

Juin 2023 : CREER SON ACTIVITE OENOTOURISTIQUE

L'**œnotourisme**, c'est le fait de créer une **activité touristique liée au monde du vin**.

En plein **essor** en France et dans le monde, ces activités attirent de plus en plus les vigneron. En effet, cela permet à un domaine viticole d'acquérir une nouvelle notoriété, d'augmenter sa clientèle de particulier et de diversifier ses activités et revenus.

Mais aujourd'hui, **comment** un domaine peut-il se lancer dans l'aventure de l'œnotourisme ? Quelles **activités** proposer aux clients ? Quelles sont les **formations** ?

A travers cet article, partons en balade autour de l'œnotourisme !



L'OENOTOURISME EN FRANCE

En 2009, la France, grand pays du vin et du tourisme, crée un **Conseil Supérieur de l'œnotourisme**.

L'objectif est de « *développer l'œnotourisme, dans l'optique de créer des débouchés par une commercialisation directe, notamment des vigneron indépendants, mais aussi des coopératives, et renforcer l'attractivité des territoires : appel à projets, formation et information, mise en réseau* ».

[Tout savoir sur le Conseil Supérieur de l'œnotourisme et ses missions](#)

L'œnotourisme en France représente aujourd'hui **10 millions de visiteurs annuels** : 52% de français et 48% d'étrangers. Une hausse considérable de plus de 30% depuis 2009 (7.5 millions de visiteurs) !

Le chiffre d'affaires total de l'œnotourisme est d'environ de **5.2 milliards d'euros**. Les visiteurs dépensant en moyenne 1250€ par séjour.

Aujourd'hui, ce sont plus de **10 000 caves œnotouristiques** qui accueillent des visiteurs chaque année.

Et tous ces chiffres ne cessent d'augmenter car l'œnotourisme **attire de plus en plus** clients et vigneron !

LES ACTIVITES OENOTOURISTIQUES

Les activités oenotouristiques sont très **nombreuses** et **variées**. Chaque domaine viticole a sa **spécialité** et saura trouver comment attirer sa clientèle.

Voici une liste, non exhaustive, des activités possibles :

- Dégustations. Chaque domaine viticole ouvert au public, oenotouristique ou non, vous accueillera avec plaisir pour une dégustation de ses vins et partager un moment de convivialité et d'échange !
- Visites. Un classique de l'œnotourisme ! L'idée est d'organiser une visite du domaine : vignoble et chai.
- Hôtellerie, gites et chambres d'hôte. Pour se réveiller au milieu des vignes.
- Restaurant. Proposer des mets, accompagnés des vins du domaine pour en révéler toute la saveur.
- Salle de réception. Un vignoble est le cadre rêvé pour un mariage, un anniversaire ou tout autres événements.
- Balades. Permettre aux visiteurs de profiter de la beauté des vignobles, en vélo, trottinettes, solex, cheval, montgolfière, ou autre moyen de transport !
- Jeux. Organiser des jeux pour les enfants et/ou pour les adultes ! Escape-game, labyrinthe, jeu de pistes, les possibilités sont multiples.
- Cours d'œnologie et Masterclass. Beaucoup de clients sont curieux d'en apprendre plus sur les vins et cela permet au vigneron de transmettre un peu de son savoir.
- Ateliers de création. Dans la lignée des cours d'œnologie, mais en laissant la main aux visiteurs pour créer leur propre cuvée.



- Découverte du travail de la vigne. Et si vous emmeniez vos clients avec vous toute une journée pour leur faire découvrir le travail de la terre et de la vigne.
- Séminaires d'entreprises. Permettre aux employés d'une entreprise de se retrouver et de travailler dans un cadre de travail différent.
- Concerts et cinéma. De la bonne musique ou un bon film attireront toujours les visiteurs sur le domaine.
- Vinothérapie. Se relaxer grâce à des soins à base de raisins, en profitant du cadre idyllique des vignes.

Et tant d'autres activités existent...

Au vigneron de trouver LA **bonne idée**, qui séduira de nouveaux clients.

Il doit ensuite bien évidemment adapter son domaine viticole en fonction de l'activité choisie et savoir la promouvoir.

CREER ET PROMOUVOIR SON OFFRE

- Définir son projet

Quels **moyens** techniques mettre en place ? Et quels sont ceux que j'ai sur place ? Quel **budget** alloué à cette activité ? Quel type de **clientèle** je souhaite attirer ? Ai-je des **recrutements** à faire ? Quels sont mes **objectifs** commerciaux ? Quels seraient les jours et heures d'ouvertures ? Quel **temps** y consacrer dans mon emploi du temps ?

Beaucoup de réponses sont définir pour mieux **cibler** l'activité ou les activités à mettre en place au domaine.

