notamment de la part de maisons de négoce, en plusieurs générations :

- les négociants beunois traditionnels : Reine Pédauque, le groupe Patriarche-Kriter de la famille Boisseaux avec ses succursales,...
- le Hameau du Vin de Georges Duboeuf, unique dans son genre (35 000 000 francs, au milieu des années 1990)
- le Cassissium et l'Imaginarium, deux sites parfaitement complémentaires à Nuits-Saint-Georges réalisés par un fabricant de cassis et une maison de crémant de Bourgogne.

Les coûts de création de caveaux chez les vignerons sont d'un ordre nettement plus modestes, mais peuvent représenter un effort important pour l'exploitant. Depuis 2004, les coûts des travaux et les principaux ratios pratiqués par les banques sont facilement disponibles pour les porteurs de projets, grâce au **mini-guide de l'AFIT** (aujourd'hui ODIT France) « **Réussir l'accueil dans les caves** », lequel ne préconise pas seulement les bonnes pratiques, mais donne aussi des **orientations financières**. Les auteurs estiment que l'investissement nécessaire pour un caveau de dégustation au domaine se situe globalement entre 150 € (réaménagement d'un local existant) et 1 500 € par mètre carré, selon l'ampleur des travaux à réaliser et la nature du bâti, en indiquant un ordre de grandeur minimal de 30 000 € pour la création d'un caveau de 20 m² ; ces prix sont évidemment à réviser en fonction de l'évolution du coût de la construction. L'autofinancement doit représenter au minimum 30 %, l'endettement ne pas dépasser trois ans, et le surcoût en main d'œuvre salarié être compensé par une augmentation du chiffre d'affaires annuel de l'ordre du décuple de ce surcoût.

▪ Le chantier C17 du Schéma régional de développement du tourisme

Le Conseil régional de Bourgogne considère le tourisme vitivinicole sous l'angle du chantier C17 « *La Route des Vins* » du Schéma régional de développement du tourisme. C'est à ce titre qu'il peut accorder son soutien financier à des projets de ce secteur, afin de dynamiser la filière viticole autour du projet fédérateur « *La route des vins de Bourgogne* ».

Le Schéma a notamment fixé les **objectifs** suivants :

- Rendre les itinéraires existants et le vignoble bourguignon plus lisibles pour les touristes
- Réunir les acteurs de la filière autour d'un concept fédérateur et simple
- Retenir plus longtemps les touristes et augmenter leurs consommations
- Amener aux itinéraires existants des outils spécifiques et un cadre de développement.

Le **pilotage** du chantier est assuré par le Comité régional du tourisme. Il est accompagné d'un groupe de suivi du chantier constitué :

- des quatre Comités départementaux du tourisme,
- des associations de gestion des routes et itinéraires existants,
- du Bureau interprofessionnel des vins de Bourgogne.

Les actions envisagées concernent l'accueil et l'information, l'animation, la promotion, ainsi que la formation et la coordination des acteurs (http://www.bourgogne-tourisme-pro.com/fic_bdd/pdf_fr_fichier/11954897880_SRDT_2005_2010.pdf).

▪ Exemples de premières actions soutenues

La mise en œuvre du chantier C17 a déjà donné lieu à des soutiens financiers importants ; sont ainsi aidés notamment :

- le B.I.V.B. pour l'édition de la carte de la route des vins, et du guide « Bourgognes en fête », ainsi que pour le développement d'outils d'information et d'amélioration de l'accueil. En 2006/2007, ces aides ont atteint un montant de 136 400 €. En parallèle, la Région et la D.R.T. ont engagé avec le B.I.V.B. une réflexion autour d'une démarche qualité de l'accueil en cave, dans le prolongement de la démarche initiale « *De Vignes en Caves* ».
- des animations viticoles (*Fleurs de vigne* à Auxerre, la Saint-Vincent Tournante, la Vente des vins des Hospices de Beaune,...) et la réalisation d'une signalétique pour la Route du crémant dans le Châtillonnais, pour un montant de 44 330 €, également en 2006/2007.

Pour le Conseil régional, l'accent doit être mis sur la montée en qualité de la charte « *De Vignes en Caves* ». Un consultant a visité l'ensemble des adhérents à cette charte et va faire évoluer cette charte vers davantage d'exigences. Des outils de communication et d'accueil seront déclinés (réflexion au cours de l'année 2008 par le B.I.V.B. avec le soutien du Conseil régional).

Les démarches de type « le set de table », réalisé par la Route des Grands Vins, sont des actions de mise en réseau qui retiennent clairement l'attention de la Région comme exemples à suivre, car c'est dans cette mise en réseau qu'il faut que la Bourgogne améliore ses performances.

La commercialisation de produits oenotouristiques est un vaste sujet, très important,... mais dans lequel la Région n'a pas de rôle à jouer en tant que financeur public.

Divers projets de diversification touristique de domaines viticoles ont vu le jour (*La Table d'Olivier Leflaive*, soutenue par la direction de l'Economie) ou sont en cours de réflexion. Certains de ces projets (tables de dégustation, rénovation de caveaux de dégustation...) constituent des projets intéressants pour animer la route des vins. D'autres sont en instance, sans que la décision de leur financement ou non ait encore été prise. Un bilan plus concret sera disponible fin 2008.

Actuellement, le service tourisme ne dispose pas d'un règlement d'intervention spécifique, il doit toutefois respecter l'encadrement communautaire, et les projets de domaines viticoles doivent être des projets ne touchant pas à la production mais constituant une réelle diversification touristique. Dans ces projets on s'attache également à l'aspect environnemental, l'accessibilité notamment.

Dans ce contexte, la politique régionale est de procéder par petites étapes. La charte « *De Vignes en Caves* » et la déclinaison d'outils, la formation et la sensibilisation des acteurs, le soutien à des projets de diversification, sont d'ores et déjà des points sur lesquels il faut avancer.

❖ Références bibliographiques

CHAUVIN, Benoît, *Le clos et le château de Vougeot, cellier de l'abbaye de Cîteaux*, Nuits-Saint-Georges, 2008, 222 p., ill.

La première monographie fondée sur des recherches scientifiques consacrée à ce haut lieu du vin et du tourisme bourguignons, qui révisé profondément la lecture du site en plaçant chaque élément dans le contexte de sa création, du XII^e siècle à l'époque actuelle.

LYON-CAEN, Jean-François; FABBRI, Laurence; TOUZET, Pascal; GARNIER, Michèle; FERAUD, Guylhem; GAUJARD, Julie; BEHAR-BANNELIER, Luc, « Action paysagère et tourisme », In : *Espaces*, n° 255, janvier 2008, p. ... ???.....

La découverte des paysages participe de l'offre de la plupart des destinations touristiques. De plus en plus souvent, ces dernières mettent en oeuvre des politiques de valorisation paysagère (chartes paysagères, mise en tourisme du paysage...). Elles doivent toutefois garder à l'esprit que, agir sur le paysage, c'est agir sur son identité. Bien souvent, le regard porté par le touriste sur le paysage est porteur de clichés folklorisants et rejette toute vision contemporaine. Il est pourtant nécessaire, quand on agit sur le paysage, de prendre en considération à la fois l'espace (géographique, économique, social...) et le temps (passé, présent et avenir). Dans certains établissements touristiques (hébergements de plein air, parcs de loisirs...), le paysage fait partie intégrante de l'offre ; l'action sur le paysage peut alors être un moyen d'aborder la qualité dans sa globalité. Parmi le sommaire :

- **Mettre en tourisme le paysage viticole.** Les Costières de Nîmes et le vignoble champenois

BLOCH, Brigitte, « Du rêve californien au marketing touristique et viticole », *Espaces*, n° 237, mai 2006, p. 17-20.

En Californie, l'accueil des visiteurs fait partie intégrante de la **stratégie marketing des « wineries »**. Il peut représenter près du quart de leur chiffre d'affaires, pourcentage auquel il faut ajouter l'effet lié aux « wine clubs », dont les membres sont recrutés parmi les visiteurs.

KOUCHNER, Françoise et DEVAILLY, Anne, *Réussir l'accueil dans les caves*, AFIT (Agence Française de l'Ingénierie Touristique), collection « Mini-guides de l'AFIT », Paris, AFIT/Ministère du tourisme, 2004, 96 p.

Ce document rassemble des témoignages, des conseils, des exemples. **Les professionnels viticulteurs y trouveront des réponses aux questions qu'ils se posent pour monter un projet d'accueil de visiteurs dans leurs caves.**

MAISON DE LA FRANCE, *Le marché américain du tourisme viti-vinicole*, New-York : Maison de la France ; Ministère du tourisme, 2004, 82 p.

Les **études de marché** réalisées par les services de Maison de la France à l'étranger présentent dans leurs grandes lignes les caractéristiques propres à un marché. Il s'agit d'une présentation générale d'un secteur, d'un produit ou d'une activité.

PEPKE-DURIX, Hannelore, « Tourisme. 1. La naissance, du loisir d'une élite au tourisme populaire », *Dijon et la Côte-d'Or. Un regard de l'Académie des sciences, arts et belles lettres sur le 20^e siècle*, M. CHAUNEY-BOUILLOT et M. PAUTY dir., Editions du Bien Public, Dijon, 2003

VANDECANDELAERE, Emilie, « Les fondements économiques d'un SPAT : système productif agroalimentaire et touristique (le cas des Routes des Vins) », *Concentration et ségrégation*,

dynamiques et inscriptions territoriales, Actes du XXXIX^{ème} colloque de l'A.S.R.D.L.F. à Lyon les 1, 2 et 3 septembre 2003, Association de Science Régionale de Langue Française, 2003.

Dans un contexte de concurrence internationale et de demande de vin de qualité, certains vignobles autrefois « de masse » innovent pour **construire la qualité** de leurs produits. Dans ce processus, les « **routes des vins** » représentent un cas éclairant de nouvelles formes de coordination dans les espaces ruraux, associant producteurs viticoles et autres acteurs du territoire dans un projet collectif de création et de valorisation de ressources.

AFIT (Agence Française de l'Ingénierie Touristique), *Le guide de l'opérateur touristique*, Paris, AFIT/Ministère du tourisme, 2003.- 250 p.

Ce 3^{ème} guide complète ceux de 1996 et de 1999, il aborde les thèmes non plus dans une logique spatiale mais par secteur d'activités et traite en 58 grands chapitres des relations entre tourisme et eau (plages, plans d'eau, fluvial, remise en forme), tourisme et loisirs actifs (randonnées, véloroutes, parcours acrobatiques en forêt ...), **tourisme et nature et patrimoine** (ornithologie, jardins, nature, **viti-vinicole**, sites du patrimoine français), tourisme et handicap et enfin le tourisme associatif. Il a pour ambition de fournir aux opérateurs et aux responsables des collectivités locales une autre manière d'appréhender une partie de l'offre touristique française.

