



DESTINATION
SAINT-ÉMILION
OFFICE DE TOURISME
DU GRAND SAINT-ÉMILIONNAIS



Tour de France et du monde des initiatives oenotouristiques

*En vue de trouver
l'inspiration pour nos
propriétés*



Jean-Daniel DEBART

Vice-président de la Communauté de Communes du Grand Saint-Émilionnais en charge du Tourisme et de la culture

Co-Président de l'Office de Tourisme

Directeur de programme ESG Bordeaux filière Luxe, vin et Tourisme

Consultant en stratégie marketing Tourisme et Vin

L'Oenotourisme pour diversifier son activité et développer son chiffre d'affaires

Prérequis :

**Une production de vins de
grande qualité**

Prérequis

**Avoir une offre de base :
visite + dégustation**

Prérequis

L'existence d'un cadre plaisant

Nous allons parler beaucoup de vin mais tout n'est pas forcément bon à copier !



Bataille des vins de Haro (en Espagne)

<https://youtube.com/shorts/kRVpdhUACvc?si=hG8jmmqEl8db5Scm>

Regardons ailleurs pour mieux nous comprendre



Wine expériences South Africa

<https://youtu.be/R0KYnhlrKl4?si=QBHs5Jk0ryo4pLrb>

Quelques exemples pour prendre des idées = Benchmarking



La Revue du vin de France / Œnotourisme / Visiter le vignoble / Œnotourisme en Alsace

Œnotourisme en Alsace : les jeunes vigneronnes pimentent le "game"

Par Baptiste Charbonnel - RVF



<https://www.larvf.com/oenotourisme-en-alsace-les-jeunes-vignerons-se-decarcassent,4762401.asp>

« Depuis quelques années, certaines régions comme Bordeaux, ont beaucoup misé sur un tourisme haut de gamme, sur mesure pour une clientèle exigeante. Mais on s'aperçoit aujourd'hui qu'il manque des structures d'accueil, dans ces régions, pour accueillir un public moins élitiste et tout aussi passionné par le vin, car aujourd'hui les gens restent sur site un ou deux jours seulement... »

Didier Arino

Attentes et besoins exprimés par les visiteurs : tendances du marché oenotouristique

6 grands besoins définis et à couvrir

1

Recherche d'une offre package globale et créative à la fois



Mariage dans les vignes
Château de Paraza
(Minervois)



Tous moyens de transport
Domaine de Lhospitalet
(La Clape)



Offres d'hébergements



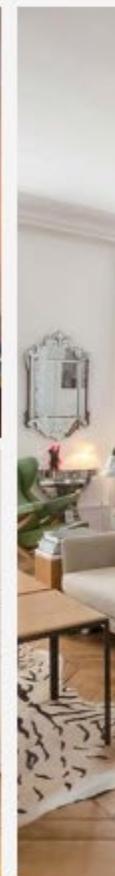
(HôteLES AVISÉS)
RESTAURANT

LE DOMAINE JACQUES SELOSSE

LES AVISÉS

L'HÔTEL

LE RESTAURANT



Les oenolodges Domaine de Brau (Aude)



The Yunesson Spa resort (japon)



The Yunesson Spa resort (japon)

Wine beer Spa (Bordeaux)

<https://www.winebeerspa>



La dégustation suspendue

<https://www.ledauphine.com/insolite/2022/06/12/deguster-des-plats-de-chefs-suspendu-a-52-metres-a-tain-l-hermitage>



Clos Cristal

Saumur Champigny



Vélotour

<https://youtu.be/VdPYUFPezfW?si=ElApE3mKM7ZTRWuC>



2

Recherche d'authenticité, de contact avec le terroir et de contact humain avec les producteurs de vin.



le château Pichon Longueville Baron (propriété de l'assureur AXA) a modifié en profondeur ses visites. "Aujourd'hui, nous emmenons nos clients en premier lieu dans les vignes où nous passons une bonne demi-heure à expliquer le cycle végétatif, le terroir, le parcellaire et les méthodes culturales. C'est le plus important car l'élaboration du vin commence à la vigne", rappelle Marie-Louise Schyler, la directrice de la communication.

