



RÉPUBLIQUE
FRANÇAISE

*Liberté
Égalité
Fraternité*

**A T O U T
F R A N C E**
Agence de développement
touristique de la France

Dossier de presse



Destination
VIGNOBLES

AIX-EN-PROVENCE
PROVENCE-ALPES-COTE D'AZUR
4-5 octobre 2022

La vitrine de l'œnotourisme français
à l'international

Contact presse : Laura Sola – laura.sola@atout-france.fr - 06 58 52 69 91

SOMMAIRE

Destination Vignobles 2022 p.3

Aix-en-Provence accueille Destination Vignobles 2022
Le programme
Profil des participants

Le marché de l'œnotourisme en France p.10

L'œnotourisme en France, chiffres clés

Développer l'œnotourisme : la stratégie d'Atout France et de ses partenaires p.11

Annexes p.13

43 nationalités de tour-opérateurs en 2022
La Provence-Alpes-Côte d'Azur accueille Destination Vignobles
Atout France



Suivez Destination Vignobles sur twitter

#DestinationVignobles - @atout_france

DESTINATION VIGNOBLES 2022

Atout France est heureuse de renouer avec l'organisation de Destination Vignobles qui réunira, cette année à Aix-en-Provence, en Provence-Alpes-Côte d'Azur, 156 prescripteurs internationaux et 153 exposants français. De quoi accompagner concrètement la relance de la filière !



Valoriser toute la diversité de l'offre œnotouristique française auprès des professionnels internationaux du tourisme, c'est le pari de Destination Vignobles organisé par Atout France. Un rendez-vous au format original qui s'est inscrit, au fil du temps, comme un incontournable pour les acteurs de la filière.

L'édition 2022 de l'événement réunit ainsi, ces 4 et 5 octobre à Aix-en-Provence, 156 prescripteurs internationaux invités par Atout France et 153 exposants français spécialistes de l'œnotourisme. 4 300 rendez-vous d'affaires devraient se tenir dans la nouvelle « Arena du Pays d' Aix ».

Destination Vignobles offre par ailleurs l'opportunité aux acheteurs internationaux de se rendre dans les vignobles, expérimenter la richesse de notre offre œnotouristique, grâce aux séjours découverte proposés par les destinations partenaires. 17 programmes de découverte, dont 5 dans la destination d'accueil, sont ainsi organisés le week-end précédant le salon. Cette 9^e édition de l'événement est organisée en partenariat avec Air France, transporteur officiel de l'évènement, et les partenaires de la destination d'accueil 2022, le Comité régional du tourisme de Provence-Alpes-Côte d'Azur, l'Office de tourisme d'Aix-en-Provence et le Conseil Interprofessionnel des Vins de Provence.

Une opportunité pour les opérateurs internationaux de découvrir plus particulièrement cette destination dont les acteurs se sont très tôt mobilisés autour de l'œnotourisme. Avec huit territoires labellisés « Vignobles & Découvertes », plusieurs Routes des vins, de nombreux châteaux et caves ouverts à la visite, ils ont en effet parfaitement su structurer et mettre en valeur une offre riche et diversifiée. La Provence et la Vallée du Rhône proposent de multiples AOP et IGP qui, alliées aux atouts touristiques de la Région Sud, en font un haut lieu de l'art de vivre français.

Extrêmement dynamique avec environ 10 millions d'œnotouristes accueillis chaque année en France, la filière a été significativement fragilisée par les mesures prises pour endiguer l'épidémie de Covid. En rapprochant l'offre et la demande, le salon Destination Vignobles constitue donc une réponse concrète à sa relance.