COLLECTIF, Dossier « Tourisme et vin, nouvelle cuvée », *DEPTOURmag, le magazine de la F.N.C.D.T.*, n° 18, janvier 2003, Paris, 2003, p. 32-37

MAISON DE LA FRANCE, « Le tourisme viti-vinicole. Un enjeu économique », *Stratégie marketing 2002-2004*, p. 64-68

MAISON DE LA FRANCE, *Bienvenue dans les vignobles de France : la carte de France*, Paris, Maison de la France ; Ministère du tourisme, 2002.- **Carte de France des vignobles** de France.

BOUSQUET, Murielle ; CALLOT, Philippe ; NETTER, Louis-Noël ; LOHEZ, Marc ; BONVIN, Hélène ; GUERIN, Marie-Noëlle ; FEUILLY, Roger ; PAUTREL, Danielle ; LENDI-RAMIREZ, Fanny ; PEREIRA, José-Louis ; CALLOT, Philippe ; BALOUT, Martine ; TESTON, Martine ; DE RICHOUFFETZ, Olivier ; BAUDOUIN, Nadine ; ROBIN, Louise ; CABANAS, Marc ; LAURENS, Jean ; BOUVERET, Nicolas.- *Terroir, vin, gastronomie et tourisme*, cahiers Espaces, n° 76, 2002.- 136 p.

Numéro consacré à la culture alimentaire française comme élément fort de l'identité de la France :

- la culture alimentaire française, un atout pour la France,
- slow food, le mouvement des éco-gastronomes,
- les sites remarquables du goût, un concept et un réseau,
- pédagogie du goût et développement local, l'expérience de l'Avesnois,
- **marier tourisme et vin**,
- tourisme et gastronomie dans le Gers, une stratégie collective,
- quand le terroir est un atout touristique,
- quand le tourisme sert l'agro-alimentaire,

AFIT (Agence Française de l'Ingénierie Touristique), *Le tourisme viti-vinicole*, Cahiers de l'AFIT, 2001.- 103 p.

Le tourisme lié à la vigne et au vin se développe dans de nombreuses régions et sa contribution à l'économie locale mérite partout d'être mieux valorisée. Cette étude se propose d'apporter une **meilleure connaissance de ce secteur** en s'appuyant sur **six régions viticoles françaises partenaires** de ce travail.

Elle présente une typologie des produits existants, resitue l'avis des institutionnels du vin sur les freins et atouts du développement de ce type de tourisme, analyse les motivations des professionnels du vin et leurs réticences à l'accueil des touristes ainsi que leurs préconisations pour le développement de ce tourisme. Elle mesure l'attractivité du vin et de la vigne dans la fréquentation

des régions étudiées, examine les attentes du marché en la matière et analyse la demande des clientèles de groupes.

AFIT (Agence Française de l'Ingénierie Touristique), C.D.T. Gironde, *Etude sur le tourisme viti-vinicole en Gironde. Note de synthèse*, Paris : AFIT ; Ministère du tourisme, 01/2000 .- 16 p.

Cette étude comprend une **analyse régionale de la demande** afin de :

- identifier le profil de la clientèle du tourisme viti-vinicole,
- hiérarchiser les motivations de consommation des prestations liées au vin ou à la vigne et analyser la fidélité de la clientèle,
- mesurer la notoriété de cette activité,
- étudier le comportement des touristes dans le vignoble,
- mesurer la satisfaction sur les prestations proposées,
- analyser les raisons de non-consommation,
- estimer les dépenses liées à l'achat de vin,
- connaître les attentes des touristes,
- élaborer une typologie de la clientèle.

MAISON DE LA FRANCE, DOSSIER THEMATIQUE « Le vin en France », *Nouvelles de France*, n° 447, juin 1999 .-

Ce dossier présente les **mille façons de découvrir le vin**, les organismes professionnels, les régions viticoles, les routes touristiques.

MALLON, Pierre ; CHOISY, Christophe ; DESPLATS, Barbara-Laure ; THEVENIN, Catherine, « Vin et tourisme : un développement dans la diversité », *Espaces*, n° 140, août 1996, p. 29-48.

Dossier portant sur le tourisme viti-vinicole. **Analyse de la clientèle et présentation d'expériences** portant sur une filière importante du patrimoine touristique de la France.

CENTRE NATIONAL DE RESSOURCES DU TOURISME EN ESPACE RURAL, *Tourisme et vin : réflexion autour du concept de tourisme viti-vinicole*, Paris : CNRTR, 1996, 79 p.

Ce **dossier de synthèse** d'un mémoire de maîtrise traite des questions concernant le vin et le tourisme. Quels sont les produits touristiques proposés dans ce domaine et leurs caractéristiques ? Quelles sont les attentes de la clientèle ? Quelles sont les conséquences économiques, socioculturelles et touristiques du tourisme viticole ?

DIRECTION DU TOURISME .- *Les 100 sites*, *ARCHIVE*, n° 2004-24-29, 01/1993 .- n.p.

Répertoire regroupant **100 sites et marchés gastronomiques** par région et département sous forme de fiches ressources.

BECK, Patrice, CANAT, Christine, LAUVERGEON, Bernard... [et al.] ; fotogr. Jean-Luc Duthu ; dess. Vincent Lepais, Alain Morelière. *Le Clos de Chenôve , la cuverie et les pressoirs des ducs de Bourgogne : histoire, archéologie, ethnologie, XIII^e-XX^e siècle* : Côte d'Or, Dijon : Faton, 1999, 62 p. - (Images du patrimoine, ISSN 0299-1020 ; 190).

Une étude pluridisciplinaire (histoire, archéologie, architecture, ethnographie,...) du site, pionnière de la démarche qui vient de se poursuivre au Clos de Vougeot.

❖ Organismes compétents et interlocuteurs
--

Bureau interprofessionnel des vins de Bourgogne (B.I.V.B.)

12, boulevard Bretonnière

B.P. 150

21204 Beaune Cedex

www.vins-bourgogne.frTourisme vitivinicole : M^{me} **Camille Barnier**, tél. 03 80 25 95 77, camille.barnier@bivb.com**Chaire Unesco « Culture et traditions du vin »**

Parmi les nombreuses thématiques abordées dans le cadre de ses travaux, une approche prospective du changement climatique et de ses répercussions possibles sur la nature même des vins de Bourgogne.

Institut Jules Guyot - IUUV, Campus Universitaire,

B.P. 138

21004 Dijon Cedex.

Tel. 03 80 39 63 89

www.u-bourgogne.fr/chaireunesco-vinetculturechaire.vin-culture@u-bourgogne.frChargé de Mission : **Olivier Jacquet****Centre d'Histoire de la Vigne et du Vin (C.H.V.V.)**

Section thématique autonome de la société d'histoire beaunoise, créée en 1999, qui travaille dans le cadre d'un partenariat actif avec le B.I.V.B. : conférences et colloques, réalisation de documents, rencontres biennales « Aujourd'hui l'histoire des bourgognes », publications de travaux historiques, attribution d'un prix annuel... Parmi ses centres d'intérêt : les sites de visite, le paysage vitivinicole, la « généalogie » des crus,...

Salle Jean Robert de Chevanne

1, rue du Tribunal

21200 Beaune

Tél. 03 80 22 47 68 (permanence le mercredi de 15 h à 17 h 30)

www.chvv.orgchvv@chvv.orgPrésident : **Jean-Pierre Brelaud****Les associations des routes touristiques des vignobles bourguignons :*****Route touristique des Grands Crus de Bourgogne***

C.C.I. Dijon, Service Tourisme

B.P. 370

21010 Dijon Cedex

Tél. 03 80 65 92 65

www.route-des-grands-crus-de-bourgogne.com***Route touristique des Grands Vins de Bourgogne***

C.C.I. Chalon-sur-Saône

B.P. 190

71105 Chalon-sur-Saône Cedex

www.laroutedesgrandsvins.com

Route des Vins Mâconnais-Beaujolais

Route des Vins Mâconnais-Beaujolais

6, rue Dufour

71000 Mâcon

Tél. 03 85 38 09 99

<http://suivezlagrappe.free.fr>**Route touristique des Vignobles de l'Yonne**

C.C.I. Auxerre

26, rue Etienne Dolet

89015 Auxerre Cedex

www.yonne.cci.fr/vignobles-yonne.asp**Route des Coteaux de Pouilly-Sancerre**

Maison des vigneron

2, rue des Ecoles

58150 Pouilly-sur-Loire

Tél. 03 86 39 06 83

www.pouilly-fume.com**Route du Crémant**

Communauté de Communes du Pays Châtillonnais

Sophie Calvet

Tél. : 03.80.81.57.57

s.calvet@cc-chatillonnais.fr**❖ Liens Internet****Secrétariat d'Etat au Tourisme :**www.tourisme.gouv.fr**Bourgogne Tourisme (site professionnel) :**www.bourgogne-tourisme-pro.com**Commercialisation en ligne :**

Le site de la campagne promotionnelle régionale sur le marché français :

www.vite-en-bourgogne.com**Divine-Comedie**

Parmi les très nombreux sites Internet ayant pour thème le vin, **Divine-Comedie.com**, basé et réalisé entièrement en Bourgogne, se définit comme **le** site des vins de Bourgogne et de leur univers. Créé par des professionnels de la communication, il offre un contenu éditorial adapté aux amateurs, éclairés ou débutants. L'**œnotourisme** y a toute sa place : guides des tables d'hôtes, des hôtels, des restaurants, des domaines, route des vins, circuits vélo...

www.divine-comedie.com**Clos Mosaïc**, association pour la développement du tourisme vitivinicole en Bourgogne :www.clos-mosaic.com

Winetourisminfrance

Créé en 2006, le site du tourisme vitivinicole en France se compose d'un portail national et de 17 portails consacrés aux régions vitivinicoles françaises, dont bien sûr la Bourgogne. Il regroupe en quatre parties (magazine, événements, prestataires et ressources, services) toutes les ressources de l'oenotourisme français et permet à l'internaute :

- d'accéder en temps réel aux sites, aux activités, aux événements du tourisme vitivinicole en France,
- de lire sous la plume des meilleurs spécialistes des reportages et points de vue sur les régions, terroirs et cépages de France,
- de préparer ses séjours et voyages dans les vignobles de France,
- de publier ses reportages ou carnets de voyages.

www.winetourisminfrance.com

Devenir « *webvigneron* »

Boire le vin de « ses » vignes et venir en Bourgogne pour les travaux de l'année viticole.

