



2022

CHIFFRES ET TENDANCES DE L'OENOTOURISME

Nous vous aidons à réaliser **vos objectifs** !

© Emotio Tourisme SAS - 11 cours de l'Intendance - 33 000 BORDEAUX

fperroy@emotiotourisme.fr - Tel : 06 08 25 36 14

RCS Bordeaux : 494 469 257 000 39 - APE 7022 Z - TVA intracommunautaire : FR 72 494 469 257

#1

L'OENOTOURISME

L'OFFRE OENOTOURISTIQUE

La puissance évocatrice du vin se nourrit d'architecture, de paysages modelés, d'équipements techniques, mais aussi de films, de littérature, d'expériences et surtout d'apprentissage de la dégustation et du mariage avec des cuisines variées.

L'OFFRE OENOTOURISTIQUE

De l'accueil – dégustation à un temps vécu enrichi

- De la charte d'accueil pour le tout venant à l'organisation en initiatives locales pour apprendre à se connaître et faire ensemble, pilotées par les OGD
- Aux initiatives variées (parcours guidés, hébergements qualitatifs, espaces ludiques, prix Great Wine Capitals...)
- Avec des modèles différents selon le degré d'antériorité et la concentration capitaliste de la vitiviniculture (architectures flamboyantes en Amérique du Nord, en Espagne, depuis peu rénovations ou créations ostentatoires en Bordelais, Provence...) : oenotourisme de terroir et culturel en Europe, entertainment autour du Wine Tourism ailleurs dans monde
- Dans un contexte de stagnation de la consommation de vins dans le monde et d'hygiénisme accru en France
- L'oenotourisme français n'en est qu'à ses débuts : comme l'univers des thématiques touristiques sportives (bases de loisirs, stations de montagne, ports de plaisance, clubs de vacances...), le temps est venu pour écrire de nouvelles pages de l'oenotourisme en France

L'OFFRE OENOTOURISTIQUE

Vers des oeno-resorts : au-delà de la simple visite/dégustation

- Les visiteurs passent un temps plus ou moins long sur un site hybride (Hameau Duboeuf précurseur, Monbazillac notre dernière création)
- Une journée de détente (campagne, vins et produits locaux, loisirs, baignade...)
- L'entrée du site est payante et sous douane : le temps imparti a une valeur
- Les sites proposent différents espaces et diverses activités afin de satisfaire l'ensemble des visiteurs qui évoluent en totale liberté : détente, art de vivre, culture
- La vigne, le vin, sont des éléments parmi d'autres autour d'un temps de loisirs



L'OFFRE OENOTOURISTIQUE

En France, comme dans le monde, les prestations œnotouristiques regroupent :

- Des propriétés proposant des **prestations simples d'accueil et de dégustation**. Elles constituent l'essentiel de l'offre œnotouristique en France
- Des propriétés proposant **des activités de découverte des mystères des terroirs, de la vigne et des vins, voire des activités de pleine nature** (différentes formes de balades)
- Des sites proposant des **hébergements et des formules de restauration** (voire de **bien-être**, pour les plus aboutis)
- Des sites proposant tous les services précédents et portés par des investissements puissants en matière **d'art et d'architecture**. Leur communication s'appuie sur des images somptueuses : le luxe est une signature. Le château La Coste en Provence ou Les Sources de Caudalie, en Bordelais, en sont des exemples
- Des **musées et lieux de découverte**, qu'ils soient associés à un domaine, à une coopérative ou à un négociant, ou portés par une collectivité publique ou des mécènes privés. La muséographie et la scénographie en sont les points d'orgue
- Des **cavistes, des restaurants et des hébergements marchands qui poussent à la rencontre avec des vigneron locaux**. Ces structures servent de hub et jouent le rôle d'un office de tourisme viti-vini
- Des **événements** de plus ou moins grande importance (la Percée du vin jaune, Bordeaux fête le vin...)

L'OFFRE OENOTOURISTIQUE

Le spectre de l'offre est large et associe :

- La visite de cave, domaine, château et caveau et la dégustation des produits
- Les randonnées à travers les paysages viticoles : balade gourmande, route du vignoble...
- L'évènementiel autour du vin
- La gastronomie autour des tables et des produits du terroir
- Les prestations chez les producteurs : ateliers, cours, animations...
- Les visites culturelles : musées, monuments, villages, paysages..
- Toute l'offre alliant monde du vin et tourisme

L'OFFRE OENOTOURISTIQUE

Si la **visite des caves et domaines** reste un incontournable, une multitude d'expériences s'offre aujourd'hui à l'œnotouriste : **ateliers de création de son propre vin, nuit chez le vigneron ou au domaine, routes des vins, balades à travers le vignobles, soirées au château, participation aux vendanges...**



DES SITES OENOTOURISTIQUES D'EXCEPTION

Si le marketing a poussé l'œnotourisme américain vers le succès qu'on lui reconnaît c' était pour faire connaître le vin à la population américaine.

En lui fournissant des éléments lui permettant de se construire une culture, le marketing pouvait noter les vins et les prestations touristiques, faciliter le gain de titres dans les guides et les manifestations mondiales.

L'idée géniale des vignerons du Nouveau Monde a consisté à développer l'œnotourisme pour asseoir son image en comblant ce qui lui faisait défaut : le terroir ancien, le patrimoine, l'histoire et la géographie des vignobles et des villages.

Ce modèle déteint aujourd'hui sur nos terres, déjà riches de l'histoire des villages, des vignobles, de la culture et du patrimoine.

La synthèse donne naissance à de nouveaux sites captivants.

DES SITES OENOTOURISTIQUES D'EXCEPTION

Le domaine Rafael López de Heredia en Rioja (Espagne), préfigure, dès sa création à la fin du XIXe siècle, une conception d'ensemble encore d'actualité.

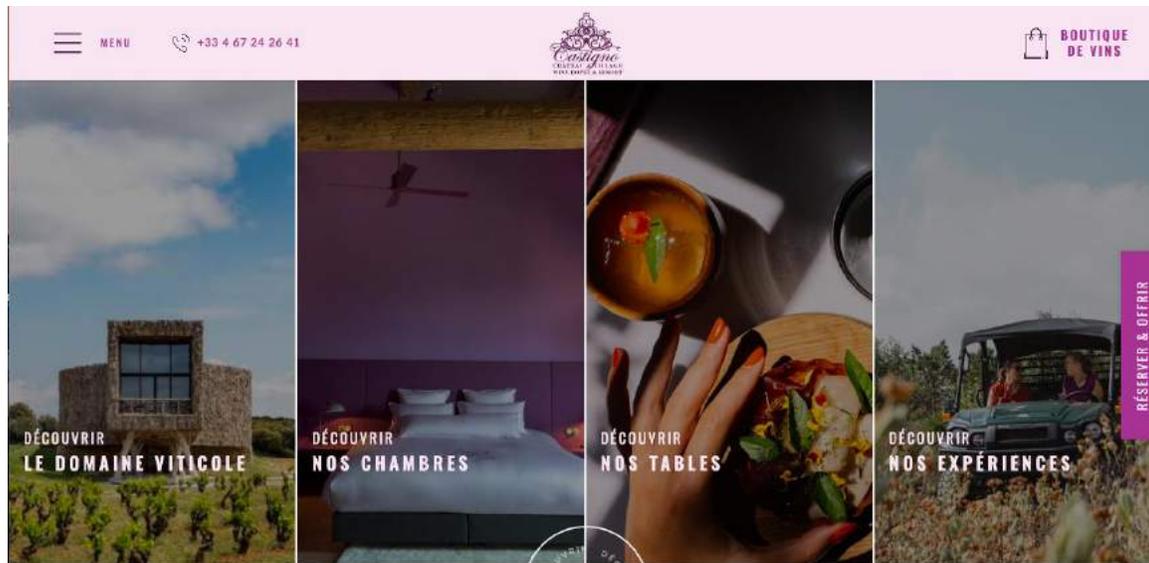
Un site industriel, avec des rails pour l'emport des marchandises, une connexion au Pays Basque et de là, vers Bordeaux.

Depuis, un site à forte dimension architecturale, revisitée dans son pavillon d'accueil par Zarah Hadid.



DES SITES OENOTOURISTIQUES D'EXCEPTION

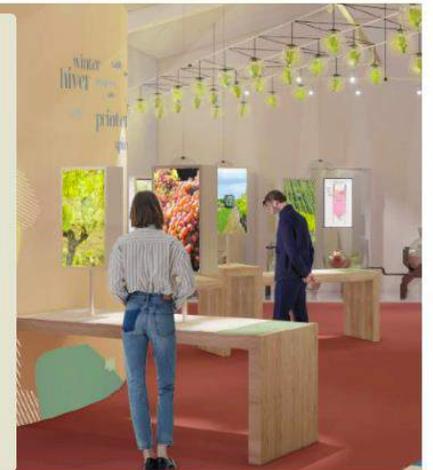
Les nouveaux lieux de l'œnotourisme, à la conception et au design parfois ampoulés, sont le fait d'une alliance d'architectes, de scénographes, de marketeurs et de vignerons ou professionnels du vin convaincus du même concept : la célébration.



<https://villagecastigno.com/fr/>

Le visiteur au cœur d'une exposition immersive

Le visiteur vivra plusieurs expériences interactives et collaboratives qui satisferont sa curiosité. Cette exposition « Noble vin » définira l'identité territoriale et viticole du Monbazillac grâce à plusieurs espaces thématiques dans lesquels le visiteur déambulera librement. Une grande projection murale permet d'embrasser d'un coup d'œil la beauté des vignobles et anime le paysage du terroir de Monbazillac au rythme de la nature. Ce « mapping » favorise l'immersion totale du spectateur en plein cœur de la Dordogne et lui donne, par cette invitation au voyage, le temps de vivre au rythme des saisons, de s'abandonner à la lenteur utile à la contemplation et la découverte. Les interviews des vignerons, du maître de chai rythmeront son parcours comme un dialogue qui se tisserait entre les femmes et les hommes. Le visiteur pourra également renouer avec ses connaissances en consultant les infographies rappelant un savoir-faire ancestral transmis depuis plusieurs générations.