- Adapter son domaine

A vous à présent de tout mettre en œuvre pour **créer cette activité**. **Adapter** son domaine à la réception de clients, faire des aménagements de bâtiments, ou en construire de nouveaux, faire les recrutements nécessaires, ...



Attention également de respecter les normes de **sécurité** établie et aux **assurances** pour chaque activité.

En fonction du domaine viticole, cette étape peut être la plus longue mais est bien évidemment indispensable.

- Travailler son discours

Lorsqu'on se lance dans l'aventure de l'œnotourisme, il est primordial de travailler son **accueil**, son **histoire**, son **discours**. Les mots choisis sont importants et le discours doit captiver l'attention des clients.

Un bon accueil **chaleureux et convivial**, est essentiel pour que chaque client se sente unique et privilégié.

Un client **satisfait** aura plus facilement tendance à **acheter** les vins du domaine et à **parler** de son expérience autour de lui.

- Communication et marketing

Se faire **connaitre**, être visible, savoir **attirer** sa clientèle. Cette étape est **primordiale**.

Pour cela, plusieurs techniques sont possibles, par exemple :

- Se rapprocher des **professionnels** du tourisme de la ville ou de la région
- Communiquer via le **site internet** du domaine
- Utiliser les **réseaux sociaux**
- Utiliser les **sites partenaires** réunissant les offres touristiques ou œnotouristiques
- Développer un bon **service client** et des bons outils de relation client
- Créer un **réseau partenaire** : syndicats, conseils, interprofessions, ...
- Faire des demandes de **labellisations**
- Travailler sur les **relations presse** et médias
- Faire de la **publicité**

De nombreux outils de communication et de marketing sont aujourd'hui à disposition pour faire connaitre le domaine et l'activité.



LES FORMATIONS EN OENOTOURISME

De plus en plus d'écoles **forment** aujourd'hui à l'œnotourisme avec des spécialisations diverses.

Par exemple, de nombreuses **universités** proposent leurs cursus :

L'Institut Universitaire de la Vigne et du Vin, à Dijon, propose une licence « **Commerce des vins et œnotourisme** ».

L'Université du Vin en Provence a également des sessions de formations autour du « **Commerce, Œnotourisme et Anglais du vin** »

L'Université de Nîmes a une licence professionnelle en un an « **Œnotourisme et projet culturel** » et celle de Bordeaux propose un Master « **Economie du vin, œnotourisme, interculturalité** ».

Nous pouvons également citer les universités de Toulon « **Œnotourisme et produits du terroir durable** », de Reims « **Management de l'œnotourisme** », et Bordeaux avec sa licence « **Œnotourisme : Métiers du tourisme, communication, et valorisation du territoire** ».



Quelques **écoles de commerce et communication** bien connues des régions viticoles proposent aujourd'hui des cursus autour de l'œnotourisme.

L'INSEEC a une alternance « **Wine Business & Œnotourisme** » et intègre également dans son bachelor « Vins et Spiritueux » des cours centrés sur l'œnotourisme.

KEDGE Business School a créé sa filière "**KEDGE Wine School**" avec de nombreuses formations très variées autour du vin.

Et la Burgundy School of Business a monté en 2013 sa formation "**School of Wine & Spirits Business**".

Enfin, les **écoles de viticulture** ouvrent leurs portes au commerce du vin et au tourisme. C'est notamment le cas du Lycée Agricole et Viticole d'Amboise qui propose la spécialisation « **Vente de produits alimentaires et vins et spiritueux** ».

L'Ecole Supérieure des Agricultures d'Angers a également une licence pro « **Marketing commerce international des vins de terroir** ».

A tous les niveaux d'études et pour chaque spécialisation, de nombreux parcours sont possibles et adaptés à chacun.

Créer une activité œnotouristique, c'est un **métier** à part entière, qui demande une **implication** complète de la part de l'équipe du domaine viticole.

Mais l'œnotourisme a de nombreux avantages : augmenter la **visibilité** du domaine, avoir de **nouveaux clients**, bénéficier d'une **augmentation de revenus**.

C'est également un excellent moyen de promouvoir le **savoir-faire viticole** français, sa région viticole, de transmettre la **passion du vin**.

Cela permet également de faire connaître les différents métiers de la vigne, de faire prospérer la **filière viticole** française et de faire travailler les **employés viticoles**.

Alors, si vous vous lanciez dans l'aventure de l'œnotourisme ?

Vous avez une question concernant la vente ou l'achat d'un domaine viticole ?

Notre équipe se fera un plaisir d'échanger avec vous sur votre projet et répondre à toutes vos interrogations.

[En savoir plus sur notre expertise et notre accompagnement](#)

Ampelio, c'est 10 ans d'expérience dans l'accompagnement et le conseil en transactions viticoles sur la Vallée de la Loire.

Par téléphone au 02 41 09 17 51

Par mail sur l'adresse : contact@ampelio.fr