www.mesvignes.com

Fiche réalisée par Hannelore PEPKE-DURIX
Chargée d'études marketing
Juin 2008
Dernière mise à jour le 1^{er} octobre 2008

ANNEXES

Annexe 1 :**Chiffres-clés de la Bourgogne Viticole****Surfaces en production** (source : Surfaces 2007)

27 676 hectares de vignes en production (3 % du vignoble français)

➤ **Par vignoble :**

Chablis 4 845 hectares / Grand Auxerrois : 1660 hectares / Châtillonnais : 140 hectares
 Côte de Nuits / Hautes Côtes de Nuits : 3 740 hectares
 Côte de Beaune / Hautes Côtes de Beaune : 5 950 hectares
 Côte Chalonnaise / Couchois : 4 430 hectares
 Mâconnais : 6 920 hectares

➤ **Par couleur :**

Vins blancs : 15 331 hectares
 Vins rouges : 10 499 hectares
 Crémant : 1845 hectares

➤ **Par catégorie d'appellation :**

Appellations régionales : 13 129 hectares (8 172 ha en blanc – 4 957 ha en rouge)
 Appellations communales : 13 987 hectares (8 807 ha en blanc – 5 181 ha en rouge)
 Appellations grands crus : 560 hectares (197 ha en blanc – 363 ha en rouge)

Production (source : Récolte 2007)

➤ 1 529 280 millions d'hectolitres, soit 203 millions de bouteilles

- vins blancs : 61 % - 927 110 hl
- vins rouges (ou rosé) : 31 % - 479 505 hl
- Crémant : 8 % - 122 665 hl

➤ Dont

- 1,4 % de Grands Crus
- 46,6 % d'appellations communales et premiers crus
- 52 % d'appellations régionales

➤ **Par vignoble :**

Chablis : 271 376 hectolitres (36 millions de bouteilles) / Grand Auxerrois : 14 860 hectolitres (1,9 millions de bouteilles) / + appellations régionales (dont Crémant de Bourgogne) produites dans le Chablisien et le Grand Auxerrois : 82 920 hectolitres (11 millions de bouteilles)
Côte de Nuits/Hautes-Côtes de Nuits : 104 951 hectolitres (14 millions de bouteilles)
Côte de Beaune/Hautes-Côtes de Beaune : 214 335 hectolitres (28 millions de bouteilles) + appellations régionales (dont Crémant de Bourgogne) produites en Côtes de Beaune et Côtes de Nuits : 139 058 hectolitres (26 millions de bouteilles)
Côte Chalonnaise / Couchois : 106 494 hectolitres (14 millions de bouteilles)
Mâconnais : 366 456 hectolitres (48 millions de bouteilles) + appellations régionales produites en Côte Chalonnaise / Couchois et Mâconnais : 228 810 hectolitres (35 millions de bouteilles)

➤ **Par couleur :**

Vins blancs : 927 110 hectolitres – 61 %
 (123 millions de bouteilles)
 Vins rouges : 479 505 hectolitres – 31 %
 (64 millions de bouteilles)
 Crémant : 122 665 hectolitres – 8%
 (16 millions de bouteilles)

➤ **Par catégorie d'appellation :**

Appellations régionales : 790 126 hectolitres – 52 %
 (105 millions de bouteilles)
 Appellations communales : 717 299 hectolitres – 46,6 %
 (95 millions de bouteilles -)
 Appellations grands crus : 21855 hectolitres – 1,4%
 (3 millions de bouteilles)

Les Entreprises (source : BIVB – 2007)

- 4000 domaines viticoles, dont 1 300 metteurs en bouteilles
- 250 maisons de négoce
- 23 caves coopératives (y compris les caves du Beaujolais faisant du Bourgogne)
- 2% des surfaces agricoles exploitées en Bourgogne
- 20 000 emplois directs et 100 000 emplois indirects (verrerie, tonnellerie...)

Le marché (source : BIVB / Douanes / OIV / IRI 2007-2008)

- 3% de la production française
- 6,5% de la production d'A.O.C
- 0,5% de la production mondiale
- 1,1 milliard d'euros de chiffre d'affaire dont 60 à 65 % à l'export
- 203 millions de bouteilles vendues en 2007 dont 54 % à l'export (dans environ 140 pays)
- Part selon les circuits de distributions en volume
 - 54 % Export
 - 21 % Grande distribution + hard discount + proxi
 - 12,5% vente en région
 - 9,5 % RDH et autres
 - 3% magasins spécialisés
- Mise en marché :
 - 55% par le négoce
 - 30% par la propriété
 - 15% par les caves coopératives

Les Appellations

- 100 Appellations d'Origine Contrôlées et 635 climats classés en premier cru
 - Dont 33 Grands Crus (1,4% de la production totale)
 - 44 AOC Communales (36,6% de la production totale) et premiers crus (11% de la production totale)
 - 23 AOC Régionales (52 % de la production totale)

Les Cépages

- Le chardonnay (46% de l'encépagement) qui donne naissance à tous les vins blancs (sauf Bourgogne Aligoté, Bouzeron et Saint-Bris)
- Le Pinot Noir (36% de l'encépagement) qui produit tous les vins rouges (sauf Bourgogne Passe-tout-grain et Mâcon)
- Autres cépages : Aligoté (blanc-6%), Gamay (rouge-11%), Sauvignon et César (1%).

Le vignoble de Chablis

- **Superficie** : 4 845 ha (17,5 % de la surface)
- **Production** : vin blanc exclusivement
- **Appellations**

Petit Chablis

Chablis

Chablis 1er Cru avec 40 climats dont 17 principaux : Mont de Milieu, Montée de Tonnerre, Fourchaume, Vaillons, Montmains, Côte de Léchet, Beauroy, Vau Ligneau, Vau de Vey, Vaucoupin, Vosgros, Les Fourneaux, Côte de Vaubarousse, Berdiot, Chaume de Talvat, Côte de Jouan, Les Beauregards.

Chablis Grand Cru avec 7 climats : Blanchot, Bougros, Les Clos, Grenouilles, Preuses, Valmur, Vaudésir.

Le vignoble du Grand Auxerrois

- **Vignobles distincts** : Auxerrois, Jovinien, Tonnerois, Vézélien
- **Superficie** : 1 660 hectares (6 % de la surface)
- **Production** : 39 % vins rouges – 61 % vins blancs
- **Appellations** :

Toutes les appellations régionales génériques

Les appellations régionales identifiées : Bourgogne Côtes d'Auxerre, Bourgogne Vézelay, Bourgogne Epineuil, Bourgogne Côte Saint-Jacques, Bourgogne Chitry, Bourgogne Coulanges-la-Vineuse, Bourgogne Tonnerre.

Les appellations communales Irancy et Saint-Bris

Le vignoble de la Côte de Nuits et des Hautes-Côtes de Nuits

- **Superficie** : 3 740 ha (13,5% de la surface)
- **Production** : 89 % vins rouges – 11 % vins blancs
- **Appellations** :
Appellations régionales (28% de la superficie)
9 AOC Communales et 134 premiers crus (62% de la superficie): Marsannay ou Marsannay Rosé, Fixin, Gevrey-Chambertin, Morey-Saint-Denis, Chambolle-Musigny, Vougeot, Vosne-Romanée, Nuits-Saint-Georges, Côte de Nuits Villages
23 Grands crus rouges et 1 Grand cru blanc (10 % de la superficie)
- **Le vignoble des Hautes Côtes de Nuits**
Superficie : 680 ha
Production : 85% vins rouges - 15% vins blancs
Appellations : Bourgogne Hautes-Côtes de Nuits

Le vignoble de la Côte de Beaune et des Hautes-Côtes de Beaune

- **Superficie** : 5 950 ha (21,5 % de la surface)
- **Production** : 57 % vins rouges – 43 % vins blancs
- **Appellations** :
Appellations régionales (30% de la superficie): toute la gamme des génériques
21 AOC Communales et 331 climats classés en premier cru (65% de la superficie): Ladoix, Aloxe-Corton, Pernand-Vergelesses, Chorey-les-Beaune, Savigny-les-Beaune, Beaune, Pommard, Volnay, Volnay-Santenots, Monthélie, Meursault, Blagny, Auxey-Duresses, Saint-Romain, Puligny-Montrachet, Chassagne-Montrachet, Saint-Aubin, Santenay, Maranges, Côte de Beaune-villages, Côte de Beaune.
7 Grands Crus blancs et 1 Grand Cru rouge (5 % de la superficie)
- **Le vignoble des Hautes Côtes de Beaune**
Superficie : 770 ha
Production : vin rouge et vin blanc
Appellations : Bourgogne Hautes-Côtes de Beaune




Le vignoble de la Côte Chalonnaise

- **Superficie** : 4 430 ha (16 % de la surface)
- **Production** : 45 % vins rouges – 55 % vins blancs
- **Appellations** :
Centre de Ressources Documentaires - BIVB (www.vins-bourgogne.fr) / chiffres mis à jour le 05.05.2008.
Appellations régionales (60% de la superficie) : toutes les génériques et deux spécifiques Bourgogne Côte Chalonnaise, Bourgogne Côte du Couchois
5 A.O.C. communales et 130 climats classés en premier cru (40% de la superficie) : Rully, Mercurey, Givry, Montagny, Bouzeron