<https://chateau-monbazillac.com/activites/vivre/>

DES SITES OENOTOURISTIQUES D'EXCEPTION

L'hôtel/cave/restaurant/spa Finca de Los Arandinos, dans la Rioja, est l'exemple d'une création moderne composite :

- quatorze chambres
- un restaurant
- un spa
- un chai d'exploitation
- neuf propositions d'expériences à vivre sur place



DES SITES OENOTOURISTIQUES D'EXCEPTION

L'initiative LoisiuM, en Autriche, combine un vaste hôtel design de plus de 80 chambres et un mégasite d'animation et de ventes autour d'expériences œnologiques et gastronomiques.



LOISIUM WORLD OF WINE LANGENLOIS | KAMPTAL „Those who can enjoy, no longer drink wine – they taste secrets“

THE BEST PLACES TO GET IN TOUCH WITH *Wine, Design & Spa*

Inspired by wine,
conceived with design, carried by the spirit,
led with passion.

- Architecture design
- Hôtel, spa, LoisiuM world of wine
- Visites individuelles, groupes, privatisation
- Wine & Food : bistro, terrasse, boutique
- Accueil de séminaires et conférences
- Loisiarte festival :



DES SITES OENOTOURISTIQUES D'EXCEPTION

De nouveaux sites captivants :

Aujourd'hui, l'hybridation œnotouristique se conçoit dans un temps et un modèle favorables : après avoir valorisé des propriétés, elle donne naissance à de nouveaux sites, entièrement élaborés autour du tourisme et des loisirs.

Dans ces créations, le visiteur a davantage affaire à des équipes de salariés qu'aux faiseurs de vignes et de vins.

La rencontre avec ces derniers doit pourtant, à notre sens, encore signer les sites œnotouristiques français.



M Roger Bureau, the legendary *Maître du Chai* of Château Yquem, now retired.

#2

LES EVOLUTIONS DE LA FILIERE VITI- VINICOLE

LES EVOLUTIONS DE LA FILIERE VITI-VINICOLE

Pilier de l'économie française, la filière doit faire face à un certain nombre d'évolution :

- Les aléas climatiques
- La concurrence internationale
- La transmission des exploitations
- L'apparition de néo exploitants
- La féminisation des acteurs et des consommateurs
- L'évolution de la demande
- Le rajeunissement du métier
- L'explosion du bio
- La prise en compte des problématiques environnementales dans la culture de la vigne et la gestion de l'exploitation
- Etc.

Autant d'évolutions qui à la fois, fragilisent et rendent la filière plus agile.

L'oenotourisme apparait alors comme une opportunité de développement pour un certain nombre d'exploitants.

LES EVOLUTIONS DE LA FILIERE VITI-VINICOLE

Selon l'étude d'Atout France « les modèles économiques de l'oenotourisme » réalisée en 2022 auprès de professionnels de la filière et d'acteurs institutionnels nationaux, régionaux ou départementaux :

7,5/10 professionnels de la filière sont satisfaits de leur engagement dans la filière œnotourisme.

Au départ, des motivations souvent économiques : « *augmenter ma part de vente directe* », « *élargir / renouveler mon fichier client* », « *fidéliser ma clientèle* », « *augmenter mon chiffre d'affaires* ».

On observe cependant que les notes de satisfaction relatives à ces motivations sont souvent inférieures à la moyenne.

Malgré tout, ils se félicitent de s'être lancés dans une démarche d'oenotourisme.

Et les motivations considérées comme secondaires au départ pour se lancer dans une telle démarche, sont celles qui obtiennent les plus haut taux de satisfaction et compensent les déceptions initiales : « *partager autour de mon métier et de mon expérience* », « *travailler mon image, ma communication et ma relation client* ». Motivations de long terme.

LES EVOLUTIONS DE LA FILIERE VITI-VINICOLE

Rang selon la motivation		Note satisfaction (/10)	Rang selon la satisfaction	Ecart entre les rangs
1	Travailler mon image ma communication et/ou ma relation client	8,3	2	-1
2	Partager autour de mon métier et de mon expérience.	8,7	1	+1
3	Augmenter ma Vente Directe et une part supérieure de la valeur ajoutée du vin	6,7	8	-5
4	Elargir / renouveler mon fichier clients	7,4	5	-1
5	Fidéliser ma clientèle	7,0	6	-1
6	Générer un nouveau CA	6,8	7	-1
7	Répondre aux attentes de ma clientèle	8,1	4	+3
8	Me distinguer des autres vignerons	8,1	3	+5

Entendu en entretien :

Augmenter la vente directe et générer un CA supplémentaire les fausses bonnes raisons : « L'œnotourisme ne fera jamais vendre plus de bouteilles. Si le vigneron le fait pour ça, il sera déçu »

Répondre aux attentes des clientèles, la finalité non anticipée : « De nombreuses clientèles recherchent le calme, la nature, les activités de plein air, et l'œnotourisme a tout pour répondre à ces aspirations »

Partager autour de son métier et de son expérience, travailler sa communication et son image, les raisons qui tiennent leurs promesse :

« L'œnotourisme ne peut aujourd'hui se limiter à dégustation vente. Il faut créer une expérience. »

La fierté, discrète, à mettre son territoire en valeur et à contribuer à le rendre attractif : « Chacun nourrit la richesse du territoire et son attractivité »

STRUCTURATION DE L'OFFRE

78% des établissements ayant répondu à l'enquête d'Atout France proposent la dégustation gratuite.

Les exploitations de moins de 10ha la proposent à 60%.

Le temps à consacrer à une dégustation et l'investissement requis poussent les plus petites exploitations à rendre la dégustation payante.

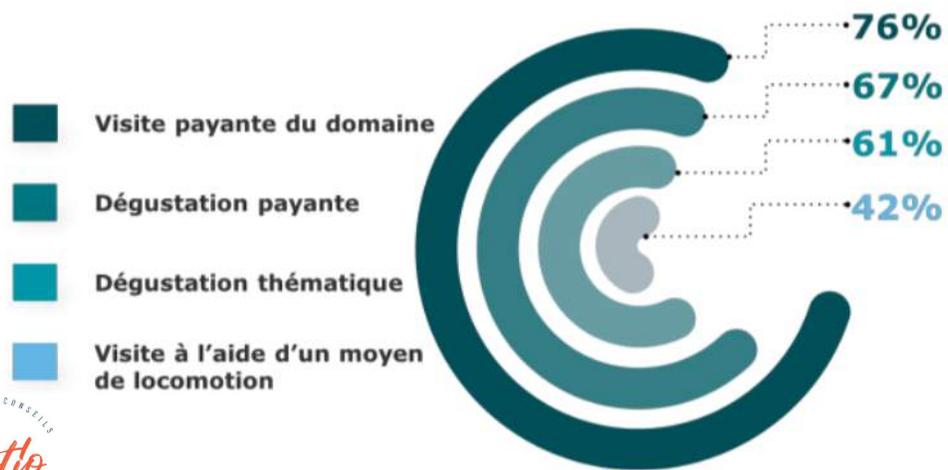
54% des exploitants ayant répondu dans les départements de la Côte d'Or, de la Marne et de la Gironde proposent la gratuité de la dégustation contre 94% dans les autres départements.

Dans ces territoires, précurseurs en oenotourisme, les offres sont souvent packagées et payantes.

STRUCTURATION DE L'OFFRE

Une offre de visite qui se diversifie et devient de plus en plus payante.

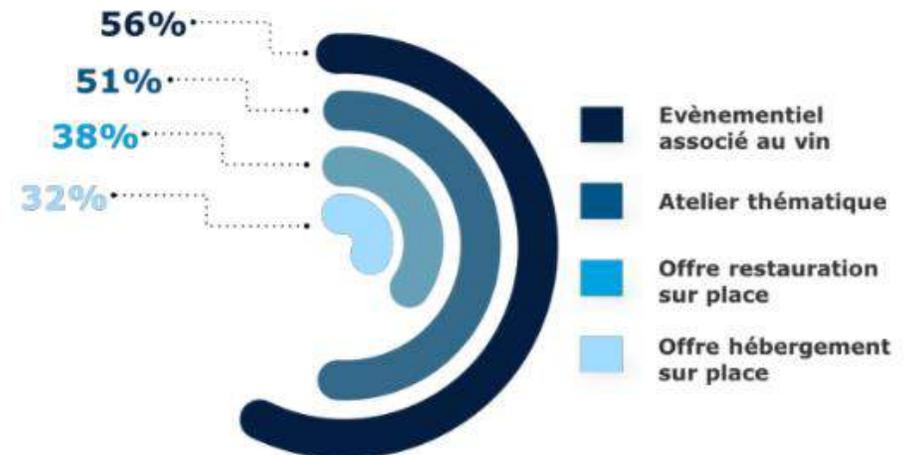
L'offre de visite à l'aide d'un moyen de locomotion est encore peu développée. Dans les petites exploitations, on privilégie les visites à pied qui sont tout à fait adaptées. Sur les territoires aux flux touristiques importants, la prestation est souvent assurée par des prestataires externes.



Les activités annexes se développent mais restent plus confidentielles

Les produits les plus emblématiques tels que l'hébergement ou la restauration sur place restent encore minoritaires. Alors que les activités événementielles, plus simple à développer, prennent de plus en plus de place.

Evidemment, la diversité de l'offre œnotouristique tend à s'intensifier avec la taille de l'exploitation et/ou sa localisation dans un territoire prisé.



