

Destination
oenotouristique
Béziers Méditerranée
La Domitienne



BÉZIERS CANAL DU MIDI MÉDITERRANÉE



Compte-rendu du comité de pilotage **RENCONTRE VIGNOBLES & DECOUVERTES** spécial «DIAGNOSTIC OENO» mardi 13 juin 2023 au Château de Raissac



Réunion ouverte aux prestataires labellisés et candidats au label V&D

PARTICIPANTS

Bertrand GELLY

Anne BÉRUBÉ

Virginie FERNANDEZ

DOMAINES VITICOLES

Gustave VIENNET

Sylvain ROCHE

Valerie CASTAN

Stéphanie SAGARRUY

Didier FENOLL, Lili PHILIBERT

Emilie ALAUZE

DOMAINES OLÉICOLES

Arnaud LUPIA

Jean Michel GAREIL

HÉBERGEMENTS

Fabienne MUYARD

Agnès PRIZZON

ACTIVITÉS

Barbara FERRERI

Charles KERAUDY

RESTAURANT

Zakia SAYAH et Nicolas WEIBEL

ORGANISATION

Laetitia MATHIEU

Mélanie SORINI

Jean MULLER

Patricia SIGUIER

AGGLOMÉRATION BÉZIERS MÉDITERRANÉE - Vice-président délégué à la viticulture et au sport, Maire de CORNEILHAN

VIGNERONS INDÉPENDANTS

CHAMBRE AGRICULTURE HERAULT

CHÂTEAU DE RAISSAC (notre hôte – un vif merci pour son accueil)

DOMAINE DE SOUSTRES

DOMAINE CASTAN

DOMAINE LA DOMITIENNE

DOMAINE CHEZ CÉSAR

DOMAINE LOU BELVESTIT pour VIGNERONS INDÉPENDANTS

DOMAINE LUPIA

GALINETTE FLEUR D'OLIVE

CAMPING LE SÉRIGNAN PLAGE

CHAMBRES D'HÔTES LA NORIA

CAP AU SUD, Croisières

BATEAUX DU MIDI, Croisières

BISTROT DE L'HÔTEL DE VILLE BÉZIERS

ATOUT TERROIR, intervenante

OFFICE DE TOURISME LA DOMITIENNE, directrice

OFFICE DE TOURISME OT BÉZIERS MÉDITERRANÉE, directeur

OFFICE DE TOURISME BÉZIERS MÉDITERRANÉE, pilotage et animation.

EXCUSÉS

Alain Caralp, **COMMUNAUTÉ DE COMMUNE LA DOMITIENNE**, Président et Maire de **COLOMBIERS** / Pierre Calmel, **VIGNERONS DE SÉRIGNAN & IGP COTEAUX DE BÉZIERS**, président / David MAZEL, **SCA TERROIRS EN GARRIGUES** Corneilhan, Directeur / Sandrine Bert et Jean Lopez, **A L'ORÉE DES VIGNES** / Stéphanie et Jean-Marc Recoules **DOMAINE MI-CÔTE** / Laurence PETIT, **MAISON HERMINE** / Agnès VABRE, **DOMAINE DES 3 ANGLES** / Corinne Sonzogni, **HÔTEL LE MONESTIE** / Florence GARBIN et Marc Royo, **DOMAINE D'ÉMILE ET ROSE** / Anaïs SALLE SAZARIN, **DOMITI'ANA** / Esther TALLET, **CAVEAU CLAMERY** / Fabienne Roulier, **DOMAINE BERGE DE SAINTE ROSE** / Jérôme VILLARET, **LES PÉPITES DU SUD** / Frédéric Certain, **LANGUEDOC NATURE** / Diane MASSENET, **OT LA DOMITIENNE**.

INTRODUCTION

Bertrand Gelly a souligné l'importance du développement oenotouristique sur notre destination et remercié les équipes des Offices de tourisme et les professionnels engagés dans la démarche. Le label ne s'arrête à l'obtention d'une plaque à apposer sur sa façade qui n'est que le début de la structuration touristique.

Ce comité de pilotage spécial est dédié presque entièrement au rendu du diagnostic oenotouristique engagé en début d'année. C'est une photographie des offres existantes sur notre territoire (activités oenotouristiques des prestataires labellisés ou pas) et une projection sur l'avenir grâce à l'étude de clientèles cible.