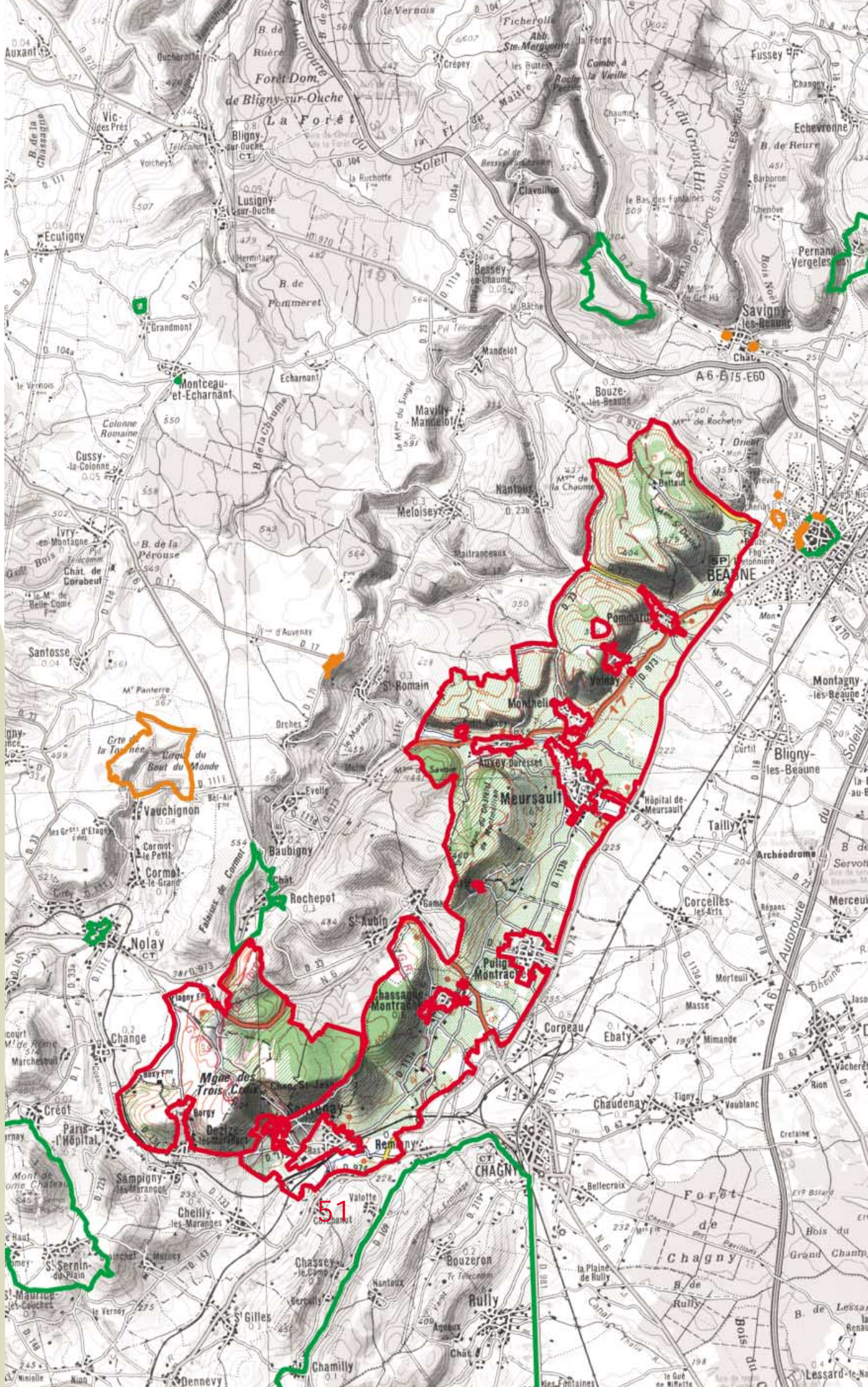
Le vignoble du Mâconnais

- **Superficie** : 6 920 ha (25 % de la surface)
- **Production** : 85 % vins blancs – 15 % vins rouges
- **Appellations** :
Appellations régionales (80% de la superficie): Mâcon, Mâcon supérieur, Mâcon suivi du nom de la commune, Mâcon-villages
5 AOC Communales (20 % de la superficie) : Pouilly-Fuissé, Pouilly-Vinzelles, Pouilly-Loché, Saint-Véran, Viré-Clessé.

Annexe 2 :**La Côte méridionale de Beaune, site classé**

-  site classé, ponctuel ou étendu, concerné
-  site classé, ponctuel ou étendu, périphérique
-  site inscrit, ponctuel ou étendu, périphérique

échelle : 1 : 100 000 / 1cm = 1km
 © Fond cartographique I.G.N.



Annexe 3 :**Les principales manifestations de l'année 2008
à thématique vitivinicole en Bourgogne**

Fêtes et Manifestations 2008

Main events

Ces manifestations sont données à titre indicatif sous réserve de modifications, sur la base des informations disponibles à la date de la réalisation de la brochure et ne sauraient engager la responsabilité du Comité Régional du Tourisme de Bourgogne. Des informations détaillées sur les principales fêtes et manifestations en Bourgogne, mises à jour régulièrement, sont disponibles sur le site Internet du Comité Régional du tourisme de Bourgogne. <http://www.bourgogne-tourisme.com>

This programme is subject to modifications. Detailed and up-to date information about main events in Burgundy is available on the Website of the Burgundy Tourist Board. <http://www.burgundy-tourism.com>



Manifestations vineuses Wine fairs

JANVIER

19/01 Santenay (21) : Fête de la Saint-Vincent

☎ 03 80 20 67 77
grumeurs.santenay@wanadoo.fr
<http://www.grumeurs-santenay.asso.fr>

26-27/01: La Saint-Vincent Tournante 2008

☎ 03 80 61 07 12
<http://www.tastevin-bourgogne.com>

Cosne-sur-Loire (58) : Fête de la Saint-Vincent

☎ 03 86 28 11 85
Saint-Vincent in the Nièvre vineyards

Coulanges-la-Vineuse (89) : Saint-Vincent

Salle des Fêtes
☎ 03 86 42 33 06

Molosmes (89) : Saint-Vincent du Tonnerrois

☎ 03 86 54 45 67 (Mairie)
Saint-Vincent in Tonnerrois

Pouilly-sur-Loire (58) : Fête de la Saint-Vincent

☎ 03 86 39 03 75
Saint-Vincent tournante in the Nièvre vineyards

Vézelay (89) :

Saint-Vincent Tournante du Grand Auxerrois
☎ 03 86 33 22 09 (Confrérie des 4 coteaux) ou
03 86 33 23 69 (Office de Tourisme)
Défilé de confrérie, concerts, intronisation, expositions.
Saint-Vincent tournante in the Auxerrois vineyards : celebration of the patron saint of winegrowers.

FEVRIER

Jussy (89) : Saint-Vincent

☎ 03 86 53 30 77

Lignorelles (89) :

Saint-Vincent Tournante du vignoble de Chablis
☎ 03 86 47 50 59
Saint-Vincent tournante in the Chablis vineyards

MARS

15/03 Châtillon-sur-Seine (21) : 11^{ème} Fête du

Crémant et défilé carnavalesque Tape-Chaudrons
☎ 03 80 91 50 76, 03 80 91 50 50 (Mairie)
☎ 03 80 91 50 59 (Mairie)
info@mairie-chatillon-sur-seine.fr
<http://www.mairie-chatillon-sur-seine.fr>
Carnival and celebration of Crémant (Burgundy sparkling wine)

15/03 Meursault (21) : Banée de Meursault

Dîner avec remise de prix à un grand cuisinier.
☎ 03 80 21 25 90 ☎ 03 80 21 61 62 (Office de tourisme)
info@ot-meursault.fr • <http://www.ot-meursault.fr>

15-16/03 Nuits-Saint-Georges (21) :

Festivités de la 47^{ème} Vente des Vins des Hospices de Nuits
☎ 03 80 62 11 17 ☎ 03 80 61 35 39
<http://www.nuits-saint-georges.com>
Feasting and wine fête in Nuits-St-Georges

16/03 Vougeot (21) :

Vente des Vins des Hospices de Nuits
☎ 03 80 62 67 04 (Hospices de Nuits-Saint-Georges)/
03 80 62 01 35 (Mairie)
☎ 03 80 62 67 01/03 80 13 65 39 (Mairie)
hospices.nuits.st.georges@wanadoo.fr
<http://www.nuits-saint-georges.com>
The Hospices of Nuits-St-Georges Wine auction

AVRIL

19-20/04, Montbard (21) :

14^{ème} Salon des Vins et Produits Régionaux
☎ 03 80 92 53 81, 03 80 92 23 74 ☎ 03 80 89 17 38
ot.montbard@wanadoo.fr
<http://www.ot-montbard.fr>
Fair of wine and regional products

Tonnerre (89) : Les Vinées Tonnerroises

Intronisation, expositions, promenades en calèche, produits gastronomiques, musique traditionnelle bourguignonne, initiation à la dégustation de vins
☎ 03 86 55 14 48 (Office de Tourisme).
Wine fair : exhibition, gastronomy, traditional music, wine-tasting, introduction as a new member of the brotherhood, barouche-ride...

MAI

2^{ème} sam., Chablis (89) :

Marché des vins de l'Yonne
☎ 03 86 42 80 80
Market of Yonne wines

2^{ème} dim., Joigny (89) :

Foire aux vins et produits du terroir
☎ 03 86 62 11 05 (Office de Tourisme)
Wines and regional products fair

Mi-mai, Auxerre (89) :

Fleurs de vigne 2008 - L'Yonne fête ses vins
Dégustations gratuites, rencontre avec les vignerons, repas gastronomiques, animations autour du vin, produits du terroir...
☎ 03 86 72 43 00 (Mairie)
Free tasting, meeting with wine growers, catering, regional products...

Fin mai, Chablis (89) :

Vignoble et Terroir de l'Yonne en attelage
Rallye culturel dans les villes d'Avallon, Auxerre et Tonnerre.
☎ 03 86 42 10 63
Journey through towns and vineyards of Yonne by barouche

Pouilly-sur-Loire (58) : Opération caves ouvertes

☎ 03 86 39 03 75
Wine festival

JUILLET

Pouilly-sur-Loire (58) :

Opération caves ouvertes
☎ 03 86 39 03 75
Wine festival

AOÛT

15/08 Pouilly-sur-Loire (58) :

Foire aux vins
☎ 03 86 39 03 75
Wine fair

OCTOBRE

Nuits-Saint-Georges (21) : Fête du vin bourru de Nuits-Saint-Georges 2008

☎ ☎ 03 80 62 16 48 (La Cabotte)
☎ 06 08 00 05 29
contact@lacabotte.com • <http://www.lacabotte.com>
Celebration of newly pressed wine

3^{ème} dim., Joigny (89) : Fête des vendanges

☎ 03 86 62 11 05 (Office de Tourisme)
Wine harvest fair

NOVEMBRE

2^{ème} week-end, Saint-Bris-le-Vineux (89) :

Fête des vins à la Maison du Vignoble Concours des vins du Grand Auxerrois
☎ 03 86 53 66 76 (Maison du Vignoble Auxerrois)
03 86 42 42 22 (BIVB Chablis)
The Auxerrois wine fair

13-17/11 Beaune (21) : Les 3 Glorieuses

• **Festivités de la vente des vins des Hospices (14-16/11)**
☎ 03 80 26 21 30 ☎ 03 80 26 21 39
• **135^{ème} Fête des Grands Vins de Bourgogne**
Exposition générale (15-16/11)
☎ 03 80 25 00 21 ☎ 03 80 25 00 27
(Office de tourisme)
avcote@wanadoo.fr • contacts@ot-beaune.fr
<http://www.ot-beaune.fr>

• 148^{ème} Vente des Vins des Hospices de Beaune le 16

☎ 03 80 26 21 30/03 80 24 44 02
☎ 03 80 24 45 70/03 80 26 21 39
contacts@ot-beaune.fr • <http://www.ot-beaune.fr>

• Paulée de Meursault le 17

Repas et remise du prix littéraire de la Paulée à Meursault
☎ 03 80 21 25 90 ☎ 03 80 21 61 62
(Office de tourisme)
info@ot-meursault.fr • <http://www.ot-meursault.fr>
3 days of wine-tasting feasting on the 3rd weekend of the month : the Hospices de Beaune wine auction and the Paulée (winegrowers' banquet to celebrate the end of grape-harvest) in Meursault

4^{ème} week-end, Chablis (89) :

Concours et fête des vins de Chablis
Dégustations, animations diverses, intronisations, expositions de vins et de peintures, gastronomie.
☎ 03 86 42 42 22 (BIVB).
Chablis wine fair



Manifestations gourmandes Gourmand days

MARS

15-16/03 Marsannay-la-Côte (21) :

Les Journées Gourmandes du quart de siècle
☎ 03 80 52 27 73 ☎ 03 80 52 30 23
(Office de Tourisme)
ot-marsannay@wanadoo.fr • <http://www.ot-marsannay.com>
Gourmand days

Toucy (89) : Foire du Beaumarché et salon d'aviculture

☎ 03 86 44 15 66 (Office de Tourisme)
Fair

Annexe 4 : La charte de qualité des Logis Bacchus



LOGIS BACCHUS

Dégustations, visites de caves, découvertes de vignobles...
Les amateurs de bon vin se retrouvent dans les Logis Bacchus.