STRUCTURATION DE L'OFFRE

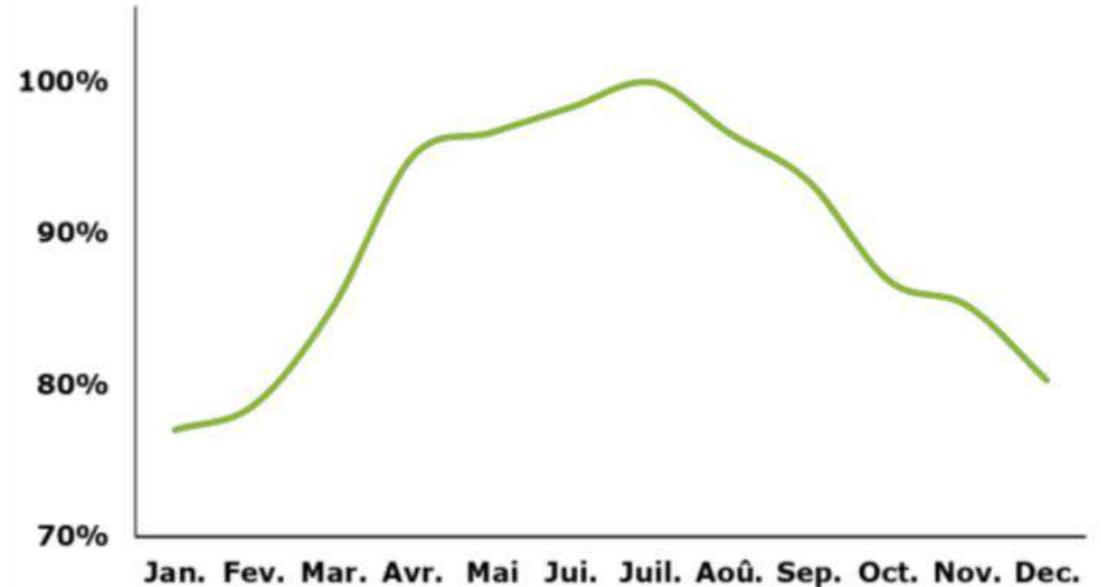
Des jours et horaires de visites fixes

- 83% des exploitations analysées par l'étude Atout France ont instauré des jours et horaires fixes consacrés à l'oenotourisme.
- Les petites exploitations pratiquent moins des plages horaires fixes.

Taux d'ouverture

- Un taux d'ouverture élevé tout au long de l'année (+ de 70%)
- Une ouverture majoritairement pratiquée d'avril à septembre

Taux d'ouverture mensuel pour les activités œnotouristiques



LES MODES DE COMMERCIALISATION

- Une commercialisation des prestations multi-canaux
- La vente en directe est privilégiée

Principaux modes de commercialisation des prestations œnotouristiques



Entendu en entretien :

Le basique qui fonctionne toujours, le panneau au bord de la route

« Attention, le bon vieux panneau est toujours très très efficace »

DES RELATIONS HUMAINES, À LA RENCONTRE DU VIGNERON

Une question récurrente demeure. Elle concerne la relation humaine.

Qui sont les hommes ou les femmes de l'art aux commandes ? Sont-ils accessibles ? Nous garantit-on une dégustation pilotée par un vigneron(ne) ?

Alors qu'ailleurs dans le monde le visiteur d'un site œnotouristique a généralement affaire à un professionnel salarié, souvent formé aux relations publiques et à la dégustation, en France et dans le pourtour européen alpin, on reste attaché à être reçu et pris en main par le vigneron.



APPROCHE OENOTOURISME RESPONSABLE

Le secteur viticole se réinvente face aux enjeux environnementaux actuels.

Cela passe avant tout par un changement dans les modes de production des vins vers des procédés plus durables.

Mais cela passe aussi par une nouvelle façon de concevoir l'oenotourisme avec notamment des investissements dans des infrastructures touristiques écoresponsables aussi bien en matière d'hôtellerie que de restauration locale et gastronomique.

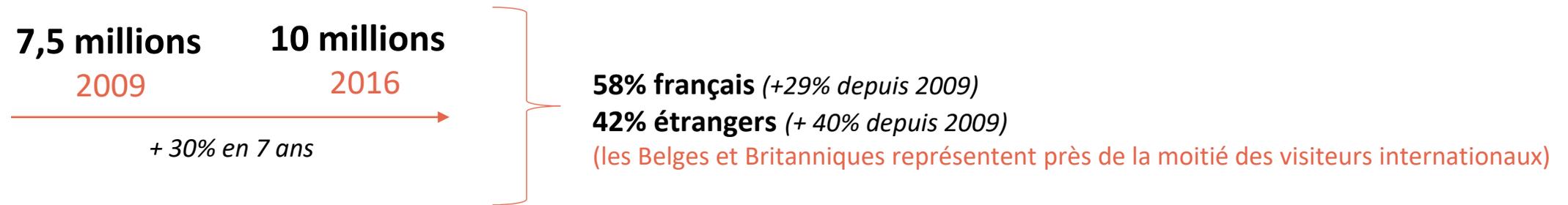


#3

LA DEMANDE

L'OENOTOURISME EN FRANCE

Nombre d'œnotouristes en France :



Un **fort développement de l'œnotourisme** en moins de 10 ans.

10 millions d'œnotouristes accueillis en 2016, dont **près de la moitié de clientèles internationales**.

Les dépenses globales des œnotouristes sont estimées à **5,2 milliards d'euros** [2016].

L'OENOTOURISME EN FRANCE

Un succès qui s'explique par **l'envie de plus en plus prégnante d'aller à la découverte des trésors et savoir-faire faire de nos terroirs** et par **les efforts réalisés par les acteurs du secteur pour professionnaliser l'offre et l'enrichir** grâce aux nouveaux équipements ouverts récemment.

Sur le terrain, les effets de la labélisation « **Vignobles & Découvertes** » ainsi que d'autres initiatives locales de **structuration de l'offre** permettent de **faire travailler ensemble les acteurs concernés par la venue des touristes en quête d'expériences vitivinicoles mémorables.**



REPONDRE AUX ATTENTES DES OENOTOURISTES

Répondre aux attentes des Epicuriens

Ils privilégient l'hédonisme et le plaisir de sens (soins, goût, plaisir, bien-être, paysage, etc.).

- Proposez des accords mets-vins (vin/fromage, vin/chocolat, etc.)
- Créez des ateliers cuisine, des ateliers chocolat, etc.
- Inventez des dégustations câlines... (massages et dégustations, par exemple)
- Recommandez des restaurants dont vous connaissez la qualité gastronomique
- Collaborez avec des producteurs du terroir

Répondre aux attentes des Explorateurs

Ils privilégient l'échange avec le producteur, l'intimité des caves et dénicher des vigneron peu connus.

- Pensez à valoriser, à parler de « l'histoire du domaine » durant vos visites
- Privilégiez un caveau à taille humaine et sans ostentation
- Affichez les portraits des générations précédentes, de l'évolution du domaine
- Offrez un cadeau de départ « personnalisé », « privilégié »
- Evitez de recevoir plusieurs visiteurs/groupes à la fois

Répondre aux attentes des Classiques

Ils ont un grand nombre d'autres activités (culturelles, etc.) en dehors du vin.

- Créez des offres regroupant plusieurs activités (dégustation et repas, dégustation et visite d'une galerie, d'un musée, d'un artisan, etc.)
- Collaborez avec d'autres acteurs régionaux pour augmenter votre attractivité
- Proposez des balades œnoturistiques
- Développez le volet patrimonial de l'activité (vieux pressoir, anciennes cuves, etc.)

Répondre aux attentes des Experts

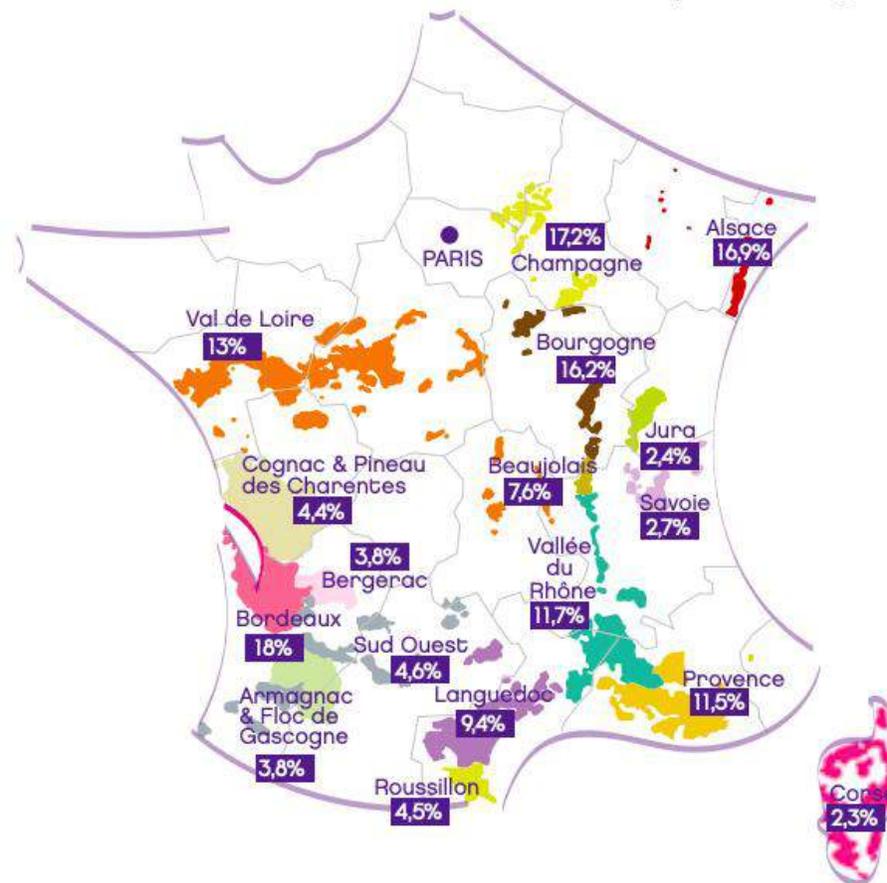
Ils apprécient le vin et voient leurs visites comme l'occasion de développer leurs connaissances.