Destination
VIGNOBLES

1,5 jour de workshop

156 tour-opérateurs
internationaux
provenant de **43** pays

153 sociétés françaises
exposantes

4 300 rendez-vous
d'affaires

17 programmes de
découverte des
destinations
œnotouristiques

Le programme

Du vendredi 30 septembre au dimanche 2 octobre 2022

Le week-end précédent le salon, **17 programmes de découverte** permettent aux tour-opérateurs internationaux d'aller à la rencontre des potentialités œnotouristiques de la France. Ces programmes, proposés par les destinations œnotouristiques françaises, s'attachent à valoriser la diversité des territoires et à mettre en avant les destinations labellisées « Vignobles & Découvertes ». Un principe exclusif qui offre une découverte in situ des produits proposés. **Plus de 140 prescripteurs participent à un de ces circuits découverte.**

Lundi 3 octobre 2022

19h30 **Soirée d'accueil au cœur du quartier historique d'Aix-en-Provence** : déambulation depuis la place des Prêcheurs suivie d'un cocktail dînatoire au restaurant « La Rotonde » sur le cours Mirabeau.

Mardi 4 octobre 2022

9h00 **Ouverture du salon** et début des rencontres entre exposants et tour-opérateurs (rendez-vous préprogrammés).

10h30 **Coupage du ruban et visite inaugurale du salon**

11h15 **Rencontre avec la presse** en présence de :

- **Caroline Leboucher**, Directrice générale d'Atout France,
- **Michel Bernard**, Président du Pôle Œnotourisme d'Atout France,
- **Sophie Joissains**, Maire d'Aix-en-Provence et Vice-présidente de la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur,
- **François de Canson**, Président du Comité Régional du Tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur, Vice-président de la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur, Président d'ADN Tourisme,
- **Olivia Grégoire**, Ministre déléguée chargée des Petites et Moyennes Entreprises, du Commerce, de l'Artisanat et du Tourisme (*Intervention vidéo enregistrée*).

12h00 Cocktail Presse

12h40 Déjeuner

14h20 Reprise des rendez-vous préprogrammés

20h00 **Soirée de gala au Château La Coste**

Mercredi 5 octobre 2022

9h00 **Ouverture du salon** et début des rencontres entre exposants et tour-opérateurs (rendez-vous préprogrammés).

12h40 Déjeuner

14h30 **Clôture du salon Destination Vignobles**

Profil des participants

Pour cette édition 2022, ce sont 156 tour-opérateurs en provenance de 43 marchés qui se retrouvent à Aix-en-Provence pour rencontrer les 153 exposants français représentant les 17 vignobles français.

Durant la journée et demie de salon, ils pourront développer leurs contacts et échanges commerciaux dans le cadre de **4 300 rendez-vous préprogrammés**.



156 tour-opérateurs internationaux

43 marchés touristiques (voir annexe 1) sont représentés à Destination Vignobles 2022, soit un éventail très large du tourisme émetteur mondial.

Les voyageurs européens restent les plus représentés du salon (48% des tour-opérateurs présents) avec en tête :

- L'Autriche (8 tour-opérateurs),
- Le Royaume-Uni/Irlande (7 tour-opérateurs)
- L'Allemagne (7 tour-opérateurs)

Mais les acheteurs de marchés plus lointains ont également fait le déplacement. On note notamment une belle représentation des délégations en provenance des Etats-Unis (13 tour-opérateurs), du Brésil (10 tour-opérateurs), du Japon (12 tour-opérateurs) ou de Corée du Sud (12 tour-opérateurs) qui sont les plus importantes en nombre de participants.

PROVENANCE DES TOUR-OPERATEURS

48%

Europe

23%

Afrique, Asie, Océanie

13%

Amérique du Sud

12%

Amérique du Nord

4%

Proche et Moyen Orient

153 exposants représentatifs des 17 vignobles français

Les exposants représentent des destinations, des domaines, des écoles et maisons du vin, des hôtels, des réceptifs venant des 17 vignobles français.

67% des exposants de Destination Vignobles 2022 proviennent de destinations labellisées « Vignobles & Découvertes ».