Situés à moins de 15 km d'un vignoble, les Logis Bacchus sont nichés au coeur des plus célèbres régions viticoles françaises.

La carte de l'établissement est au diapason puisqu'elle vous propose toujours un grand choix de vins : grands crus mais aussi production régionale.

Le bonheur sans modération.



• LA CHARTE DE QUALITÉ

→ L'établissement est situé dans une zone d'appellation vitivinicole et un environnement à proximité immédiate du vignoble (présence du vignoble dans un rayon de 15 km) ou dans un village vinicole.

→ Un soin particulier est apporté à la mise en valeur de l'environnement viticole dans la décoration de son établissement (objets relatifs à la viticulture, proposition à la vente des produits en relation avec le vignoble : bouteilles, panier de vendange,...)

→ L'établissement met à la disposition de la documentation gratuite et des ouvrages en consultation permettant notamment la découverte et la connaissance des différents aspects de la vigne et du vin (ex : carte du vignoble, documents sur les appellations du vignoble, guide sur les vins, liste des viticulteurs ou des caves pour les dégustations...).

→ L'établissement dispose d'un lieu de stockage du vin satisfaisant (conservation à la température et hygrométrie satisfaisante), cave et/ou armoire à vin. A la demande du client, l'hôtelier propose un lieu adapté pour le stockage des bouteilles achetées.

→ Une attention particulière est apportée à l'association du menu du terroir et des vins de la région de production.

→ La carte des vins doit proposer au moins (indiqués sur la carte) :

- 50 vins différents dont 25 % de la région,
- 15 vins en demi-bouteille dont 5 issus de la région,
- 3 vins AOC servis au verre.

→ Le service du vin s'effectue dans des verres appropriés (verres à Bordeaux, à Bourgogne, d'Alsace...).

→ L'hôtelier doit conseiller la clientèle sur le choix des vins, connaître les différentes appellations de la région de production, les sites ouverts au public en milieu viticole.

→ Le service du vin qui s'y prête doit être assuré en seau à glace ou récipient isotherme de qualité.

→ Une attention particulière est apportée à la formation du personnel en salle (permanent et saisonnier), en matière de dégustation. Si besoin, participation à des séances de formation.

→ L'hôtelier, à la demande du client, se charge d'organiser toute visite de cave ou château, dégustation et découverte du vignoble..

[▶ DECOUVREZ tous nos Séjours Bacchus](#)


13 logis correspondent à vos critères de recherche




[▶ AFFINER LA RECHERCHE](#)




21-COTE D'OR

[> Visualiser sur une carte](#)

• **BEAUNE** (25000 hab)
[CARLINE HOTEL RESTAURANT](#)   

• **FIXIN** (1026 hab)
[CHEZ JEANNETTE](#)  


• **LADOIX SERRIGNY** (1549 hab)
[HOSTELLERIE LES TERRASSES DE CORTON](#)   
 > Ville de rattachement: BEAUNE



• **NUITS ST GEORGES** (6000 hab)
[HOSTELLERIE SAINT VINCENT REST. L'ALAMBIC](#)   



• **SOMBERNON** (960 hab)
[LE SOMBERNON REST. LE SPULLER](#)   



58-NIEVRE

[> Visualiser sur une carte](#)

• **COSNE COURS SUR LOIRE** (12000 hab)
[LE VIEUX RELAIS](#)   

• **LA CHARITE SUR LOIRE** (5686 hab)
[LE GRAND MONARQUE](#)   

• **POUILLY SUR LOIRE** (1800 hab)
[LE RELAIS DE POUILLY](#)   


- **POUILLY SUR LOIRE** (1800 hab)
[LE RELAIS FLEURI REST. LE COQ HARDI](#)  ★★★ 
-

71-SAONE ET LOIRE

> [Visualiser sur une carte](#)


- **BUXY** (2100 hab)
[LE RELAIS DU MONTAGNY](#)  ★★
-

- **CLUNY** (4500 hab)
[HOSTELLERIE D'HELOISE](#)  ★★
-

- **COUCHES** (1600 hab)
[DES TROIS MAURES](#)  ★★ 
-

89-YONNE

> [Visualiser sur une carte](#)

- **CHABLIS** (2414 hab)
[HOSTELLERIE DES CLOS](#)  ★★★ 

Annexe 5 : Charte d'accueil « De Vignes en Caves »



La Charte d'accueil en Bourgogne

Les viticulteurs, groupements de producteurs et négociants-éleveurs, adhérents de *la Charte de l'Accueil* s'engagent :

- ☞ A réserver aux visiteurs un accueil chaleureux et personnalisé ;
- ☞ A recevoir les visiteurs aux heures d'ouverture fixées par l'adhérent ;
- ☞ A apposer, dans le lieu d'accueil, le panneau indiquant leur adhésion aux principes de la Charte ;
- ☞ A développer la pratique de l'accueil en langues étrangères.

Le caractère authentique du cadre de dégustation fera l'objet d'une attention particulière de la part de l'hôte qui mettra tout en œuvre pour donner une image valorisante de la tradition bourguignonne.

L'adhésion à la Charte d'accueil engage le signataire à proposer gratuitement aux visiteurs la dégustation d'au moins un vin de la gamme qu'il commercialise.

La présentation d'une gamme plus large de vins pourra être gratuite ou payante. Dans ce dernier cas, le tarif devra être affiché visiblement sur le lieu de la dégustation. Les visiteurs ne seront pas tenus d'acheter à l'issue de la dégustation.

La liste des appellations couramment commercialisée par l'établissement sera indiquée sur le lieu de la dégustation. L'adhérent à la *Charte de l'Accueil* sera en mesure de proposer aux visiteurs une vente sur place, à emporter, pour une commande minimum de trois bouteilles et de proposer un service d'expédition en France à partir de quantités égales ou supérieures à douze bouteilles.

L'adhérent de la *Charte de l'accueil* mettra tout en œuvre pour informer les visiteurs sur les grandes caractéristiques des vignobles, des appellations et des vins de Bourgogne. Dans ce cadre,

- ✓ Une documentation générale sur les vins et le tourisme en Bourgogne sera proposée aux visiteurs ;
- ✓ Une cartographie des vignobles de Bourgogne sera visiblement affichée sur le lieu d'accueil ;

Une visite commentée de l'établissement (cuverie, cave d'élevage et de vieillissement) pourra être proposée aux visiteurs intéressés.

Annexe 6 : Charte d'accueil des Côtes du Rhône

COTES DU RHONE, TERROIRS D'ACCUEIL...

Le tourisme de terroir a toujours été un axe principal de développement pour les Côtes du Rhône. Améliorer la qualité d'accueil dans un caveau de dégustation, proposer des services toujours plus complets, respecter la charte de qualité mise en place par Inter Rhône, tels sont les objectifs des professionnels des Côtes Du Rhône. Cette charte répertorie l'offre touristique en trois échelons qualitatifs :

- qualité d'accueil dans les caveaux de dégustations (échelon 1)
- qualité de service dans les caveaux de dégustations (échelon 2)
- qualité d'excellence dans les caveaux de dégustations (échelon 3)

UN ACCUEIL DE QUALITE : ECHELON 1

 [Découvrez les domaines labellisés « accueil de qualité » \(échelon 1\)](#)

CRITERES

LES AMENAGEMENTS

- Environnement du caveau

1. Le panneau de la charte de qualité « *Côtes du Rhône, Terroirs d'accueil* » doit être affiché à l'entrée du caveau.
2. Les abords du caveau doivent toujours être en parfait état de propreté et entretenus.
3. Le caveau dispose d'un parking aménagé pour les clients, situé à moins de 200m du caveau.
4. Une signalétique d'accueil doit être présente depuis le bord de la route jusqu'à l'entrée du caveau.

- Intérieur du caveau

5. Le caveau doit disposer au moins d'un sanitaire en parfait état et d'un point d'eau accessible aux visiteurs.
6. La présence de chaises est obligatoire.
7. Les locaux et l'ensemble du matériel utilisé doivent être entretenus et d'une propreté irréprochable (sols, table de dégustation, crachoirs, verres...)

LA DEGUSTATION

8. La dégustation doit être proposée.
9. L'achat de vin à l'issue de la dégustation n'est en aucun cas obligatoire.
10. Les verres utilisés doivent être des verres de dégustation (au minimum qualité INAO).
11. Des crachoirs doivent être mis à disposition des clients.
12. L'achat de bouteilles à l'unité doit être possible.
13. Les vins doivent être servis à température idéale (présence d'un frigo pour les blancs et les rosés).
14. Des boissons sans alcool doivent être proposées aux enfants (jus de fruits ou jus de raisin, sodas interdits).

LA VENTE

15. Les horaires d'ouvertures sont affichés et respectés.
16. Une permanence aux heures d'ouvertures doit être assurée.
17. Le caveau doit disposer de fiches techniques sur les vins exposés en français au moins.
18. L'affichage de tous les prix pratiqués dans le caveau est obligatoire.
19. Les brochures des routes touristiques des Côtes du Rhône doivent être tenues à disposition des clients.