- Présentez vos solutions, vos choix techniques
- Privilégiez le discours axé sur la découverte, les nouveautés
- Evitez les discours formatés destinés aux visiteurs « lambda »
- Adaptez la visite, la dégustation à des « connaisseurs », (proposez un ancien millésime exclusif, un met oublié)

Source : Le petit manuel destiné aux acteurs de l'œnotourisme Vaudois – 2^{ème} édition

L'OENOTOURISME EN FRANCE

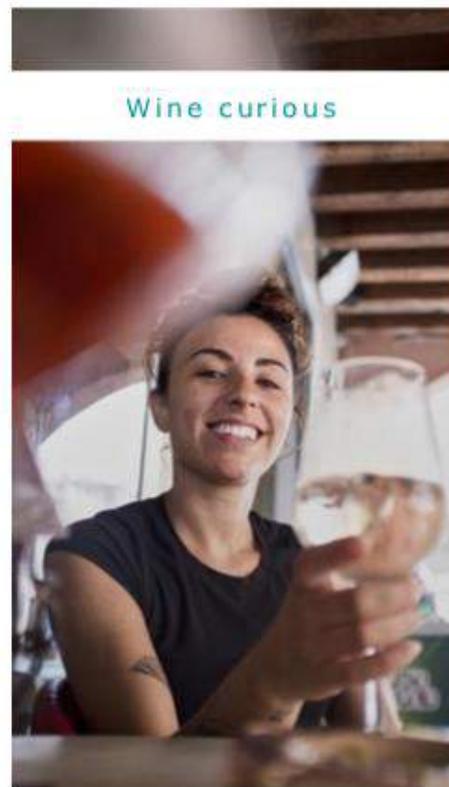
Répartition des vignobles visités en 2016 par les oenotouristes



Source : Atout France

PERSONA DE LA REGION

2 profils investigués



PERSONA DE LA REGION – WINE CURIOUS

Profil :

- Entre 25 et 40 ans – CSP A ou B
- En couple, principalement avec enfants
- Des épicuriens qui ont une vie sociale développée
- Des urbains en recherche d'évasion
- Des curieux, qui s'intéressent à de nombreuses thématiques

Les wine curious



Sortie & restaurant



Curieux & épicuriens



Pluralité de passions



Nouvelles expériences



Sportifs



Vie sociale



PERSONA DE LA REGION – WINE CURIOUS

Leur rapport au vin :

- Une passion qu'ils apprécient pour sa complexité et le plaisir qu'il procure, mais dont ils maîtrisent partiellement le langage / les codes
 - Une passion développée au cours de différents repas, entre amis à la maison ou au restaurant
 - Une faible expertise, qu'ils ne cherchent pas absolument à combler
 - Ils aiment découvrir, apprendre et visiter mais principalement déguster
 - Très peu ont une cave chez eux, ils achètent directement chez un caviste selon leurs besoins
- Une passion que l'on retrouve parfois au cours de leurs voyages
 - Notamment dans les restaurants, où ils découvrent la gastronomie et le vin local
 - Et si l'occasion se présente, sur conseil de locaux ou d'avis Internet, ils se rendent chez un producteur pour découvrir son domaine, ses vignes et déguster directement sur place
 - Une activité choisie avant tout par curiosité, mais qui n'est pas au cœur de leur séjour dans la région

Les attentes relatives à un séjour :

- Un séjour insolite, avec une multitude d'expériences
- Des expériences liées au vin, mais pas seulement. Découvrir la culture viticole n'est pas une priorité de leur séjour, c'est une activité parmi d'autres. Ils préféreront découvrir via la pratique ou la dégustation que via des cours théoriques ou des musées :
 - Participer à quelques étapes de la production : récolter le raisin, l'égrappage, le foulage, la mise en bouteille
 - Et surtout la possibilité de déguster directement sur place – accords mets-vins

PERSONA DE LA REGION – WINE LOVERS

Profil :

- Entre 35 et 55 ans – CSP A ou B
- En couple, principalement sans enfant
- Des épicuriens qui aiment profiter de la vie et de ses plaisirs, notamment culinaires
- Des amoureux de la nature, qui ont décidé de quitter la ville pour retrouver un cadre de vie plus calme
- Des passionnés qui prennent le temps de s'informer et s'instruire sur un sujet

Les wine lovers



Gastronomie

AMAP



Passionné



Oenologie



Connexion avec la nature



Épicurien

Culture



Sportif



PERSONA DE LA REGION – WINE LOVERS

Leur rapport au vin :

- Une passion qui est finalement assez récente, et qu'ils ne considèrent pas maîtriser encore sous tous ses aspects
 - Une passion développée grâce à des amis, des proches...
 - Une expertise construite via des livres, des guides, des cavistes, des visites de caves, châteaux et parfois quelques cours
 - Mais qu'ils entretiennent surtout en continuant à déguster, découvrir et rencontrer des producteurs
 - Une passion qu'ils partagent en couple
- Une passion au cœur de leur organisation de voyages
 - La production vinicole d'une région entre toujours en considération lors de leur préparation de séjours
 - Planifiée ou non, la visite de caves, de châteaux et la rencontre de producteurs est toujours au programme de leurs vacances
 - De même pour les restaurants, qu'ils choisissent via des guides (Michelin) ou sur des sites (Tripadvisor) pour leur gastronomie et leur cave
 - Ils ne rentrent jamais d'un séjour sans avoir acheté des bouteilles de la région

PERSONA DE LA REGION – WINE LOVERS

Les attentes relatives à un séjour :

- Un équilibre entre culture, activités sportives et plaisirs gustatifs
- Des expériences autour du vin pour se démarquer
 - Loger dans le château ou des gîtes 1 ou 2 nuits, en couple ou entre amis, afin de profiter pleinement du domaine, de visiter les vignes (à vélo ou à pied) et les caves
 - Profiter d'une expérience spa – à l'image du spa Caudalie – pour se détendre
 - Avoir accès à un restaurant gastronomique axé autour du vin et des accords
 - Rencontrer les producteurs, leur histoire et apprendre à leurs côtés
 - La possibilité d'investir dans le domaine, en achetant une parcelle, afin d'aider financièrement et d'obtenir le fruit de la récolte tous les ans

#4

LES TENDANCES

TENDANCES OENOTOURISTIQUE

Expérientiel

- Créer l'assemblage de son vin
- Visites et journées dans les pas d'un vigneron : vendanges, participation aux travaux de la vigne, visites, dégustations
- Visites en vélo, tuk-tuk, montgolfière, taxi anglais, moto, side-car, à cheval etc.
- Dégustations dans les arbres
- Baptême de l'air au dessus des vignes
- Nuit dans un foudre en bois

Vin et bien-être

- Vinothérapie
- Sophrologie et vin
- Massages au domaine

Pratiques écologiques

- Viticulture raisonnée, biologique et biodynamique

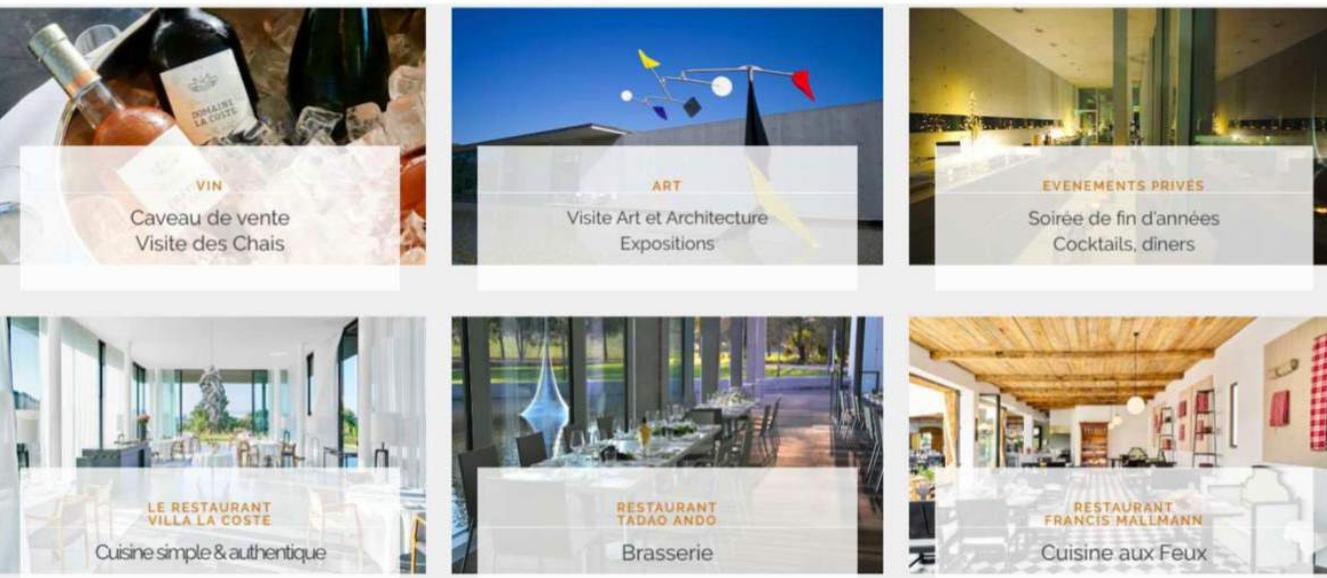
Événementiel

- Portes ouvertes
- Fêtes du vin
- Pique-Nique chez le Vigneron Indépendant®
- Les Grands Crus musicaux se déroulent chaque été dans de prestigieux châteaux viticoles

Activités ludiques et en famille

- Escape Game
- Dégustations en famille (vin pour les adultes, jus de raisin pour les enfants)
- Chasses au trésor et jeux de piste
- Animations et parcours sensoriels : ateliers toucher, senteur, musée, dégustation dans le noir..