AVANT DE SE PLONGER DANS CE DIAGNOSTIC, VOICI QUELQUES ACTIONS EN COURS

LABELLISATION

10 nouveaux prestataires/prestations labellisés depuis janvier

2 ACTIVITÉS

- Domiti'Ana à Nissan-les-Ensérune
- Sunboat à Colombiers

1 HÉBERGEMENT Lodges Mediterranee à Vendres

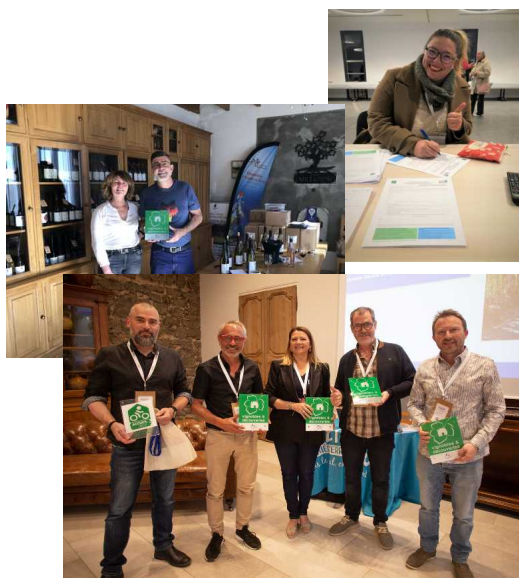
3 RESTAURANTS/BARS À VIN

- Le Bistrot de l'hôtel de ville à Béziers
- Si le vin à Sérignan
- Wine roots à Servian

3 DOMAINES VITICOLES

- Les Terres d'Armelle à Maraussan
- Domaine de la Baume à Servian
- Domaine Emile & Rose à Corneilhan

1 ÉVÈNEMENT : les VINSOLITES de l'agglomération



FORMATION à la DÉGUSTATION de VIN - EQUIPE OTBM



A l'occasion de la journée du personnel, le 18 avril dernier toute l'équipe de l'OTBM a été initiée à la dégustation de vins de notre destination avec des références vendues dans ses boutiques (Fonseranes, Orpellières).

Une fiche de dégustation a été créée pour l'occasion afin que chacun puisse y noter ses ressentis. Cette fiche servira de support de conseil en vente pour chacun des conseillers en séjour.

Initiation faite par Anaïs Salle, guide et oenotourisme, en accord Mets & vins. Cette proposition a été très appréciée par tous et sera très certainement renouvelée.

VISIT FRENCH WINE

Le portail officiel de l'oenotourisme en France

4 espaces en publiédactionnel ont été achetés pour 6 mois de présence sur le site officiel. Publiés en avril, ils mettent en avant notre destination à travers l'histoire du Château de Raissac et du Domaine de La Baume, de l'expertise de Pierre Calmel et la découverte de l'activité commune lancée par Bayou canoë et le Domaine de Querelle aux Orpellières. Une autre page présentant les évènements « oeno » a été mise à jour.

FASCINANT WEEK END

Du jeudi 19 au dimanche 22 octobre 2023



C'est l'événement national pour tout le réseau Vignobles & Découvertes !

Le 3ème week-end d'octobre, les 70 destinations labellisées Vignobles & Découvertes programment des centaines d'animations au cœur des vignobles français.

Sur "Béziers canal du Midi Méditerranée",

plusieurs animations peuvent être articulées autour de l'événement phare qui sera cette année : une **OENORANDO GOURMANDE** à **CORNEILHAN** pour inaugurer le tout nouveau tracé labellisé avec la Fédération française de randonnée pédestre. Il devrait se tenir le **samedi 21 octobre**.

Les prestataires désireux de proposer une animation doivent se faire connaître dès maintenant afin de créer ensemble un calendrier cohérent sur ces 4 jours. Toutes les informations seront saisies et harmonisées par vos OT pour une meilleure lecture.

Le département et la région lanceront des campagnes de communication (spot radio, numérique, newsletters, affichage...) dès le mois d'août et « mitrailleront » en septembre : tout doit être saisi avant cela.

Qui souhaite proposer une animation ? Vos animatrices sont là pour vous aider à créer une offre.

> voir diaporama complet en PJ

DIAGNOSTIC OENO

présentation par Laetitia Mathieu d'ATOUT TERROIR

RÉSUMÉ :

LES CIBLES À PRIORISER

PHASE 1 – ENQUÊTE CLIENTÈLE

PRIORISATION DES CIBLES :

- 1 – Le Wine Lover
- 2- Le city Breaker Occitan
- 3- Les Jeunioris
- 4 – La Tribu
- 5- Les Djeuns
- 6 – L'ultra-local

OPÉRATION SÉDUCTION :

- Offres famille
- Offres oeno de visite et de dégustation originales
- Offre de mobilité douce (oenorando/oenovélo)
- Mise en avant des vins au restaurant
- Faciliter la livraison des vins à domicile
- Mise en avant de l'originalité du territoire (positionnement différent)