Domaine Guinand (Hérault)



Les soirées Bodéga- Braséro
Château de la Haute Serre
(Cahors)



TOUR DE FRANCE ET DU MONDE DES INITIATIVES OENOTOURISTIQUES

METTRE EN AVANT VOTRE ACTIVITÉ VIA NOTRE SERVICE COMMERCIAL ET RÉCEPTIF



07 SEPTEMBRE 2023 - JEAN-DANIEL DEBAR
PRÉSENTATION DU SERVICE COMMERCIAL ET RÉCEPTIF

3

Recherche d'une visite plus active



Winemaker for a day
raymond vineyard

<https://youtu.be/CL0bzodoJRU?si=h4DL1NKECJjwiGcC>

DIVES ESTATE WINERY

LAVENDER AROMA SAMPLING

STARTS ON JUNE 12TH, 2022
UNTIL THE END OF SUMMER

BUS PARKING

DURATION: 45 MIN

PRICE: 21,50 BGN

Toutes les photos

Bulgarie Une expérience unique - visite des champs de lavande situés sur 5 terrasses autour de la cave DiVes. Pour la première fois en Bulgarie Échantillonnage d'arôme de 5 variétés de lavande bulgare.

Domaine du Chardon bleu (Vallée du Rhône) Dégustation les pieds dans l'eau



Les vendanges naturistes (Crest, Puy de Dôme)