UN ACCUEIL DE SERVICE : ECHELON 2

Répondre à tous les critères de l'échelon 1

 [Découvrez les domaines labellisés « accueil de service » \(échelon 2\)](#)

CRITERES

1. Le caveau est ouvert 5 jours sur 7 toute l'année et 6 jours sur 7 de juin à septembre
2. Le caveau est chauffé l'hiver et frais l'été
3. Le caveau dispose d'un éclairage satisfaisant (néons interdits)
4. La décoration du caveau est en relation avec la vigne et le vin (au minimum, une carte des vins des Côtes du Rhône est affichée dans le caveau)
5. Le caveau doit disposer d'informations sur la gastronomie locale, les lieux touristiques, les produits agroalimentaires locaux et les autres caveaux labellisés.
6. Des fiches techniques sur les vins à la vente sont disponibles en anglais.
7. Le paiement par carte bancaire est possible.
8. Possibilité de déguster dans des verres cristallins au minimum, voire en cristal *

9. Le caveau est accessible aux personnes à mobilité réduite
10. Le domaine dispose d'un site internet.*

(*) critères optionnels

UN ACCUEIL D'EXCELLENCE : ECHELON 3

Répondre à tous les critères de l'échelon 1 et 2

 [Découvrez les domaines labellisés « accueil d'excellence » \(échelon 3\)](#)

CRITERES

1. Possibilité de déguster dans des verres cristallins au minimum, voire en cristal
2. Le caveau est accessible aux personnes à mobilité réduite.
3. Le domaine dispose d'un site Internet **en version anglaise**.
4. Le caveau propose l'expédition des bouteilles en France pour un minimum de 24 bouteilles.
5. Le caveau propose d'autres services : mise en relation avec d'autres caveaux, réservation de restaurants ou d'hébergements.
6. Le personnel d'accueil doit être formé ou suivre régulièrement une formation, obligatoire d'ici à 2006.
7. Le personnel d'accueil doit parler au moins l'anglais.

Informations complémentaires (non comprises dans l'évaluation du caveau)

- Les langues étrangères parlées par le personnel d'accueil (autre que l'anglais).
- Nombre de personnes pouvant être accueilli (1 m² / personne au minimum).
- Le parking est ombragé.
- Le parking est aménagé pour au moins 1 car.
- Proposez-vous un service autre que la dégustation à vos clients ? (Expositions, visites..).
- Avez-vous des contacts privilégiés avec les hébergements et restaurants de votre secteur ?
Lesquels ?

Annexe 7 :

Le Groupe de Travail sur le Tourisme Viti-Vinicole de Maison de la France

Le Groupe de Travail sur le Tourisme Viti-Vinicole de Maison de la France a été créé en 2000 à l'initiative conjointe des Comités Régionaux de Tourisme de Bourgogne et d'Aquitaine, de Maison de la France et SOPEXA (agence de promotion des produits agro-alimentaires français), rapidement rejoints par VINIFLHOR (Office National Interprofessionnel des Fruits, des Légumes, des Vins et de l'Horticulture) pour former ensemble la base de cette entreprise collective.

LES MEMBRES DU GROUPE DE TRAVAIL

Le Groupe de Travail regroupe les institutionnels et professionnels français du tourisme viti-vinicole, membres de Maison de la France, désireux de promouvoir leur offre ou leur destination à l'international. Il est composé de professionnels du tourisme et du vin, porteurs d'une offre de tourisme viti-vinicole et présente un échantillon représentatif de l'offre et des 17 vignobles de France.

Autour des deux partenaires nationaux, SOPEXA et VINIFLHOR, le Groupe de Travail de Maison de la France est composé d'une cinquantaine de professionnels du tourisme et du vin illustrant la diversité des destinations couvertes par la « France des Vins » :

- une dizaine de Comités régionaux du tourisme,
- 11 Comités interprofessionnels des vins,
- 13 Comités départementaux du tourisme,
- 12 offices de tourisme,
- 3 organismes privés.

En 2006, l'objectif du Groupe de Travail est d'élargir le nombre de ses membres afin d'améliorer la représentativité de l'offre, tant des destinations que des partenaires privés (réceptifs, hébergements, maisons du vin, notamment)

LA MISSION DU GROUPE DE TRAVAIL

Le Groupe de Travail a **deux missions principales** :

- Mener des **actions de communication conjointes tourisme et vin** dans le double objectif d'accroître la fréquentation touristique et d'augmenter les ventes de vins français.
- **Améliorer les performances des communications** en capitalisant sur une action conjuguée tourisme et vin.

D'une manière générale, une **stratégie transversale** est mise en place avec SOPEXA et VINIFLHOR afin de **trouver des synergies intéressantes, tant en France pour structurer l'offre, que pour la promouvoir sur les principaux marchés étrangers.**

LE PLAN D' ACTIONS A L'INTERNATIONAL

Les marchés prioritaires

Le Groupe de Travail intervient principalement en Allemagne, en Grande Bretagne, aux Pays-Bas, en Belgique, au Danemark et aux Etats-Unis.

Les supports de promotion (carte routière, site Internet) sont utilisés sur l'ensemble des marchés d'intervention de Maison de la France. Ils peuvent également être diffusés par SOPEXA dans le cadre des campagnes vins de France menées par VINIFLHOR sur 16 marchés (Royaume Uni, Etats-Unis, Pays Bas, Allemagne, Japon, Canada, Chine, Russie, Europe du nord, Hong Kong, Taïwan, Corée, Singapour, Thaïlande, Pays d'Europe Centrale et Orientale, Inde).

Les cibles

Ses actions de promotion et de communication visent principalement le grand public. La cible prioritaire est l'amateur de vin sur les lieux de consommation ou d'achat du vin.

Des actions sont également menées auprès des professionnels de la presse.

Les actions

La promotion du tourisme viti-vinicole prend diverses formes :

- **Des opérations de promotion touristique**, telles que la réalisation de supports spécifiques mettant en valeur des idées séjours dans les vignobles et leur diffusion par les cavistes, des newsletters ou encore la participation à des salons sur le thème des loisirs et de l'art de vivre,
- Un volet d'actions intégré aux **campagnes génériques « vins de France »** organisées sur les marchés extérieurs par SOPEXA pour le compte de VINIFLHOR. Il a pour but de présenter les vins français au public étranger, tout en proposant une documentation sur le tourisme viti-vinicole en France.

Enfin, la présence d'équipes Maison de la France et SOPEXA sur les marchés cibles permet de maintenir un **discours continu sur le thème du tourisme viti-vinicole** et de répondre à toute question relative au tourisme en France et aux vins de France.

Annexe 8 : ViaBourgogne

Qui sommes nous ?



[via-Bourgogne.com] est l'agence de voyages de la Bourgogne.

Toute la Bourgogne, rien que la Bourgogne

Plus de **1300 prestations touristiques variées et de qualité** vous sont proposées et permettent de découvrir les richesses de notre Bourgogne : hébergements de l'économique au 4 étoiles luxe, restaurants gastronomiques, activités culturelles et ludiques, séjours détonnés, découvertes autour de la nature, stages œnologiques, locations de voitures, croisières sur le Canal de Bourgogne... Vous trouverez assurément **vos prochaines vacances** sur www.via-bourgogne.com ou sur le site consacré aux prestations de prestige autour du vin et de la gastronomie : <http://gastronomie.via-bourgogne.com>.

Un savoir faire et une équipe à votre service

Toutes les offres proposées par notre agence de voyages vous sont **garanties**. Réservez directement en ligne grâce à notre **service de paiement sécurisé** ou par notre centre d'appel à votre écoute du lundi au vendredi.

Avec [via-Bourgogne.com] et en quelques clics, vous pouvez :

- Concevoir votre voyage **adapté à vos envies**.
- Sélectionner toute une série d'**activités** sur votre lieu de destination.
- Réserver votre prochain **séjour tout compris** parmi un **large choix**.
- Obtenir des **informations détaillées** pour vos prochaines excursions.
- Découvrir nos **bons plans et dernières minutes** en Bourgogne.
- Demander un programme **sur mesure** grâce à notre formulaire groupe affaires et loisirs.

[via-Bourgogne.com] : l'agence de voyages pour choisir vos vacances idéales en Bourgogne...

Annexe 9 : Les produits « vin » de ViaBourgogne

11 offres correspondent à votre recherche.

Trier par : [prix](#) - [nom](#) - [ville](#)

Résultats de 1 à 8 / 11

[Auxerre et le chablisien, vous allez déguster! | Chablis](#)

à partir de 159.00€



Localisation : Auxerre et le chablisien, à 1h30 de Dijon et 2h de Paris

Durée : 2 jours, 1 nuit pour 2 personnes

Les plus : Dégustation dans un domaine viticole chablisien + Visite de cave et dégustation à Chablis

[Tout savoir sur "Auxerre et le chablisien, vous allez déguster!"](#)

[2 jours, 1 nuit pour 2 personnes en hôtel éco](#)

à partir de 159.00 €

[Réserver](#)

[Dijon et la Côte de Nuits à petit prix ! | Dijon](#)

à partir de 169.00€



Localisation : Dijon et la Côte de Nuits

Durée : 2 jours, 1 nuit pour 2 Personnes

Les plus : Découvrez la gastronomie et les vins de Dijon et la Côte de Nuits

[Tout savoir sur "Dijon et la Côte de Nuits à petit prix !"](#)

[2 jours, 1 nuit pour 2 personnes en hôtel éco](#)

à partir de 169.00 €

[Réserver](#)

[Beaune et la Côte de Beaune, les vins à l'honneur | Beaune](#)

à partir de 179.00€



Localisation : Beaune et Côte de Beaune

Durée : 2 jours, 1 nuit pour 2 Personnes

Les plus : Visites + Cours de dégustation + Dégustation de vins à Beaune

[Tout savoir sur "Beaune et la Côte de Beaune, les vins à l'honneur"](#)

[2 jours, 1 nuit pour 2 personnes en hôtel éco](#)

à partir de 179.00 €

[Réserver](#)

[Week-end prestige : Chablis et ses vins | Chablis](#)

à partir de **289.00€**

Localisation : Chablis et le chablisien, à 1h30 de Dijon et 2h de Paris

Durée : 2 jours, 1 nuit en hôtel de charme haut de gamme

Les plus : Dégustations et visite de cave dans deux domaines viticoles renommés du chablisien

[Tout savoir sur "Week-end prestige : Chablis et ses vins "](#)

[2 jours, 1 nuit pour 2 personnes en hôtel haut de gamme](#)

à partir de **289.00 €**

[Réserver](#)

[Le beaujolais et le mâconnais à petit prix ! | Mâcon](#)

à partir de **299.00€**

Localisation : Chalon-sur-Saône, beaujolais et maconnais

Durée : 2 jours, 1 nuit pour 2 personnes en pension complète

Les plus : Entre Dijon et Lyon, découvrez la culture de la vigne et dégustez les vins du mâconnais et du beaujolais

[Tout savoir sur "Le beaujolais et le mâconnais à petit prix !"](#)

[2 jours, 1 nuit pour 2 personnes en hôtel éco](#)

à partir de **299.00 €**

[Réserver](#)

[Le meilleur de la Bourgogne en 3 jours | Bourgogne](#)

à partir de **299.00€**

A 2h de Paris, vivez un voyage palpitant au cœur du patrimoine et du terroir bourguignon grâce à votre « Pass 24h » !