Destination oenotouristique labellisée
VIGNOBLES & DÉCOUVERTES
Béziers Méditerranée – La Domitienne

**atout
TERROIR**

LES ÉLÉMENTS du TERRITOIRE À VALORISER

ELEMENTS DU TERRITOIRE À VALORISER :

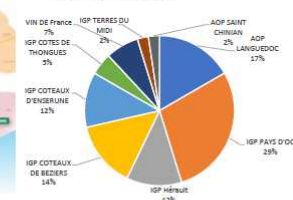


90 %
Des caveaux engagés dans une démarche éco-responsable

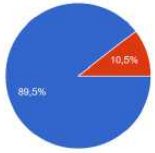


Production:

- Bonne répartition sur le territoire
- Offre variée (cf client)
- Appellations IGP locales mises en avant



ELEMENTS DU TERRITOIRE À VALORISER :



89,5% Livraison à domicile pour les particuliers



5 Activités de mobilité douce + oenorandos / oenovélo



100% des restaurateurs et 67% des hébergeurs ont une carte composée de minimum 50% de vins locaux/régionaux.



ASSOCIATION FRANÇAISE DES MAÎTRES RESTAURATEURS



Beaucoup d'offres famille activités + restaurateurs + sites et patrimoines



Quelques offres originales

AMELIORATION & DEVELOPPEMENT

PISTES D'AMELIORATION :



65% fichier client
35% l'analysent et envoient des Newsletters



95% accueil anglais
21 labellisés pas de site traduit
2 hébergeurs sans site internet



Offre famille
1 déclarée / 3 recensées chez les caveaux

PISTES D'AMELIORATION :



4 restaurants ouverts le dimanche
52,6% des caveaux (sur rdv pour la plupart)
4 activités, sites, ...



2 activités
1/2 hébergeur proposent une offre vin et/ou en partenariat avec un vigneron



1/2 carte des vins est créée et fournie par un caviste local = les intégrer à la démarche

Total : 18/39

PISTES D'AMELIORATION :



32 labellisés sans fiche Google Mb
60%

2023: Tournée du numérique – 10x2x5 prestataires (Janvier - Février et Mars)



1 seule carte des vins en anglais



Offre Oeno :
- Manque d'originalité
- Peu structurée
- Manque de communication claire
- Souvent = dégustation + visite gratuite

PHASE 3 – INTERVIEWS AUPRES DES NON LABELLISES

POTENTIEL DE DEVELOPPEMENT DU RESEAU VIGNOBLES ET DECOUVERTES:



CAVEAUX

25 caveaux accueillent du public au caveau mais aucun n'a de label Qualité

=> Les intégrer à la démarche pour les professionnaliser



RESTAURANTS

70 restaurants valorisent les vins locaux
18 ont un label qualité

12 souhaitent rejoindre le réseau
=> Les intégrer au réseau



CAVISTES

1/2 carte des vins des labellisés

10 souhaitent s'engager
=> les intégrer au réseau



Destination oenotouristique labellisée
VIGNOBLES & DECOUVERTES
Béziers Méditerranée – La Domitienne

atout
TERROIR



BILAN LABEL:

Positif :

Valorisant, qualitatif, gage d'engagement , permet la mise en réseau et le travail collectif à l'échelle d'un territoire

Mais :

- Ont besoin de plus de créations d'offres communes , de partenariats
- Difficultés de compréhension du label, de son organisation, de ses objectifs
- Les labellisés souhaitent plus de communication (interne et externe) et d'animation de réseau
- Souhaitent plus de retombées économiques

BESOINS EN FORMATIONS:

- Communication : Site internet, réseaux sociaux, référencement
- CEnotourisme : Création d'offre, rentabilité économique, offre famille , offre handicap
- Commercialisation : Vendre le vin en restauration, commercialiser une offre oeno
- Connaissance des vins du Territoire
- Langues (Anglais)

BILAN LABEL:

Participation aux futures actions du réseau:

97,4% des vigneron (1 en vente)

