

LANCEMENT DU 2^e PRIX NATIONAL DE L'OENOTOURISME 2010-2011

Pour la seconde année consécutive, le Conseil Supérieur de l'Oenotourisme (CSO) donne le coup d'envoi du Prix national de l'oenotourisme. Ce prix s'adresse à tous les acteurs du monde de l'oenotourisme, des professionnels du vin aux agences de tourisme en passant par les hôteliers, les restaurateurs ou les collectivités territoriales. Il vise à récompenser les meilleures initiatives, individuelles ou collectives, qui contribuent à la promotion de l'oenotourisme en France.

LES NOUVEAUTÉS DE L'ÉDITION 2010 - 2011

Les catégories dans lesquelles les candidats peuvent s'inscrire sont au nombre de 6, au lieu de 4 dans l'édition précédente. Le libellé et la description de ces catégories ont été profondément modifiés pour mieux valoriser les efforts entrepris par tous les acteurs de la filière.

La catégorie de mise en réseau a été supprimée car avec la création du label, elle ne se justifiait plus.

Les 6 catégories sont :

- Catégorie 1 : Mise en valeur touristique d'un caveau ou d'un site viticole

Cette catégorie concerne les viticulteurs qui, à partir d'un vignoble ou d'un caveau, mettent en valeur leur patrimoine viticole au travers d'activités ludiques et/ou pédagogiques. L'accueil doit être bien identifié, avec du personnel formé et parlant si possible plusieurs langues. Un minima d'heures d'ouverture est exigé. L'effort entrepris pour se faire connaître est un critère important.

- Catégorie 2 : Restauration dans le vignoble

La restauration dans le vignoble concerne les restaurants, tables d'hôtes et lieux de restauration dans les domaines, qui offrent une restauration mettant en valeur les vins de la région ou du site et proposant des accords mets-vins. Le personnel doit être capable d'en faire la promotion et de donner des informations aux touristes, par exemple pour le déguster.

- Catégorie 3 : Hébergement dans le vignoble

Cette catégorie concerne les acteurs de l'hébergement - hôtels, gîtes, chambres d'hôtes et camping - qui font la promotion des vins et des événements oenotouristiques de leur région. L'accueil, soigné et personnalisé, doit être confié à des personnes privilégiant l'échange et le contact.

- **Catégorie 4 : Organisation d'un événement dans le vignoble**

Par événements, le CSO entend les journées portes ouvertes, une fête autour du vin comme la Saint Vincent tournante en Bourgogne, un pique-nique et toute activité ponctuelle tournant autour du vin, des vignobles et du patrimoine architectural et paysagé. L'implication de l'ensemble des acteurs oeuvrant pour cet événement est un critère important pour concourir.

- **Catégorie 5 : Opération de promotion de l'oenotourisme : campagne de communication, publicité, salons, journées...**

Cette catégorie concerne surtout les agences, les interprofessions et les structures porteuses d'un projet de promotion de l'oenotourisme : une campagne de communication ou d'affichage. Il peut s'agir aussi d'un film, de plaquettes, de leaflets mais également de salons ou de journées de promotion sur des produits oenotouristiques d'une région.

- **Catégorie 6 : Vente de produit oenotouristique par un tour opérateur, une agence de voyage, un office de tourisme, un professionnel du vin...**

Celle-ci s'adresse aux structures qui mettent en place et assurent la vente et la diffusion d'un produit oenotouristique. Elle concerne les tours opérateurs, les agences de voyage, les agences de développement touristique, dont les offices de tourisme et toutes les entités qui vendent des produits oenotouristiques créés ou non par l'organisation candidate.

Pour les catégories 1, 2 et 3 des coups de cœur pourront récompenser des projets de taille modeste, particulièrement innovants, qui ne pourraient être primés vue leur taille.

Plus précises et plus proches de la réalité, les 6 catégories devraient permettre de toucher un nombre plus important de professionnels, notamment dans le tourisme.