Exposants par secteur d'activité

38,56%	Organismes de promotion touristique
28,11%	Châteaux, domaines vitivinicoles et espaces découverte, dégustation et formation
13,73%	Agences réceptives
9,8%	Hébergements
6,54%	Professionnels du vin et spiritueux
1,96%	Organismes de promotion des vins
1,30%	Transports

Les exposants proposent une gamme de produits variée autour de l'œnotourisme :

- Tourisme itinérant : circuits, routes des vins
- Visites de caves et d'exploitations viticoles
- Courts séjours en ville avec escapade dans le vignoble
- Foires, festivals et événements
- Hébergements et restauration dans le vignoble
- Stages et dégustations œnologiques
- Vacances actives, randonnées...
- Patrimoine culturel - Musée du vin

L'espace innovation

Innovation et œnotourisme : les start-ups au rendez-vous

3 start-ups sélectionnées par Atout France en lien avec L'œnotourisme Lab, présenteront leurs offres innovantes sur un espace dédié sur l'exposition :

AGENCE BIG

Expériences digitales immersives d'exception dédiées au monde du vin et de l'œnotourisme. L'objectif : engager tous les publics pour mieux vendre vins et offres œnotouristiques.

www.agencebig.fr

Contact : Didier BORRELI, PDG / didier@agencebig.fr

LA BULLE VERTE, Exploration Tranquille

Explorez nos terroirs à vélo électrique pour vivre une expérience unique au cœur de nos vignobles.

www.la-bulle-verte.com

Contact : Frédéric NAU, Co-founder / Frederic@la-bulle-verte.com

RUE DES VIGNERONS

Rue des Vignerons est la plateforme leader en France dédiée à l'œnotourisme.

www.ruedesvignerons.com/

Contact : Jérôme ISNARDI, Directeur Général / jisnardi@ruedesvignerons.com

OENOTOURISME LAB

La plateforme nationale de développement de l'innovation œnotouristique : accompagne les projets et contribue à diffuser une culture de l'innovation.

www.oenotourismelab.com

Contact : Pierre LABADIE, Responsable Développement / p.labadie@tourisme-en-champagne.com



LE MARCHÉ DE L'ŒNOTOURISME EN FRANCE

La France, première destination touristique mondiale (90 millions de visiteurs accueillis en 2019) est également le premier pays exportateur de vin (15,5 milliards d'euros en 2021). L'œnotourisme représente ainsi l'opportunité de développer ces deux secteurs majeurs de l'économie de notre pays tout en renforçant son attractivité (particulièrement en cette période de reprise des mobilités internationales).

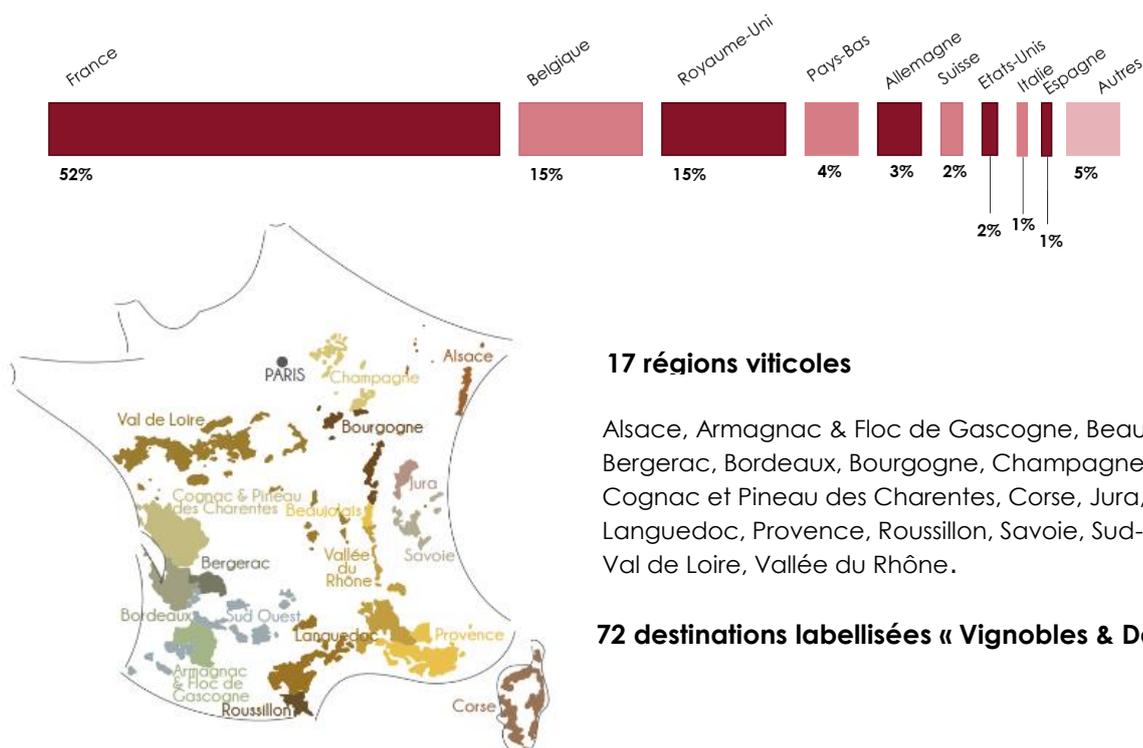
En effet, l'œnotourisme correspond également à des aspirations croissantes chez les voyageurs : recherche d'authenticité, appétence pour les destinations rurales, contacts directs avec les producteurs. A la croisée de plusieurs formes de tourisme, il permet la découverte conjointe du vin, des terroirs et des hommes sur un territoire dont ils sont les acteurs.