[Tout savoir sur "Le meilleur de la Bourgogne en 3 jours"](#)

[3 jours, 2 nuits pour 2 personnes en hôtel économique](#)

à partir de **299.00 €**

[Réserver](#)

[3 jours, 2 nuits pour 2 personnes en hôtel ****](#)

à partir de **689.00 €**

[Réserver](#)

[Week-end prestige : Dijon et la Côte de Nuits | Dijon](#)

à partir de **379.00€**

Localisation : Dijon et la Côte de Nuits, à 1h30 de Paris

Durée : 2 jours, 1 nuit en hôtel****

Les plus : Visites culturelles grâce à votre Pass 48h et dégustations de grands vins bourguignons

[Tout savoir sur "Week-end prestige : Dijon et la Côte de Nuits"](#)

[2jours /1nuit pour 2 personnes en hôtel****](#)

à partir de **379.00 €**

[Week-end prestige : Beaune côté vins | Beaune](#)

à partir de **399.00€**

70



Localisation : Beaune et la Côte de Beaune, à 30min de Dijon

Durée : 2 jours, 1 nuit en hôtel de charme haut de gamme et pension complète

Les plus : Visites dégustations de grands vins bourguignons et cours d'initiation à la dégustation

[Tout savoir sur "Week-end prestige : Beaune côté vins"](#)

[2jours /1nuit pour 2 personnes en hôtel de charme haut de gamme](#)

à partir de **399.00 €**

[Réserver](#)

[Week-end vins de Bourgogne au coeur de la côte de | Beaune](#)

à partir de **414.00€**



Séjour 2 jours / 1 nuit en Hôtel de Charme haut de gamme. Le séjour inclus les petits-déjeuners, les déjeuners et un dîner.

Débutants ou connaisseurs, savourez les vins de Bourgogne d'une manière ludique et originale et séjournerez dans un hôtel de Charme haut de gamme.

[Tout savoir sur "Week-end vins de Bourgogne au coeur de la côte de "](#)

[Séjour pour 2 personnes](#)

à partir de **414.00 €**

[Découvrez les vins de Bourgogne | Bourgogne](#)

à partir de **549.00€**



Localisation : Parcourez la Bourgogne du nord au sud

Durée : 7 jours, 6 nuits

Les plus : Découvrez en famille ou à deux les vins de Bourgogne à travers ce séjour ludique !

[Tout savoir sur "Découvrez les vins de Bourgogne"](#)

[Séjour pour 2 personnes](#)

à partir de **549.00 €**

[Séjour pour 2 adultes et 2 enfants.](#)

à partir de **840.00 €**

[Réserver](#)

[Initiation oenologique aux vins de Bourgogne | Beaune](#)

à partir de **599.00€**



Localisation : Beaune et la Côte de Beaune

Durée : 3 jours, 2 nuits pour 2 personnes

Les plus : Explorez les richesses du patrimoine de Beaune, admirez ses vignobles prestigieux, rencontrez les vignerons et apprenez à déguster...

[Tout savoir sur "Initiation oenologique aux vins de Bourgogne"](#)

[3 jours / 2 nuits pour 2 personnes](#)

à partir de **599.00 €**

Annexe 10 : Le 1^{er} Salon International de l'Oenotourisme

Le **1^{er} Salon International de l'OenoTourisme (SILOT)** se tiendra à LYON en Mai 2009. Il est organisé avec le parrainage de l'**ANEV** (Association Nationale des Elus de la Vigne et du Vin). 150 exposants accueilleront les 15.000 visiteurs attendus.

Au vu de l'intérêt médiatique et du rythme d'inscription, il est prudent - pour être sûr d'y participer comme exposant ou partenaire - de réserver son stand **avant le 30 juin**.

Voici le guide pratique du **SILOT**.

Il existe deux formules possibles ; Exposant et Partenaire.

La Formule Exposant

Plusieurs stands sont proposés.

- Stand nu cloisonné **4 m²** comprenant 1 spot de 100 W et une signalétique : 1150 €
- Stand nu cloisonné **8 m²** comprenant 2 spots de 100 W et une signalétique : 2030 €
- Stand nu cloisonné **12 m²** comprenant 3 spots de 100 W et une signalétique : 2940 €
- Plus value 1 angle : 600 €
- Stands de taille supérieure par multiple de 4 m² (16 m², 20 m²...) : 230 € par m²

Autres frais

- Frais de dossier : 150 €
- Forfait 300 invitations : 50 €
- Arrivée électrique (obligatoire) : 75 €
- Parution 1 page dans le Guide de l'exposant plus une page internet sur Winetourismfrance et Vinomedia avec possibilité de vidéo : 390 €

(Tarifs H.T.)

Pour la formule **Partenaires**, il existe trois modules ; Or, Argent, Bronze.

Le **Partenariat Or** (9.500 € H.T.) comprend les prestations et avantages suivants :

- publicité rédactionnelle de 10 pages dans le guide de l'exposant du SILOT
- stand nu de 18 m² cloisonné sur le salon
- page de présentation sur le site www.vinomedia.fr
- page de présentation sur www.winetourismfrance.com (3 photos ou une vidéo, 500 mots)
- trois conférences de présentation personnalisée durant le salon
- deux dîners de partenaires pour 4 personnes Vendredi soir et Samedi soir
- Buffets du midi durant le salon
- fourniture d'invitations personnalisées

Partenariat Argent (6.900 € H.T.)

- publicité rédactionnelle de 6 pages dans le guide de l'exposant du SILOT
- stand nu de 12 m² cloisonné sur le salon
- page de présentation sur le site www.vinomedia.fr
- page de présentation sur www.winetourismfrance.com (3 photos ou une vidéo, 500 mots)
- une conférence de présentation personnalisée durant le salon
- deux dîners de partenaires pour 2 personnes Vendredi soir et Samedi soir
- Buffets du midi durant le salon
- fourniture d'invitations personnalisées

Partenariat Bronze (5.500 € H.T.)

- publicité rédactionnelle de 4 pages dans le guide de l'exposant du SILOT
- stand nu de 6 m² cloisonné sur le salon
- page de présentation sur le site www.vinomedia.fr
- page de présentation sur www.winetourismfrance.com (3 photos ou une vidéo, 500 mots)
- deux dîners de partenaires pour 2 personnes Vendredi soir et Samedi soir
- Buffets du midi durant le salon
- fourniture d'invitations personnalisées

Informations pratiques

Du **15 au 17 mai 2009** (10 h à 20 h les vendredi et samedi, 10 h à 18 H le dimanche)

A Lyon, au **Centre des Congrès Espace Tête d'Or** (un espace de 2.400 m² avec parking de 200 places)

Prix d'entrée visiteurs : 5 euros avec le Guide du Salon, ou sur invitation

Organisation : **Vin'Events, Groupe Vinomedia**

Infos : www.silot.fr

+33(0)4 72 80 02 89

Fax : +33(0)4 72 73 19 25

bescoffier@vinomedia.fr

Source :

http://www.winetourisminfrance.com/fr/magazine/546_le_1er_salon_international_de_l_oenotourisme.htm

Des liens hypertexte depuis cette page Internet permettent de demander directement le dossier d'inscription ou de partenariat.

Annexe 11 : Le produit « webvigneron » en Bourgogne

MES VIGNES EN BOURGOGNE



Château Chamilly

Avec votre parcelle de vignes au Château de Chamilly vous produisez votre propre vin Rouge d'appellation Bourgogne Côte Chalonnaise.

Le principe

Pendant un millésime, vous disposez d'une micro parcelle de 12 ou 24 pieds de vignes de Pinot Noir, qui sont confiés au soin du vigneron du domaine.

Vous allez suivre en direct sur Internet toute l'élaboration de votre vin.

Vous pourrez assister aux journées [Découverte](#), [Vendanges](#) et [Elevage](#) pour vous initier à l'élaboration du vin à chacune de ses étapes essentielles.

Vous produisez ainsi 12 ou 24 bouteilles étiquetées à votre nom de votre Cuvée Spéciale "Mes Vignes ».

[Découvrez le programme complet du millésime](#)

Les tarifs du Millésime 2008

12 pieds

Formule Découverte	commander cette formule	265 €
Formule Initié (Vendanges)	commander cette formule	405 €
Formule Initié (Elevage)	commander cette formule	405 €
Formule Expert	commander cette formule	545 €

24 pieds

Formule Découverte	commander cette formule	365 €
Formule Initié (Vendanges)	commander cette formule	505 €
Formule Initié (Elevage)	commander cette formule	505 €
Formule Expert	commander cette formule	645 €

[Pour connaître le détail de chaque formule, cliquez ici](#)



VOTRE PROGRAMME POUR LE MILLESIME 2008 !

1. Vous recevez votre colis de bienvenue

(le colis peut être envoyé à l'adresse de votre choix)



Votre colis contient :

- Votre Certificat de Vigneron avec la localisation de votre parcelle
- Votre invitation pour 2 personnes au stage découverte, initiation aux vendanges et/ou assemblage.
- La fiche technique de vos vignes : domaine, terroir, cépages.
- Le calendrier du vin.
- Un échantillon de la terre de vos vignes.
- Un pied de vigne à planter chez vous.

2. Vous suivez l'évolution de votre parcelle de vignes

Toute l'année, sur l'espace réservé de notre site web et par le biais de nos newsletters :

- vous suivez l'évolution de vos vignes puis de votre vin jusqu'à la mise en bouteille.
- Vous découvrez à chaque étape des images de vos parcelles
- Vous bénéficiez des explications de notre oenologue conseil tout au long du cycle d'élaboration du vin.

3. Vous êtes invité au Domaine

Vous êtes les bienvenus au Domaine toute l'année sur simple rendez-vous avec le vigneron. Nous vous proposons également, trois journées pour participer à l'élaboration de votre vin :

- **Le stage Découverte au printemps 2008 (½ journée)**

Ce rendez-vous vous permettra de prendre un premier contact avec le domaine et le vigneron, visiter vos parcelles de vigne, comprendre dans quel environnement de fait le vin sur le domaine et découvrir comment sera élaborée votre cuvée.