<https://youtu.be/lWjuU9XIMbE?si=77ztVXf2CcklRWE5>

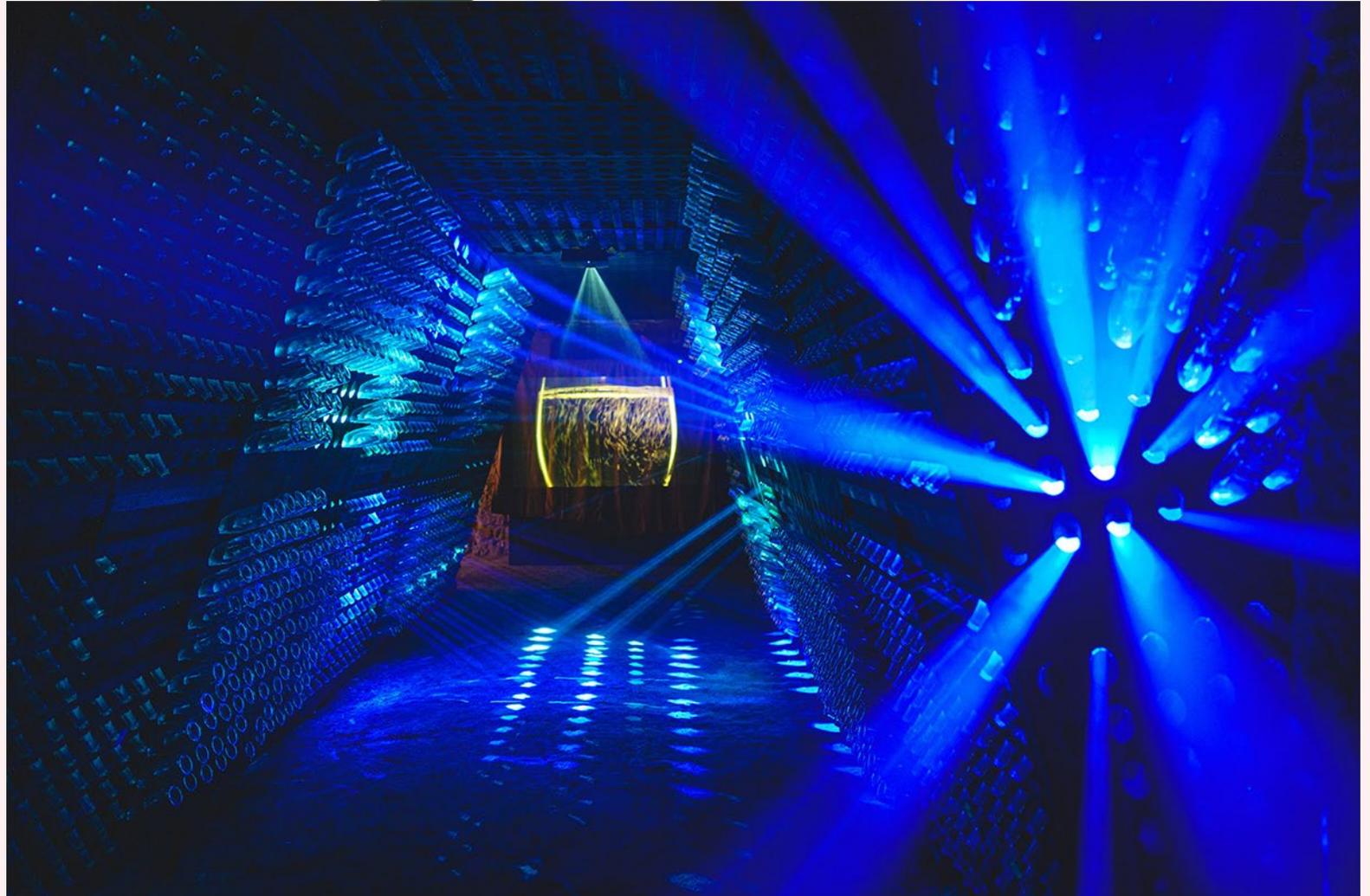


4

**Recherche d'une offre vers tous
les membres de la famille, sans
délaissier notamment les
enfants**

La cave Robert et Marcel

Saumur Val de Loire



Le mas de K (Carcassonne) Escape Game



Enquête souterraine Lapelletrie (St-Emilion)



Les Family Sundays :
Jeux en bois, constructions,
course orientation, pique-nique
et dégustation (vin ou jus de
raisin),

Château de la Haute-Serre
(Cahors)



5

Recherche d'association entre l'œnologie et la gastronomie

Toscane (Italie) Un vin n'est jamais servi sans un accompagnement



Portugal (Algarve)



Full Moon Diner (Grèce)



Napa valley Wine Train

<https://youtu.be/toWI9fgKyTM?si=uAaHO-zoUVM6r-XX>



Italie

Chasse aux truffes et dégustation de vins chez Zerbosco Wine & Tasting **Une aventure viticole passionnante vous attend !**

70,00 €

Avec un chasseur expert, nous apprendrons à rechercher, trouver, couper et goûter ces merveilleux tubercules cachés.

L'activité se déroule entièrement en extérieur et en compagnie d'un chien dressé à l'activité de recherche.

A la fin de la sortie, pleins de notre butin, nous nous plongerons dans le monde du vin, en apprenant à déguster les vins locaux et les produits à base de truffe.

6

Recherche d'une activité liée au vin, sans planification programmée



DÉGUSTEZ LES 25 CUVÉES DU MAS AMIEL

Dégustez gratuitement l'incroyable gamme du MAS AMIEL. Ce domaine historique possède une très large gamme de vin qui vous séduiront.

Commencez la dégustation avec les vins secs au caractère si atypique.

Continuez avec la douceur des vins doux VINTAGES. Et finissez en beauté avec les vieux millésimes du domaine.

Pas besoin de rendez-vous.

Notre équipe vous accueille de 10h à 19h.

Portugal - PORTO- WOW World of Wine et Pink Palace



Mission Best-Of Wine Touris



Facteurs clés de succès

2 facteurs externes

3 facteurs internes

Facteur externe 1

- **Excellente communication avec les différents prescripteurs.**

Facteur externe 2

- **Collaboration avec les organismes institutionnels et d'autres propriétés complémentaires.**

Facteur interne 1

- **Mise en place d'un accueil professionnel de qualité auprès des touristes.**

Facteur interne 2

- **Une offre différenciée, créative et complète**

Facteur interne 3

- **Une mobilisation des propriétaires et de l'équipe toute entière (pour créer une expérience unique et authentique).**

Film de marque saint emilion

<https://youtu.be/cq2EeF6ZYJk?si=kjr5jDKLuWlRcHP8>



XU

https://drive.google.com/file/d/100x-nEcs1W9nVdMPAfFKvdWJxFK9WRsW/view?usp=drive_link





Avez-vous
des remarques ?



MERCI

Pour votre attention !



Pour en savoir plus
CONTACTEZ-NOUS

Manon Tresarieu
Responsable Communication
et Relations Partenaires



m.tresarieu@saint-émilion-tourisme.com
+3(0)5 57 55 28 26

www.saint-emilion-tourisme.com