La diversité des prestations qu'inclut l'œnotourisme sont à l'image de la diversité de nos terroirs viticoles : si cette activité est essentiellement centrée sur la découverte du vin, via la rencontre entre touristes et vignerons, la dégustation, la vente de vin et les activités de découverte du vignoble, le périmètre de l'œnotourisme peut aller bien au-delà et englober des produits ou activités tels que des visites de sites culturels, de villages viticoles, etc.

Chiffres-clés sur le secteur



Part des clientèles œnotouristiques par nationalité :



DÉVELOPPER L'ŒNOTOURISME : LA STRATÉGIE D'ATOUT FRANCE ET DE SES PARTENAIRES

Atout France, via son Pôle Œnotourisme, s'engage aux côtés des professionnels français pour développer la filière, avec une stratégie reposant sur 3 axes principaux :

AMELIORER LA QUALITE DE L'OFFRE

- **Le label Vignobles & Découvertes** : un vignoble s'inscrit dans un territoire touristique avec lequel il doit conjuguer ses talents pour se mettre en valeur et réciproquement. C'est à cette fin qu'Atout France et le Conseil Supérieur de l'Œnotourisme ont lancé en 2009 le label « Vignobles & Découvertes » aujourd'hui attribué à **72 destinations** et réunissant un réseau de près de **7 500 acteurs** du monde œnotouristique.
Véritable repère pour le touriste et outil permettant de structurer l'offre, il est attribué pour une durée de 3 ans par Atout France sur recommandation du Conseil Supérieur de l'Œnotourisme. Engageant les destinations labellisées à respecter les exigences du cahier des charges Vignobles & Découvertes, il constitue un véritable gage de qualité.

Chaque année, début octobre, les destinations labellisées se mobilisent pour proposer **Le Fascinant Weekend Vignobles & Découvertes**, 4 jours d'animation permettant de mettre en lumière la richesse de l'offre œnotouristique. Randonnées gourmandes, soirées insolites, découvertes culturelles, dîner thématiques... sont proposées aux visiteurs.

VALORISER L'OFFRE POUR STIMULER LA DEMANDE

- **Visitfrenchwine.com** : lancé en 2016, le site www.visitfrenchwine.com, piloté par Atout France, constitue une **véritable vitrine de l'œnotourisme en France**. Il présente toute la diversité des expériences à vivre dans les destinations viticoles françaises qui ne cessent de renouveler leur offre. Le site, disponible en français et en anglais, compte environ 20 000 visites par mois dont 85% proviennent d'un public international. Pour ne rien rater, les œnotouristes peuvent également retrouver toute l'actualité de l'œnotourisme en France sur les **médias sociaux visitfrenchwine** ([Facebook](#), [Twitter](#) et [Instagram](#)).
- **Salon professionnel Destination Vignobles** : afin d'attirer davantage d'œnotouristes du monde entier, Atout France convie tous les 2 ans les **tour-opérateurs internationaux à venir découvrir les produits et nouveautés** proposés par les acteurs de l'œnotourisme français. En complément des journées de salon, Destination Vignobles offre aussi la possibilité aux tour-opérateurs de se rendre dans les destinations viticoles grâce à 2 journées de découverte.
- **Les Trophées de l'œnotourisme** : en partenariat avec le magazine *Terre de Vins* et le Crédit Agricole, Atout France co-produit les Trophées de l'Œnotourisme créés en 2018. Une initiative qui vise à **distinguer et valoriser les domaines et châteaux viticoles qui innovent** pour renouveler les produits œnotouristiques et les adapter aux attentes des clientèles hexagonale et internationale.