La communication autour du Prix

Elle a été placée sous le signe de l'attractivité, de l'efficacité et de la visibilité. Le site Internet www.prix-oenotourisme.com a évolué pour offrir plus de contenu à destination des journalistes et du grand public et un suivi facilité des candidats. Vous y trouverez toutes les informations techniques sur le Prix, le calendrier, le règlement, les détails des différentes catégories mais aussi les commentaires des gagnants et autres lauréats du Prix 2009/2010, des informations plus générales sur l'oenotourisme et des visuels pour illustrer vos articles.

Un lien vers les réseaux sociaux avec un espace consacré au Prix sur Facebook permettra des échanges plus directs et plus nombreux.

Le calendrier du Prix

- 23 septembre 2010 : lancement officiel au salon IFTM TOP RESA
- **31 décembre 2010 : clôture des candidatures**
- Janvier 2011 : réunion des jurys
- Avril – mai : visites de terrain des nominés dans les catégories 1, 2 et 3. Audition par téléphone pour les nominés des catégories 4, 5 et 6.
- **Juin 2011 : proclamation des résultats**

LE PRIX NATIONAL DE L'OENOTOURISME

L'objectif de ce prix, décerné par le Conseil Supérieur de l'Oenotourisme et financé par FranceAgriMer, est de favoriser l'interactivité entre les professionnels du vin et ceux du tourisme, mais aussi de répondre à une demande toujours plus grande des consommateurs, vers un tourisme de «terroir».

Il vise à récompenser les meilleures initiatives individuelles ou collectives qui contribuent à la promotion de l'oenotourisme en France.

Ce Prix s'adresse à tous les acteurs de la filière oenotouristique : les vignerons, les coopératives, les négociants, les interprofessions et syndicats professionnels, les cavistes, les hébergeurs et restaurateurs présents dans le vignoble, les agences de voyage réceptives, les agences de développement touristique et tous ceux qui oeuvrent pour la préservation du patrimoine architectural et paysagé lié aux vignobles d'une région...

Les offres doivent entrer dans les six catégories présentées ci-dessus. Les prix récompenseront les initiatives abouties et opérationnelles, simples et facilement transférables.

Parce que le grand public souhaite de plus en plus associer la découverte d'un produit et d'un savoir-faire vinicole à un tourisme régional et gourmand, tous les acteurs du monde du vin, du tourisme et du patrimoine viticoles se mobilisent pour mieux organiser et valoriser l'accueil d'un public large. Le Prix encourage et soutient les opérations les plus originales et efficaces, créant une dynamique dans ce secteur en pleine expansion.

Le Prix national de l'oenotourisme est l'un des premiers objectifs mis en oeuvre par le Conseil Supérieur de l'Oenotourisme, depuis sa création en 2009. Il s'inscrit en parallèle avec le Label national de l'oenotourisme créé en 2010.

Le label national de l'oenotourisme

Il est attribué à une destination qui propose une offre complète sur la thématique du vignoble, une mise en réseau de ses acteurs et une ouverture sur le patrimoine. Une première série de dossiers a été instruite par Atout France et a été soumise au Conseil Supérieur de l'Oenotourisme pour avis. La première série de «destinations labélisées » sera publiée très prochainement.

Le Prix national de l'oenotourisme et le label national de l'oenotourisme intitulé « Vignobles et Découvertes » sont deux initiatives différentes mais complémentaires du Conseil Supérieur de l'oenotourisme.

Elles visent à promouvoir une forme de tourisme de courts séjours dans les zones viticoles, en s'inscrivant dans une démarche conviviale pour favoriser l'intérêt des consommateurs, qu'ils soient français ou étrangers, connaisseurs ou non, tout en leur offrant des gages de sérieux et de professionnalisme.

Le Conseil supérieur de l'Oenotourisme est présidé par Paul Dubrule, cofondateur du Groupe Accor, ancien Sénateur-Maire de Fontainebleau. Il réunit les ministères chargés de

l'agriculture et du tourisme, les principales organisations professionnelles de la filière vitivinicole ainsi que les principaux représentants du monde du tourisme.

Retrouvez toutes les informations sur le site internet www.prix-oenotourisme.com

Pour obtenir le dossier de presse complet :

- ➔ Contact presse : Perrine Delfortrie : 06 62 77 75 37
- ➔ Contact agence : Bénédicte Laferté de Soos : + 33 (1) 43 80 32 91
redaction@lcommunication.fr