Participation générale : 80,45 %

RÉACTIONS

- ▶ **FABIENNE MUYARD:** on ne peut vendre que si on connaît et avoir un support papier permet de visualiser les labellisés.
- ▶ **DIDIER FENOLL :** « On sait faire du vin, mais on ne sait pas le vendre ». Il faut venir et s'investir, mais ce n'est pas dans notre culture. Peu de petits vigneron sont formés.
- ▶ **ARNAUD LUPIA:** il faut un **support de communication des uns chez les autres** – des relations existes, il faut échanger entre nous.
- ▶ **Nicolas WEIBEL:** Réelle demande d'achat des vins à la carte. Les vigneron ne laissent pas suffisamment de carte de visite de leur domaine pour que les restaurants les distribuent à tous leurs clients désireux de s'y rendre.
- ▶ **STÉPHANIE SAGARRUY:** a tenté de faire le tour des hébergeurs pour leur donner des bouteilles en test et des flyers : échec... la plupart ne prennent aucune doc hors Totem de l'info.
- ▶ **MÉLANIE SORINI:** il faut cibler dans un 1er temps les hébergeurs ouverts à un mode de fonctionnement plus «humain» et en parallèle travailler avec les hébergeurs pour sortir le totem et autres diffuseurs.
- ▶ **PATRICIA SIGUIER:** cibler les prestataires labellisés et demander un RDV en tant que membre du réseau pour dégustation et dépose de flyer. Le support papier ou digital est un des points à étudier rapidement.
- ▶ **GUSTAVE VIENNET:** étude intéressante, chacun avec des modèles économiques et des cibles différents. **Le plus important c'est de se connaître entre labellisés**, aller les uns chez les autres connaître les offres de chacun, échanger entre acteurs et trouver des synergies. Programmer des RDV entre acteurs qui souhaitent se connaître pour travailler ensemble.
- ▶ **CHARLES KERAUDY:** remettre l'humain au centre des relations, n'est-il pas intéressant d'organiser un salon pour les labellisés où ils présenteraient leurs vins aux autres labellisés ?
- ▶ **SYLVAIN ROCHE:** propose des offres famille avec activité enfants autant sur la visite que sur le vin (aromes / toucher / dégustation de sirop de fruits). Sur google 50% des avis ne reposent que sur les animations enfants,

cela coûte en besoin humain uniquement. **Le principal problème du label repose sur l'absence physique des labellisés. Pas de réseaux sans personnes qui le constituent.** La non présence des autres labellisés épuise les autres.

- ▶ **ANNE BÉRUBÉ:** on entend souvent « nous sommes très sollicités, je ne peux pas répondre à tout », il faut s'accorder entre nous.
- ▶ **BARBARA FERRERI:** qu'existe-t-il sur les autres territoires et qui ne se fait pas ici ? **Besoin d'idée.**
- ▶ **PATRICIA SIGUIER:** La suite de ce diagnostic c'est la mise en place d'ateliers de co-construction autour des précaunisations d'Atout Terroir et des idées et besoins de chacun. Ne pas hésiter à solliciter les OT pour du conseil. Objectifs et les clientèles prioritaires pour poursuivre (atelier de co construction)
- ▶ **BERTRAND GELLY:** notre destination est une terre d'histoire - il reste beaucoup de choses à faire en matière d'oenotourisme. En attendant les ateliers de co-construction de l'automne, **BONNE SAISON A TOUS !**



Présentation des résultats et échanges autour d'une dégustation des vins du Château de Raissac

ON RETIENT

la DÉFINITION d'une PRESTATION OENOTOURISTIQUE

C'est une PRESTATION DE SERVICE touristique en lien avec le vin, proposée aux clients et basée sur :

Une IDÉE CONSTRUITE avec **TITRE + TEXTE** bien rédigé, clair et explicatif
des **HORAIRE(S)** et une **PERIODE** sur lesquels on s'engage
un **TARIF** (ou une gratuité mais affichée)

l'**AFFICHAGE** de l'ensemble de ces **ÉLÉMENTS** est **ESSENTIEL**
tout comme l'**ACCÈS A CETTE INFORMATION**

via son site internet, sur les pages dédiées de ses réseaux sociaux, sa page Google my Business,
un affichage physique dans sa structure et partagé avec ses partenaires.

LAETITIA MATHIEU: « L'oenotourisme est une activité à part entière. **Une prestation oenotouristique est constituée d'une multitude de services qui facilitent la découverte de votre activité et ont une valeur économique.** Ils doivent générer une **nouvelle source de revenus** et ne doit pas être calculée sur la simple base du nombre de bouteilles vendues. Une dégustation commentée, construite, avec une valeur économique (même si elle est offerte), une temporalité, une description de ce service est une prestation oenotouristique et vient compléter l'offre Oeno du prestataire. **Plus c'est Clair, construit et complet, plus les gens sont prêts à y mettre le prix** [...] c'est un investissement sur l'avenir.

PROCHAINS RDV En octobre pour des **ATELIERS** afin de **CRÉER ENSEMBLE OFFRES ET POSITIONNEMENT COMMUN.** Pour faciliter les rencontres et les échanges, ils se feront chez les labellisés.