LES CLEFS DE LA REUSSITE : **UNE OFFRE VARIÉE**



chateau-la-coste.com



domainedefontenille.com

VISITES GUIDEES THEMATIQUES

Différents parcours : découverte, histoire, savoir en fonction de l'envie et des connaissances de chacun.

RÉSERVEZ

VOTRE VISITE GUIDÉE

Château la Verrerie invite au partage, à la transmission. Le domaine programme ainsi trois parcours thématiques, sur réservation, conçus comme des promenades pédagogiques avec nos sommeliers passionnés pour guides. Des vignes au chai, avec la découverte de l'un des rares chais d'élevage en foudres des environs, une lecture touchante de notre univers. Château la Verrerie invite tous les amoureux de la Provence à des échappées sensibles.



PARCOURS
DÉCOUVERTE

Une initiation.
Accueil, dégustation gratuite,
et vente de vins bios.

Réserver



PARCOURS
HISTOIRE

Une immersion captivante.
De nos vignes à nos créations :
2000 ans d'histoire par nos équipes.

Réserver



PARCOURS
SAVOIR

Un regard sensible.
Notre savoir-faire en vinification,
par notre sommelier.

Réserver

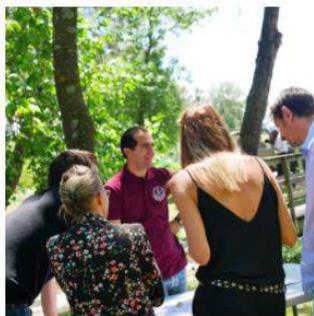
VISITE IMMERSIVE – L'ODYSSEE DE LA ROSE

Visite d'avril à septembre :

- Découverte du cycle de la vigne au fil des saisons, de la taille aux vendanges ainsi que le processus d'élaboration des vins de Pauillac
- Projections vidéos
- Mises en lumière
- Spectacle immersif dans le grand cuvier
- Chasse aux trésors pour les enfants



ACTIVITÉS ET ANIMATIONS DIVERSES



Murder Party

Entrez dans la peau de ceux qui font le vin : le Chef de Culture, le Maître de Chai et les œnologues ont beaucoup de secrets...

EN SAVOIR PLUS



Escape Game

Trouvez la formule pour sortir du chai ! Faire du vin est plus compliqué que ce que vous n'imaginez...

EN SAVOIR PLUS



Atelier création vin

De la vigne jusqu'au bac de tri, imaginez votre propre vin. Réfléchissez chacune de vos actions selon leur impact social et sociétal, économique et environnemental.



Atelier assemblage

Dégustez plusieurs vins à la barrique et assemblez-les : réalisez votre propre cuvée !

EN SAVOIR PLUS



Accords mets & vins

Surprenez vos sens avec des accords mets locaux & vins de la maison.

EN SAVOIR PLUS



Dégustation verticale

Comme les vrais œnologues, dégustez différents millésimes d'une même cuvée. Du plus jeune au plus vieux : découvrez les subtilités du vin.

EN SAVOIR PLUS

ENTRE OENOTOURISME ET ART



≡
MENU



La forêt des sens, parcours de land'art

Découvrez la Forêt des Sens, attenante au domaine viticole.

Cette promenade vous plongera au cœur d'un parcours artistique, esthétique et résolument poétique.

En famille, en couple ou entre amis, venez vivre cette expérience unique.

Cabanes perchées, sculptures...

Ce musée à ciel ouvert de 10 hectares éveille la curiosité et les sens. Ponctué des œuvres d'artistes contemporains majoritairement bordelais, cette balade immersive ravira tous les publics.

Cabanes perchées, sculptures en accord ou en dissonance avec leur environnement, points de vue, jardin de plantes de phytothérapie et miellerie sont parmi les points d'attraction du parcours.

Une manière ludique et libre de découvrir la philosophie de travail du Château Smith Haut Lafitte à travers le respect de l'environnement et de la biodiversité.



Source : étude Abaque

smith-haut-lafitte.com/la-foret-des-sens



chateau-la-coste.com

OFFRE EXPERIENTIELLE

Château Kirwan : l'éveil des sens



DURÉE : 2h30

Introduction à la propriété et son histoire
Initiation à la dégustation de cépages par lots
Apprentissage des spécificités des cépages selon leur parcelle d'origine
Initiation aux techniques et codes de l'assemblage

TARIF:

225€ TTC par personne

Sur réservation

ATELIER OENOLOGUE D'1 JOUR
Percer les mystères de l'assemblage



DÉROULÉ

2h30 d'initiation à l'assemblage d'un parfum
30/45mins de visite guidée et de dégustation de nos 2 vins avec une gourmandise

TARIF:

133€ TTC par personne (10 personnes minimum)

Sur réservation

ATELIER PARFUMEUR CRÉATEUR D'UN JOUR
Imprégné-vous des arômes des vins de Kirwan

La dégustation sous hypnose

VIN SOUS HYPNOSE

ACCUEIL

DÉROULE

PROFESSIONNELS

PARTICULIERS

Vin sous Hypnose :
déguster... autrement !



Déroulé de l'expérience

1- Mise en "bouche"

L'œnologue transmet aux participants l'essentiel des clés de dégustation, pour ensuite encore mieux se laisser transporter par l'aventure sensorielle

2- Découverte et apprentissage de l'auto-hypnose

L'hypnologue enseigne des techniques simples mais puissantes pour créer rapidement un état de présence hypnotique idéal pour une dégustation hors normes

3- Immersion dans les vignobles et la dégustation

De l'enracinement de la vigne à la mise en bouteille, apprenez à apprécier la personnalité unique de chaque cuvée dans un état de conscience amplifiée

4- Conclusion de l'expérience en beauté

Après un retour en douceur et avec tous les bons souvenirs, un temps d'échange permet de s'assurer de la satisfaction des participants

Vinsoushypnose.fr

OFFRE EXPERIENTIELLE



DOMAINE VITICOLE

Vendanges au Château de Pommard

Récolte des grappes avec l'équipe des vendangeurs, découverte des techniques de vinification et d'agriculture biodynamique, visite de la cuverie avec la table de tri (l'occasion de déguster des jus en fermentation), approche professionnelle de la...

POMMARD

Faire les vendanges au Château de Pommard

la Halte des Pèlerins VIGNOBLE

ACCUEIL VISITES RÉCEPTIONS VINS CONTACT ENGLISH

VIVRE LES VENDANGES À SHERBOOKE

- Cueillette des raisins
- Foulage et pressage des fruits
- Initiation aux étapes de transformation en compagnie du vigneron Marco Corbin
- Pause et dîner gourmands arrosés de nos vins
- Journée complète d'activités et d'animation
- De 8 h 30 à 15 h
- Les fins de semaines de septembre et octobre
- Réservez dès maintenant!

39 \$ (taxes incluses)

Expériences des vendanges – Sherbrooke (Québec)

En Alsace

Fédération - Oenotourisme | Particulier



Les Vignerons Indépendants d'Alsace proposent aux touristes de se mettre dans la peau d'un vendangeur le temps de quelques heures : formules de 30 € / pers à 45 € / pers

EN FAMILLE



VISITES ET ATELIERS POUR PETITS ET GRANDS

Afin de vous garantir une prestation de qualité en toute sécurité, nous avons mis en place le dispositif suivant: - Installation d'une signalétique pour vous accompagner dans...



La vigne en famille – Château Corneil Figeac

« Découverte de la vigne et de la vinification pour les enfants, de 3 à 15 ans. Les enfants partiront dans les vignes pour récolter raisins, feuilles, cailloux et découvriront les rôles de chacun. Ils apprendront aussi à déguster du jus de raisin comme des pros et mettront étiquettes et capsules eux-même sur une bouteille. Pendant ce temps, les parents pourront déguster 2 vins du Château Corneil-Figeac. »

Découverte du sentier viticole avec "Géocaching"

- Découvrir des objets relatifs au monde de la vigne et du vin
- Participer à la plus grande chasse au trésor du monde
- Parcourir le sentier viticole Sierre-Salgesch en s'amusant



Durée: 2h Salgesch - Collection de cépage (aller-retour)

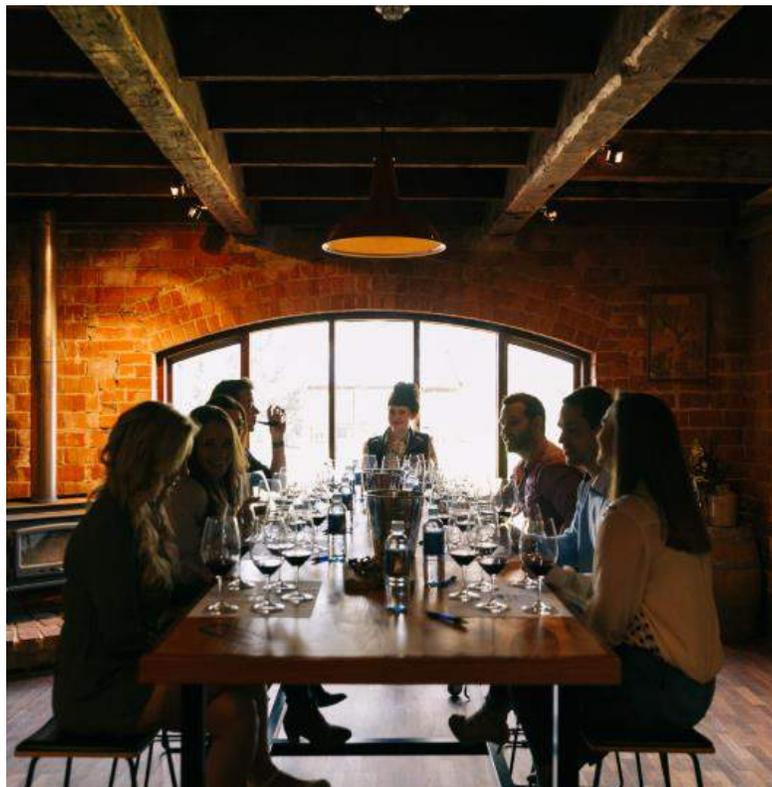
Lieu: le Sentier viticole du Musée du Vin