DEVELOPPER LA VEILLE, LA PROSPECTIVE ET L'INTELLIGENCE ECONOMIQUE

- **Etudes sur l'œnotourisme en France** : Afin de mieux connaître les attentes des œnotouristes et de permettre aux professionnels d'adapter leur offre en conséquence, Atout France a réalisé plusieurs études sur la filière. La dernière, « *Etude des modèles économiques de l'œnotourisme* », parue en octobre 2022, est disponible sur le site atout-france.fr

Annexe 1 :

43 nationalités de tour-opérateurs en 2022

1	AFRIQUE DU SUD	23	ITALIE
2	ALLEMAGNE	24	JAPON
3	ARGENTINE	25	LETONIE
4	AUSTRALIE	26	LIBAN
5	AUTRICHE	27	LITUANIE
6	BELGIQUE	28	MACÉDOINE DU NORD
7	BRÉSIL	29	MEXIQUE
8	BULGARIE	30	NORVÈGE
9	CANADA	31	PAYS-BAS
10	CHILI	32	POLOGNE
11	CHINE	33	RÉPUBLIQUE TCHÈQUE
12	CORÉE DU SUD	34	ROUMANIE
13	CROATIE	35	ROYAUME-UNI
14	DANEMARK	36	SERBIE
15	EGYPTE	37	SINGAPOUR
16	ESPAGNE	38	SLOVAQUIE
17	FINLANDE	39	SLOVÉNIE
18	GEORGIE	40	SUÈDE
19	HONGRIE	41	SUISSE
20	INDE	42	UKRAINE
21	INDONÉSIE	43	USA
22	ISRAEL		

Annexe 2 :

La Provence-Alpes-Côte d'Azur accueille Destination Vignobles

Entre la basse-vallée du Rhône et l'arrière-pays niçois, en passant par la Provence historique, les Alpes et la Côte d'Azur, l'offre touristique a su se diversifier autour de piliers solides comme le riche patrimoine, la vitalité des festivals, la mise en valeur de l'art contemporain, la découverte d'une nature foisonnante et bien d'autres choses encore. Une diversification qui s'éloigne de la saisonnalité pour jouer la carte de l'accueil tout au long de l'année.

Le développement du tourisme vitivinicole est l'un des atouts de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur ; ce qui est logique, les deux activités comptant ici au rang des principaux secteurs économiques. L'oenotourisme s'est développé au fil des années grâce aux acteurs de la filière.

L'OENOTOURISME EN PROVENCE

L'oenotourisme en Provence s'organise autour d'une offre variée : dégustations commentées, visites de caves et des chais, balades dans les vignes, tables d'hôtes, chambres d'hôtes et gîtes, ou encore de nombreux événements. Et ce depuis plusieurs années. En fait les vigneron ont saisi ce concept à bras le corps y trouvant de multiples atouts. L'atout économique pour ceux qui pratiquent l'hébergement, la restauration ou la location de salles de réception. L'atout de la découverte, ensuite.

LA PROVENCE, BERCEAU DU ROSE

Avec 42 % de la production nationale, la Provence est la 1^{ère} région en France productrice de vin rosé AOP ; elle fournit 6 % des rosés du Monde. Les USA sont le 1^{er} marché export pour les vins de Provence rosés. Spécialiste historique, la Provence est intimement liée au rosé auquel elle a donné un style : un vin clair, sec et très aromatique. Il porte en lui des valeurs communes à la région : celles de liberté et de convivialité.