[Programme de la 1/2 journée Découverte](#)

- **Le stage Initiation aux vendanges à l'automne 2008 (1 journée)**

Vous participez alors aux vendanges de votre micro parcelle et suivez tout le processus de vinification. Vous êtes accueilli et partagez un repas campagnard au coeur du vignoble.

[Programme de la journée Vendanges](#)

- **Le stage Assemblage ou Méthode champenoise (champagne) au printemps 2009 (1 journée)**

Vous êtes formé à l'élevage et l'assemblage du vin. Vous vivez ces instants magiques où les arômes s'assemblent et le vin se crée, trouvant ainsi toute sa personnalité.

[Programme de la journée Assemblage](#)

[Programme de la journée Méthode Champenoise](#)

Chaque journée de stage est **comprise pour 2 personnes**.

Le repas est inclus lorsqu'il s'agit d'une journée complète

Les dates des journées de stage vous sont communiquées au fur et à mesure du millésime en fonction de l'évolution de la vigne.

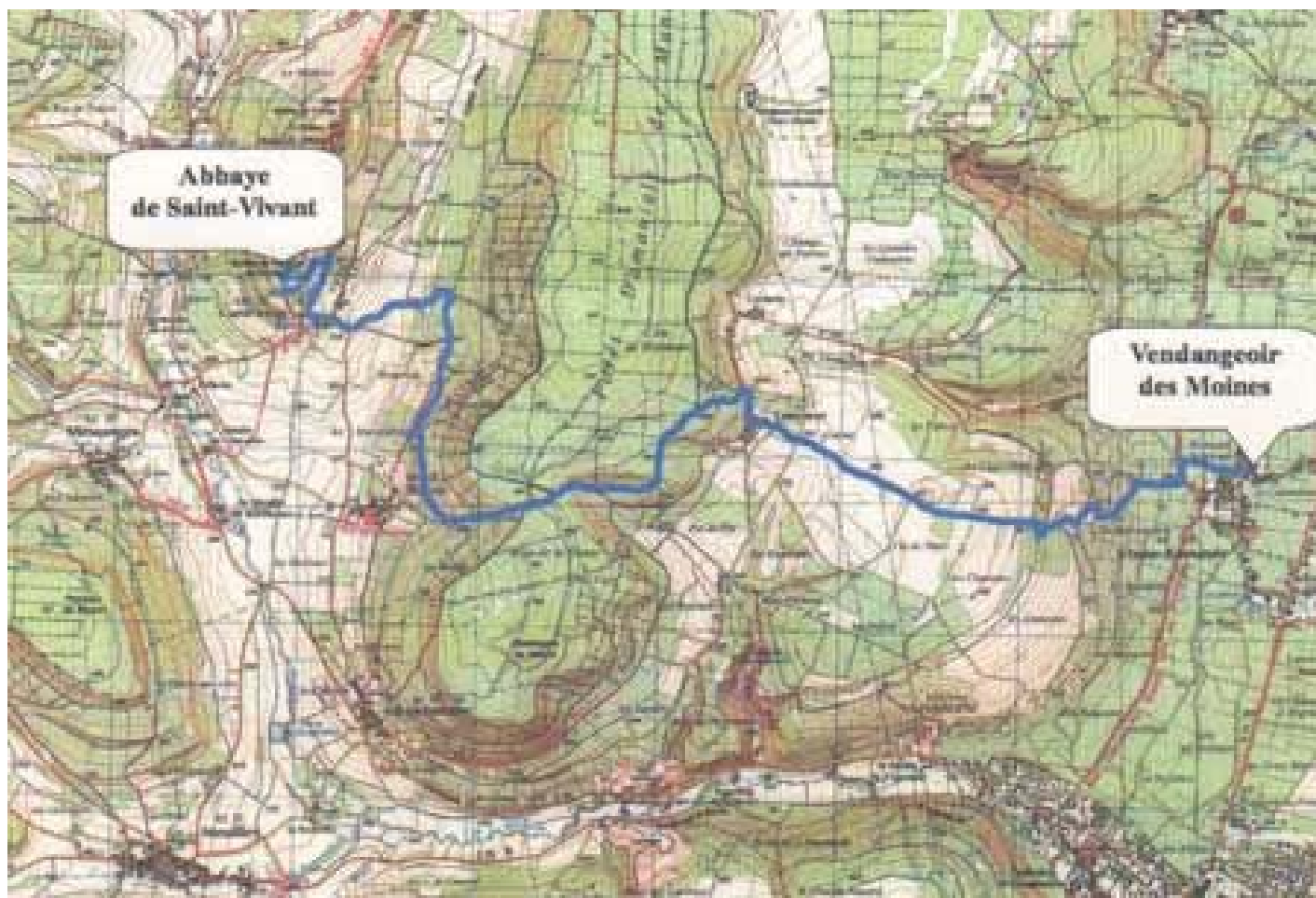
4. Votre Cuvée Spéciale vous attend

Après sa mise en bouteille, au printemps/été 2009, votre propre vin, étiqueté à votre nom, est mis à votre disposition au Domaine.

Nous vous garantissons autant de bouteilles que de pieds de vignes dans votre micro-parcelle pour votre Cuvée Spéciale.

L'expédition des bouteilles à votre domicile est possible mais reste à votre charge. Les tarifs du transporteur peuvent vous être communiqués au moment de la mise à disposition des bouteilles.

Annexe 12 : Le sentier de randonnée découverte dit « Chemin des moines » entre Vosne-Romanée et Curtil-Vergy



Annexe 13 : Comparaison internationale de grandes destinations oenotouristiques, par I. Merlet, Educagri

Adobe Reader - [GALmontpellier[1].pdf]

Fichier Edition Affichage Document Outils Fenêtre ?

Données d'objet 93% Aide Recherche Web Télécharger la nouvelle version de Reader

ETUDE COMPARATIVE PAR PAYS

PAYS	Nbre de Caves/ % Caves visitables	Nombres de Touristes viticoles	Durée Moyenne (jours)	Dépense Moyenne	Impact Economique
<u>France</u>	5 000 caves 13%	7 500 000 30% étrangers	8,4 jours	120 €	
<u>Espagne</u>	800 caves 16%	1 000 000	<2 jours		
<u>Italie</u>	3 313 caves	4 000 000	3,4	85 €	
<u>USA</u>	4 900 caves 95 %	27 300 000		90 €	2 milliards €
<u>Australie</u>	1 573 caves 73 %	5 118 000 14% étrangers	3 jours	87 €	440 millions €
<u>Af du Sud</u>	570 caves				490 millions €

Source : France : AFIT (2001); Italie Census (2006); Australie :Tourism Research Australia National Visitor Survey

8 sur 27

démarrer W E. H C L. C T. V. G V. C M D FR 17:28

Annexe 14 : La page d'accueil du portail winetourisminfrance

Winetourisminfrance - Magazine, guide, annuaire, agenda - Microsoft Internet Explorer fourni par CRT Bourgogne

Fichier Edition Affichage Favoris Outils ?

Précédente Recherche Favoris

Adresse <http://www.winetourisminfrance.com/fr/> OK Liens

WWW.WINETOURISMINFRANCE.COM

Winetourisminfrance.com

Chercher

Top 10 des recherches

Annonceurs Contact

Vendredi 13 Juin 2008

Recommander ce site

Ajouter aux favoris

L'IMAGINARIUM LA MAGIE DES BULLES

Newsletter

Votre email

M'abonner

Accueil Dossiers Magazine Les brèves Prestataires et ressources Les évènements Bibliographie Carnets de voyage

Navigation en mode régional

Les dossiers

- Cours d'oenologie et de dégustation
- Revue des livres
- Informations professionnelles
- Emplois oenotourisme
- Région par région
- Art, artistes et vin

Magazine

Jardin d'hiver à Nuits

Au cœur de Nuits-Saint-Georges, un séjour d'authenticité et d'histoire dans la demeure de la Comtesse Michel de Loisy

[Lire la suite](#)

La Cave des Voyageurs

Dix ans déjà pour la Cave des Voyageurs de Lyon ... et les vins continuent à venir du fond du cœur...

[Lire la suite](#)

Le 1er Salon International de l'Oenotourisme

Toutes les informations pratiques sur le 1er SILOT qui - un an avant - emplit déjà ses stands !


[Lire la suite](#)

Prochains articles :

- Jean-Pierre Got à l'affiche
- Le Blason des Vins
- Y a pas que du jaja à Jau !

COURS DE DÉGUSTATION À CHABLIS

CHÂTEAU DE BAGNOLS



<http://www.winetourisminfrance.com/fr/> Internet

démarrer B... V... J... P... C... A... p... W... B... T... W... D... FR 14:54

Annexe 15 : Extrait du communiqué de presse du Secrétariat d'Etat au Tourisme au sujet du concours européen d'excellence

Paris, le 4 juin 2008
N° 374

« Destinations touristiques européennes d'Excellence » Concours européen 2008 La France désigne la Destination d'Excellence 2008

Dans le cadre du concours européen des *Destinations touristiques d'Excellence* organisé pour la deuxième année consécutive par la Commission européenne (20 pays participants, 1 lauréat par pays), la France a désigné jeudi 27 mai la destination française lauréate. Le jury* a désigné **la Route touristique des Vins du Jura** (portée par le Comité interprofessionnel des Vins du Jura qui regroupe aujourd'hui environ 250 vignerons, producteurs et négociants), **comme Destination française d'Excellence pour 2008**. Pour être sélectionnée, la destination candidate a répondu aux critères suivants proposés par la Commission européenne :

1. **Être une destination à fréquentation modérée** et bénéficiant d'une notoriété en croissance
2. Promouvoir un « **patrimoine touristique local immatériel** » (thème retenu par l'EUROPE pour le concours 2008), en l'occurrence les atouts locaux identitaires dont la filière viti-vinicole et la gastronomie locales, ainsi que les savoir-faire liés à l'artisanat
3. Organiser régulièrement **hors saison un événement particulier ciblé sur ses atouts locaux identitaires**. Il s'agit de « **La Percée du Vin Jaune** », manifestation, portée par l'Association des ambassadeurs du Vin Jaune qui regroupe environ 800 bénévoles et est centrée sur la promotion du « Vin Jaune ».

Cet événement rassemble chaque année un site différent, durant un week-end de février, 40 à 50 000 personnes dont beaucoup de visiteurs fidélisés y compris belges ou suisses. Elle comporte aussi bien la remise d'un « label d'excellence » des meilleurs vins sélectionnés, une vente aux enchères de vieux millésimes, et un concours de cuisine avec des recettes à base de produit du terroir et l'emploi du Vin jaune que l'accès à une foire présentant des produits et gastronomie locale ainsi que des savoir-faire locaux liés à l'artisanat.