Condition: télécharger l'application "géocaching"

Prix : Gratuit

Le sentier viticole du Musée du Vin - Valais

DEGUSTATION PREMIUM EN PETITS GROUPES



Wirra Wirra – Australia



St Hugo – Australia



Pago de Carraovejas

SEJOURS OENOTOURISTIQUES : PARENTHÈSE VIGNERONNE

UNE **rencontre** AVEC LES **Grands Crus** D'Alsace

À PARTIR DE

145 €*

PAR PERSONNE

Votre séjour

- 1 nuit en chambre double avec petit-déjeuner
- 1 dégustation originale et unique chez un vigneron
- 1 dîner accords mets et vins " Parenthèse Gourmande "

* offre soumise à conditions, valable du 1er janvier au 31 décembre 2020

EVENEMENTIEL

Un planning événementiel régulier au vignoble de Francis Ford Coppola



◀ February 2021 ▶

Tue	Wed	Thu	DAILY ACTIVITIES
2	3	4	<p>First Flight Experience Enjoy a flight of our limited production wines such as Archimedes, Eleanor, and Francis Coppola Reserve. This tasting will showcase the specialties of the Sonoma region vineyard sites behind our most coveted selections.</p>
9	10	11	<p>Bottling Ballet Mecanique Named for the little dance wine bottles do while moving across the bottling line, this tasting will give you a sneak peek at our state-of-the-art bottling facility. We'll begin with an overview of our property, teach you about our various appellation and vineyard practices, and tell you the stories behind each of our wine labels (Teaser: they all carry personal significance to Francis).</p>
16	17	18	<p>Sonoma Inclusive Tasting Enjoy a taste of Sonoma County with our Sonoma Inclusive Tasting. Including wines like Francis Coppola Reserve, Director's Cut, Director's, and Pitagora, this tasting highlights the uniqueness of wines that hail from this region.</p>
23	24	25	<p>Diamond Collection Claret & Pavilion Tasting</p>



VIEW ALL EVENTS

RECOMMEND TO A FRIEND

Tweet Like

Wine Family Wednesdays (Weekly Event)

WINE FAMILY
Members Only

Every Wednesday
5pm-7pm

Every Wednesday at **RUSTIC** is Wine Family Wednesday! Join us from 5pm-7pm and receive 15% off your meal.

Make reservations online or by calling (707) 857-1485 with your desired dinner time and number in your party.

For questions, please contact our Wine Family team at membership@franciscoppolawinery.com

Not a Wine Family Member? Join today for your first wine collection!



VIEW ALL EVENTS

RECOMMEND TO A FRIEND

Tweet Like

Virtual Paint Night - March

WINE FAMILY
Members Only

March 20, 2021

6:00 pm – 8:30pm (Pacific Time)

\$45 + tax and shipping per member (limit 4 per membership)

\$50 + tax and shipping per member's guests (limit 6 per membership)

Sold out.

Join us for an evening of creativity as we paint, sip, and relax in the ultimate casual setting – your home!

We'll provide everything you need for the evening – paint, brushes, canvas, and a bottle of Director's Cut Cinema Red Blend. Then join us online for a live, virtual painting seminar as the artists from Painted Cellars walk us through each step as we create our own painted masterpieces!

EVENEMENTIEL

Prog théâtre, cinéma, concerts... au château Gassier



CHÂTEAU GASSIER



L'expérience 6ème Art à la belle étoile #8

Théâtre dans les vignes

Vous souhaitez vivre une expérience originale et culturelle ? Le Château Gassier vous propose de venir assister à une pièce de théâtre en plein air au cœur de son vignoble. Un moment unique de partage dans un environnement exceptionnel!

PROGRAMMATION PROCHAINEMENT



L'expérience transat & 7ème art #5

Le cinéma en plein air

Difficile de rêver plus beau décor pour profiter d'une séance de cinéma en plein air ! Dès la tombée de la nuit, confortablement allongé dans un transat, le dépaysement est garanti. Au plaisir des yeux se conjuguera aussi celui des papilles : un Food Truck offrira la possibilité de se restaurer sur place, le tout accompagné des vins de la maison !

PROGRAMMATION PROCHAINEMENT



L'expérience magie nocturne #6

La tête dans les étoiles

Venez découvrir la voûte céleste en compagnie des Astronomes Amateurs Aixois de l'Observatoire de Vauvenargues. Loin de toute pollution lumineuse, le Château Gassier vous invite à observer le ciel de la Sainte-Victoire grâce à des télescopes et lunettes d'observation pour une immersion dans les nuits d'été de Provence. Repartez avec des étoiles plein les yeux !

PROGRAMMATION PROCHAINEMENT



L'expérience musique & vin #7

Concerts

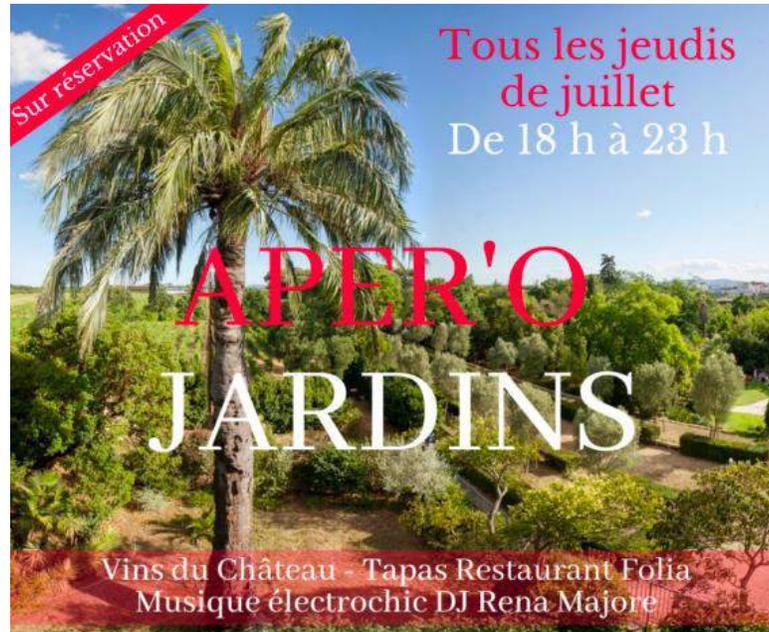
Une pause s'impose. Venez profiter d'un moment de détente dans un cadre idyllique. En famille ou entre amis, Château Gassier vous invite au cœur du vignoble pour un moment en musique teinté de rosé.

PROGRAMMATION PROCHAINEMENT

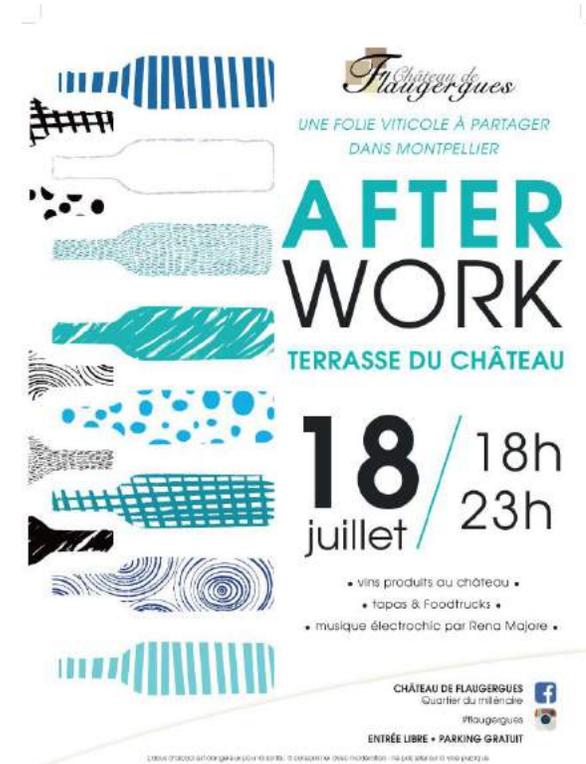
Château Gassier

EVENEMENTIEL

Apéro et after work au Château de Flaugergues



« Dégustez nos nouveaux millésimes en accord avec les tapas « bento apéro » du Folia, à partager (entre 2 et 4 personnes). Mange-debout et tables investissent l'ensemble des jardins, pour une soirée gourmande et festive, toujours dans une ambiance électrochic concoctée par le DJ Rena Majoire. »



« Pour la 4ème année, la terrasse du Château va s'animer à l'occasion d'une édition prestige. L'art de vivre languedocien est à portée de verre avec vue sur les jardins à la française. Un rendez-vous convivial et electrochic autour des vins du château, à vivre entre amis ou équipe, à Montpellier. »

EVENEMENTIEL

Sensitive festival : musique électronique et vins



« En plein milieu des vignes de ce domaine viticole, les participants pourront s'échapper le temps de 24h avec des dégustations de vin, visites du domaine, jeux en bois géants, massages ou arts plastiques. Le but : re-connecter tous les sens du festivalier via l'ouïe (musiques électroniques), le goût et l'odorat (dégustations de vins naturels et locaux), la vue (avec les nombreux spectacles proposés) et le toucher (grâce aux ateliers).»

VIN ET BIEN ETRE



Les sources de Caudalie

En France, vinothérapie au pays du vin jaune



Le Château de Germiney, Relais & Châteaux des vignes. Château de Germiney / Service de presse



Château du Planquey



Domaine Bovy

SPORTS ET LOISIRS



Qi Cong dans les vignes – Parenthèse Vigneronne



Painting course
The art of Relaxation



Les Musicales dans les Vignes



Java Trail Run (South Africa) – Van Loveren Family Vineyards



Wine and surf, pour une journée entre océan et vignoble
Château Vieux Mognac proche Saint Emilion en
partenariat avec l'école de Surf HCL à Lacanau Océan.

