



## CANDIDATURE AU LABEL « VIGNOBLES ET DECOUVERTES » AIDE A LA DECISION

### LE LABEL « VIGNOBLES ET DECOUVERTES »

- 1) Créé en 2009 et géré par **Atout France** (Agence de développement touristique de la France).  
Objectif : **promouvoir le tourisme sur le thème de la vigne et du vin**, aider les territoires à proposer des **offres globales** (critères définis pour chaque filière : caveaux, hébergement, restauration, sites...).
- 2) Les avantages
  - a. **Identification et reconnaissance de la destination**, de son offre, de ses valeurs, de son travail en réseau et en synergie.
  - b. **Site Internet plate-forme** à l'échelle nationale
  - c. **Actions de promotion** sur les marchés étrangers
  - d. **Echanges** entre destinations labellisées

**A noter** : les retours en communication pour les destinations labellisées sont aujourd'hui peu visibles. Atout France travaille actuellement à l'amélioration des retombées. La Région Languedoc-Roussillon va également mettre l'accélération sur la communication des destinations labellisées, tout comme le Département.

### CONTEXTE DE LA MISE EN PLACE DE L'EXPERTISE OENOTOURISTIQUE

L'objectif départemental est d'accompagner les stratégies locales, tout en révélant leurs potentiels oenotouristiques. En valorisant les identités locales, le département assure une diversité de l'offre et renforce la construction d'une véritable destination oenotouristique de l'Hérault.

Sur proposition technique et financière d'Hérault Tourisme, le Pays Cœur d'Hérault a souhaité bénéficier de 3 jours de consulting permettant à l'ensemble du territoire de bénéficier d'un regard d'expert en oenotourisme.

Cet accompagnement rentre dans le cadre du projet de Contrat de Destination Hérault le Languedoc mis en place par le Conseil Général de l'Hérault, avec l'appui de Hérault Tourisme, qui fixe le développement de l'oenotourisme comme l'une des 5 priorités d'action.

### LE RESULTAT DE L'EXPERTISE

#### Préambule

Le consultant retenu a réalisé son analyse sur la base :

- d'une étude documentaire (remis par le Pays Cœur d'Hérault et Hérault Tourisme)
- de l'entretien avec 27 personnes ressources (17 institutionnels et professionnels du territoire, 10 représentants des grands partenaires de l'oenotourisme)
- de 2 comités techniques et d'un comité de pilotage.

## Le résultat

- 1) Le territoire, au vu de son offre et de son dynamisme oenotouristiques, est parfaitement en capacité de candidater au label « Vignobles et Découvertes ».
- 2) Puisque le vignoble et les politiques touristiques visent l'excellence, il est préconisé d'aller au-delà des critères du label et d'opter également pour l'**excellence** (haute valeur oenotouristique), en matière d'authenticité, de contenus patrimoniaux/culturels et de développement durable.

→ Le positionnement suivant est proposé : « L'oenotourisme côté Grands Sites ».

- 3) Après débat en comité de pilotage « Tourisme Vigneron » sur la question du périmètre (doit-il être limité à celui du vignoble ?), le territoire du Pays apparaît être le périmètre le plus adapté : logique de territoire de projet, complémentarité entre le causse et la vallée.

### 4) La feuille de route

#### a. Jusqu'à la labellisation

- **Ecriture de la stratégie de la destination** : définir le positionnement plus précisément et ses singularités (quels critères spécifiques pour la destination ?), la rendre claire et lisible pour la destination.
- **Réalisation du dossier de candidature** et signature de la convention partenariale par tous les acteurs concernés.

Estimation : 6 mois minimum

#### b. Après la labellisation éventuelle

- Poursuivre la **mise en réseau**
- Poursuivre la **qualification de l'offre**
- Mettre en place un **plan de formation**
- Mettre en place un **plan de communication** dédié

### 5) Les moyens

#### a. Jusqu'à la labellisation

Etape	Moyens
Ecriture de la stratégie de destination	Consulting 8 jours*
Dossier de candidature	0,5 ETP chargé de mission Accompagnement consulting 3 jours*

\*Fonds Leader possibles

#### b. Après la labellisation éventuelle

Etape	Moyens
Promotion et communication	0,5 ETP chargé de mission + coût des actions à définir
Mise en réseau	
Qualification de l'offre	
Formation	Estimation 20 jours pour 30 membres de la destination/3 ans

**A noter** : nous sommes en attente de connaître les subventions qu'il sera possible d'obtenir par le biais des fonds européens, de la Région et du Département.

**ATOUTS/FAIBLESSES/OPPORTUNITES/MENACES**

<b>Atouts</b>	<b>Faiblesses</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Une offre en sites, paysages, patrimoine culturels qui tend vers l'excellence</li><li>- Un territoire viticole qui tend vers l'excellence</li><li>- Une dynamique oenotouristique forte et bien amorcée</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Une offre en restauration à qualifier : valorisation des produits du terroir et connaissance des vins</li><li>- Une offre en hébergement à qualifier : sensibilisation au vignoble</li></ul>
<b>Opportunités</b>	<b>Menaces</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Une seule destination labellisée en Hérault (Bassin de Thau), 3 en Languedoc-Roussillon (40 en France)</li><li>- Un contrat de destination Hérault le Languedoc qui mise sur 6 territoires labellisés</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Des paysages à préserver de l'urbanisme galopant et à entretenir (pierre sèche)</li><li>- Des subventions (Europe, Région, Département) incertaines</li></ul>