Le sport est une activité fédératrice : le vélo (ancien monde) ou le segway (nouveau monde) sur les routes des vins sont des formules qui se développent partout dans le monde.

MOBILITÉS DOUCES ET OENOTOURISME

LA
BULLE
VERTE

— TROUVER UNE BULLE VERTE

— ACTUALITÉS

— DEVENIR HÔTE

✓ FR

Inscrivez-vous à notre newsletter "Dans la Bulle" et recevez nos bonnes adresses pour explorer le patrimoine français !

Renseignez votre e-mail



LA BULLE VERTE

L'EXPLORATION TRANQUILLE

Bienvenue dans l'univers Bulles Vertes ! Partez explorer les pépites de notre patrimoine culturel, gastronomique et naturel de façon éco-responsable, à votre rythme et en totale immersion.

Trouver une Bulle Verte

LE CONCEPT

Une bulle verte est une éco-station de services conçue autour des mobilités douces et proposant des itinéraires - découverte avec points d'intérêts. Elle est la solution idéale pour découvrir un lieu à partir de contenus originaux dévoilés au fur et à mesure des parcours.



RECHARGEZ VOS BATTERIES

Conçue pour et autour des mobilités décarbonées, chaque éco-station associe service de recharge universel et accéléré pour véhicules électriques et supports de mobilités douces (vélos électriques, trottinettes électriques...).



EXPLOREZ NOS TERROIRS

Chaque parcours vous fera découvrir l'histoire, le patrimoine et les spécificités locales via des contenus textes, audio ou vidéo créés sur mesure pour une immersion totale. À explorer à pied, à vélo électrique ou en trottinette tout-terrain...

BALADES SONORES DE BORDEAUX TOURISME

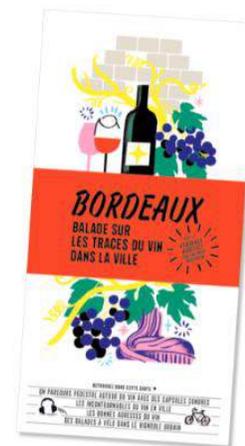
visiter bordeaux

Découvrir Bordeaux

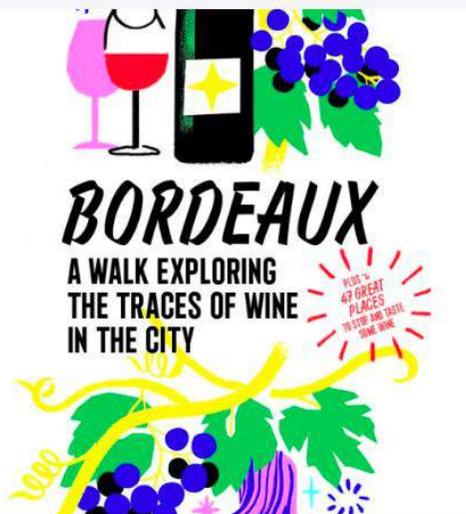
Découvrir le vignoble

Balades fluviales

Autour de Bordeaux



Accueil > Découvrir Bordeaux > Parcours & jeux de piste > Bordeaux, balade sur les traces du vin dans la ville



EXPÉRIENCE

Bordeaux, balade sur les traces du vin dans la ville

Dès 3€ / pers.

Muni de votre carte, votre smartphone et vos écouteurs, partez pour une exploration à la fois historique, ludique et épicurienne. Lors d'une balade d'environ deux heures, vous parcourez la ville, du CIVB (Conseil Interprofessionnel du Vin de Bordeaux) jusqu'à la Cité du Vin pour voir, écouter et comprendre comment la culture et le commerce du vin ont rythmé et façonné le Port de la Lune durant des siècles.

- Une jolie carte collector illustrée
- 25 points d'intérêt et 21 bonnes adresses du vin au recto
- 19 incontournables du vin et 26 bonnes adresses au verso
- Inclus : 4 capsules audio pour un voyage sonore inédit
- En option : 3 boucles à vélo

VOIR LES DATES / RÉSERVER

Détails sculptés, ruelles pavées, vignes palissées... chaque étape de ce parcours révèle **l'âme vigneronne de la ville**, parfois insoupçonnée.

Quatre capsules audio accessibles via un QR Code prolongent votre balade par un **voyage sonore**. Sur le verso, piochez parmi une vingtaine de lieux incontournables à découvrir en autonomie, accessibles à pied ou en transports en commun : monuments, musées, patrimoine ou châteaux viticoles, chacun des points référencés raconte à sa façon, l'histoire d'amour qui lie Bordeaux avec le vin.

Et si le cœur vous en dit, faites une **pause dégustation** dans l'une des nombreuses adresses référencées sur votre carte. Cavistes et bars à vin vous accueillent pour partager avec vous l'histoire du vin d'aujourd'hui.

Durée : 2h30 - 3 kilomètres.

La carte collector vous sera remise à l'Office de Tourisme de Bordeaux sur présentation du bon d'échange reçu lors de l'achat (en version imprimée ou sur smartphone). Le parcours démarre devant le CIVB, 1 cours du 30 juillet 33000 Bordeaux. Emportez avec vous votre smartphone et vos écouteurs.

LE VIRAGE DU DIGITAL

De la vente en ligne à la dégustation virtuelle, en passant par la balade géolocalisée et la visite virtuelle, le virage du digital est bien amorcé chez les acteurs de l'oenotourisme.

Digital Tasting

3 Prodotti

Ordina per Scelti da noi



Box Digital Tasting
#PASSIONESENTIMENTO

54,90 €

- 1 +

Aggiungi al Carrello



Box Digital Tasting #PASQUAICONS

74,90 €

- 1 +

Aggiungi al Carrello



Box Digital Tasting #FAMIGLIAPASQUA

89,90 €

- 1 +

Aggiungi al Carrello



DEGUSTATIONS HORS LES MURS

Coffret dégustation « Jeu de Goût »

Quelle est la différence entre un vin élevé en barrique et un vin élevé en cuve ? Quel goût a un merlot ou un cabernet Sauvignon tout seul ?

Apprenez en famille ou entre amis à reconnaître les cépages, l'apport de l'élevage, et le subtil art de l'assemblage !

Le coffret contient 6 demi-bouteilles (37,5cl) de Château Bardins :

- 1 bouteille de merlot élevé en barrique de chêne
- 1 bouteille de merlot élevé en cuve
- 1 bouteille de Cabernet Sauvignon élevé en barrique de chêne
- 1 bouteille de Cabernet Sauvignon élevé en cuve
- Et ... 2 bouteilles de l'assemblage final qui les regroupent : le Château Bardins 2015 !



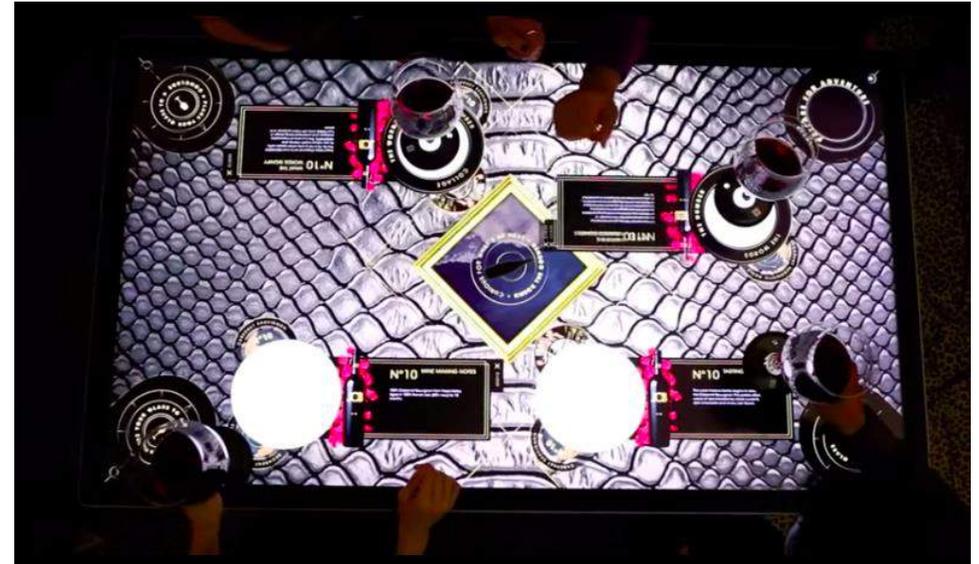
Commander un coffret dégustation "Jeu de goût"

Dégustation hors les murs - Château Bardins

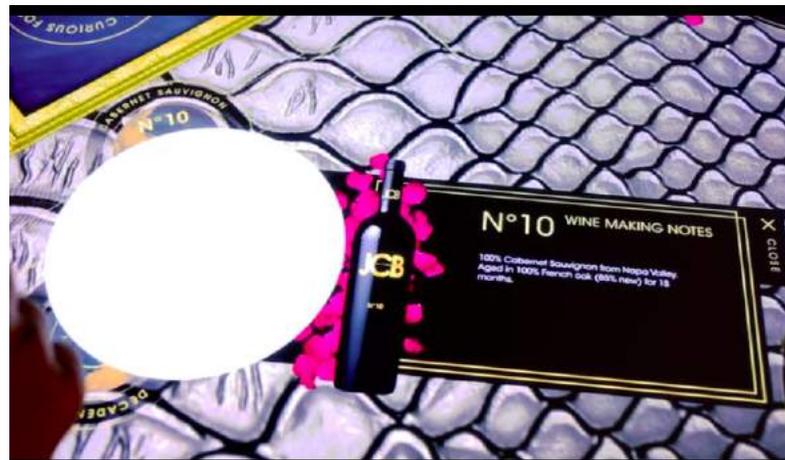
DEGUSTATIONS NUMERIQUES – VINS JCB

Salon de dégustation :

- Tables numériques de découverte des vins de la collection JCB
- Identification numérique des verres à vin
- Dégustation de 5 vins
- Les visiteurs partagent une présentation cinématographique présentant chaque vin
- Au fur et à mesure que les visiteurs dégustent ils peuvent accéder à des notes de dégustation personnalisées et à des informations sur les vins
- Expérience d'environ 40min pour 4 personnes



JCB Tasting Salon – ideum.com



DEGUSTATIONS & NEURO-TECHNOLOGIE



Nerokiff.com

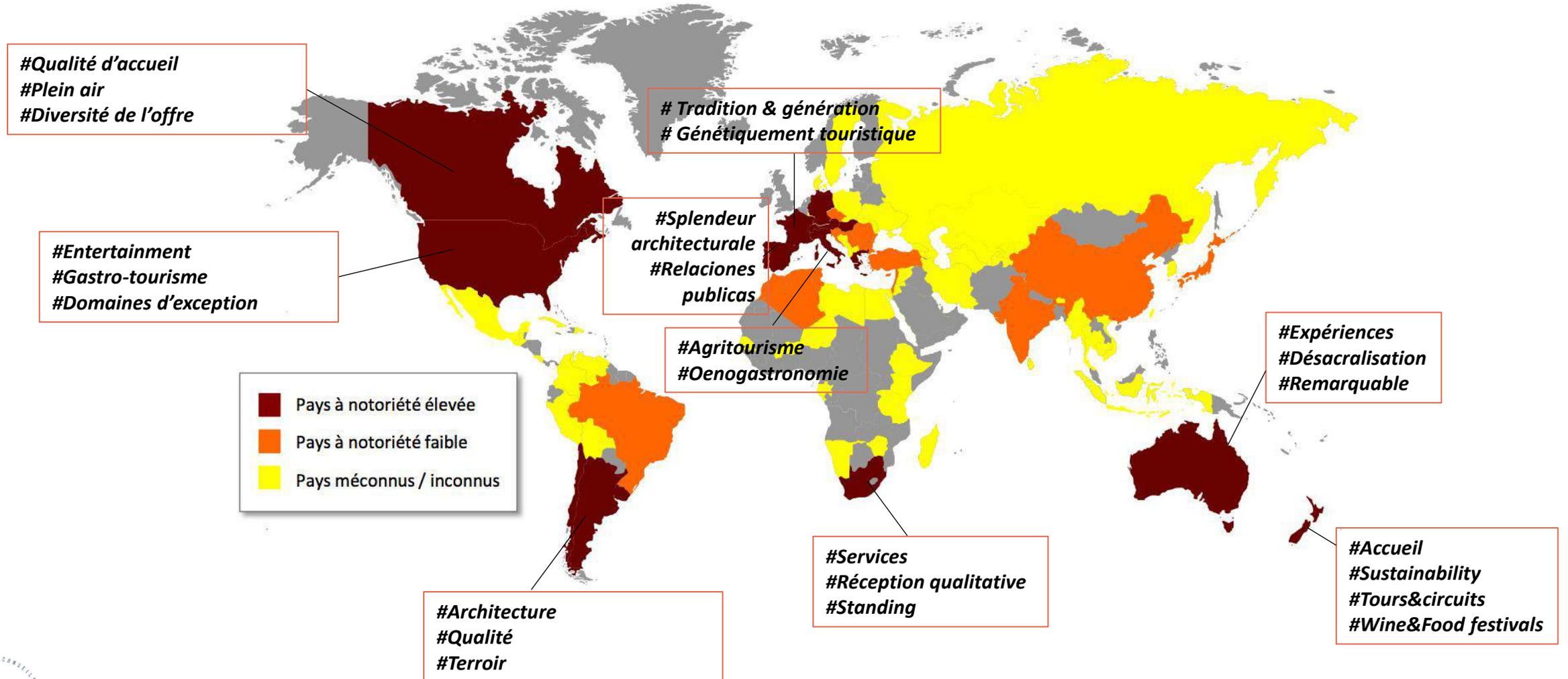
« Un casque vissé sur la tête, l'amateur de vin peut percevoir en live ses émotions lors d'une dégustation de vins. Le casque, doté de deux capteurs au front et à l'oreille, est capable de retranscrire instantanément le plaisir éprouvé « Le casque capte l'électricité du cerveau », explique le chercheur nantais Francky Trichet venu promouvoir sa création. « En fait, on s'appuie sur les travaux des neurobiologistes. On a entré des données dans un logiciel. C'est lui qui traduit en émotion ces champs électriques ». »



#5

L'OENOTOURISME INTERNATIONAL

L'OENOTOURISME DANS LE MONDE



L'OENOTOURISME DANS LE MONDE

En moyenne, **un domaine viticole augmente son chiffre d'affaires de 20% en proposant des prestations œnotouristiques.**

Ce chiffre peut monter **jusqu'à 33% dans certains établissements du nouveau monde.**

Le secteur connaît une **croissance soutenue de +5% à +10% par an selon les pays** (hors Covid19 en 2020).

En Europe, les experts estiment que **seulement 20% du potentiel d'affaires œnotouristiques est aujourd'hui exploité.**

Les États-Unis, arrivés plus tard que l'Europe dans la viticulture, mais précurseurs dans l'œnotourisme, **constituent le premier marché du secteur.** Ils ont su se positionner plus largement sur **le « gastro-tourisme »**

D'une manière générale, **l'œnotourisme du Nouveau Monde est un marché mature**, essentiellement tiré par le **marché domestique.**

Beaucoup plus ouvert aux touristes internationaux (42% d'œnotourisme étranger en France), **l'œnotourisme européen se structure et a encore un fort potentiel de développement.**

OENOTOURISME INTERNATIONAL

Parmi les destinations de référence en oenotourisme on compte :

- Les Etats-Unis : 30 millions d'oenotouristes
- L'Italie : 14 millions d'oenotouristes
- La France : 10 millions d'oenotouristes
- L'Australie : 8 millions d'oenotouristes
- L'Allemagne : 7 millions d'oenotouristes
- L'Afrique du Sud : 5 millions d'oenotouristes
- L'Espagne : 3,2 millions d'oenotouristes
- Le Portugal : 2,5 millions d'oenotouristes
- La Province de Mendoza en Argentine : 1,5 million d'oenotouristes
- La Chili : 1 million d'oenotouristes
- La Nouvelle-Zélande : 800 000 oenotouristes

**93 MILLIONS
D'OENOTOURISTES**

Chiffre d'affaires de l'oenotourisme dans le monde

- En 2020 : 8,65 milliards de dollars
- Prévisions pour 2030 : 29,59 milliards de dollars

#6

CE QU'ON RETIENT

CE QU'ON RETIENT...

Les évolutions de l'oenotourisme :

- Une démarche vers l'excellence de l'accueil et des services
- Une transformation paysagère et architecturale par l'oenotourisme
- Engagement vers des démarches visant à rénover le design des caves, à créer des scénographies, à moderniser l'image
- De nombreuses offres diversifiées : les professionnels ne font plus simplement de l'accueil, ils proposent aussi des offres de loisirs, sont hôteliers et restaurateurs
- Travailler en réseau avec les prestataires locaux (hébergeurs, loisirs, etc.) et autres domaines viticoles
- Valoriser et mettre en avant la découverte des terroirs
- Evolution vers une segmentation des offres et des typologies de clients
- Un développement marketé de l'offre et des services
- Réinventer la vente à la propriété
- Désacraliser l'expérience oenotouristique et décomplexer les visiteurs : une offre conviviale et ludique
- Ouverture aux familles avec des activités pour les enfants
- Développer l'événementiel

CE QU'ON RETIENT

La signature de l'œnotourisme français tel qu'il est porté et revendiqué :

terroir + patrimoine + culture + relation indiscutable avec un(e) vigneron(ne) + réseau territorial

La signature de l'œnotourisme dans le nouveau monde, dont les fondements sont assurés par les briques suivantes :

marketing + services + entertainment

La différence entre la culture œnotouristique du nouveau monde et celle de l'ancien monde peut se résumer à la personne qui vous servira votre verre de vin.

Dans les pays du nouveau monde, le touriste est accueilli par un professionnel du tourisme.

D'une manière générale, le nouveau monde revendique une approche « business ». Dégustations payantes, professionnels expérimentés de la vente, infrastructures commerciales proposant autant de goodies que de vins... Cette offre centrée sur le client propose une expérience festive propice à la dépense.

LES CLEFS D'UNE STRATEGIE GAGNANTE

- Une offre large et variée dépassant le secteur viticole : restauration, hébergement, activités, animations, randonnée, art et culture...
- Des expériences uniques
- Des animations courtes qui s'intègrent facilement dans des séjours
- Le contact humain
- La valeur ajoutée de l'offre et des services
- Une programmation événementielle
- L'adaptation de l'offre aux publics cibles
- Une tarification juste en accord avec l'offre proposée à sa clientèle cible
- Ne pas négliger la clientèle locale : cartes de fidélité, invitations, abonnements, clubs...
- Un accueil de qualité

ET DEMAIN ?

Attendre le visiteur chez soi
ou aller au devant de lui ?

Le cinéma, le théâtre, l'office de tourisme VS
Netflix, les conversations digitales, les marchés,
les bars, les espaces de convivialité ?

Un marché actuellement à 20% de ses capacités...
tout reste à inventer à notre manière.



Nous vous aidons à réaliser vos
objectifs !

MERCI



Emotio Tourisme SAS, 11 cours de l'Intendance
33 000 BORDEAUX



06 08 25 36 14



fperroy@emotiotourisme.fr & www.emotiotourisme.fr



[LinkedIn](#)



[Facebook](#)



[Twitter](#)