LE LABEL « VIGNOBLES & DECOUVERTES » EN PROVENCE

Créé en 2009 par les ministres chargés du tourisme et de l'agriculture le label "Vignobles & Découvertes" vise à promouvoir le tourisme sur le thème du vin et de la vigne. La région Provence-Alpes-Côte d'Azur abrite huit territoires labellisés : "Le Pays d'Aix-Sud Luberon", "La Provence Verte", "Bandol, Provence Sud Sainte Baume", "Dracénie, terre de Provence", "Autour des Dentelles de Montmirail", "Autour du Ventoux", "Destination Luberon et Vignobles de Provence - Méditerranée - Porte des Maures".

AIX-EN-PROVENCE

Dans la lumière d'un climat privilégié, Aix-en-Provence est une ville d'élégance révélée au fil des rues et places toujours animées. Aix est une toile d'impressions heureuses, aux couleurs des festivals, fêtes et traditions, marchés de Provence, gourmandises ensoleillées, balades nature et loisirs en liberté... Plus de 80 vignobles sont installés à Aix et le Pays d'Aix et représentent ainsi une véritable richesse viticole. Les vins des coteaux d'Aix-en-Provence bénéficient d'une appellation d'origine contrôlée pour un terroir qui en contient 4 autres (Palette, Côtes de Provence, Côte de Provence Sainte Victoire et Luberon). L'industrie brassicole artisanale en Provence est également en plein renouveau. La nouvelle génération de brasseurs est à la recherche de saveurs locales, comme le miel, lavande, châtaignes, l'envie de créer des produits locaux fabriqués de façon responsable.

Atout France

Atout France, l'Agence de développement touristique de la France, a pour mission de renforcer la compétitivité et l'attractivité de la destination France. Pour ce faire, elle co-construit, avec ses partenaires, 1 100 professionnels du tourisme français, des dispositifs sur mesure visant à faire de la France une destination de référence en matière de tourisme.

- **OBSERVER** : la donnée pour éclairer, piloter, anticiper.

L'Agence met à disposition des professionnels du tourisme des **outils d'observation** et de compréhension de la situation sur les différents marchés touristiques internationaux afin de leur permettre de piloter leur action et d'affiner leur stratégie de développement.

Le data hub de la filière touristique, **France Tourisme Observation**, actuellement développé par Atout France en collaboration avec de nombreux partenaires publics et privés, permettra d'apporter à tous les acteurs des informations utiles en matière d'analyse conjoncturelle, structurelle et prospective.

- **TRANSFORMER** : accompagner l'économie touristique vers des modèles plus compétitifs, durables, qualitatifs, innovants et inclusifs

L'Agence accompagne les territoires dans le **montage des investissements** nécessaires au **renouveau des projets touristiques**, en orientant les choix vers des modèles plus responsables. Le dispositif France Tourisme Ingénierie, décliné en 4 programmes, et les appels à manifestation d'intérêt proposés par Atout France sont les principaux outils de cette action. Ils visent à favoriser l'émergence de **produits touristiques durables et innovants**, à même de renforcer la compétitivité de l'offre française.

Atout France pilote par ailleurs différents dispositifs visant à **optimiser la satisfaction des voyageurs** : classement des hébergements touristiques, immatriculation des opérateurs de voyages, label Vignobles & Découvertes, distinction Palace.

En complément, Atout France identifie et propose aux professionnels du tourisme des **solutions innovantes** permettant d'enrichir l'expérience des visiteurs en France et met à leur disposition tout un **programme de formations** sur les dernières tendances du secteur.

- **RELANCER** : développer l'attractivité de la destination France grâce à des actions de promotion ambitieuses

Grâce à ses 29 bureaux dans le monde et à une collaboration étroite avec le réseau diplomatique, Atout France dispose d'une **connaissance pointue des différents marchés touristiques**. Cette expertise lui permet de proposer à ses 1 100 partenaires des outils de compréhension de la demande mais aussi de conduire des **actions de promotion des destinations et filières** du tourisme français à l'international.

Les équipes de l'Agence déploient ainsi régulièrement des **campagnes de promotion**, essentiellement digitales, sous la bannière Explore France, pour sensibiliser le grand public aux atouts des destinations françaises et positionner la France en tant que destination référence en matière de tourisme durable. Les **médias et acteurs de la distribution internationale** (loisirs et tourisme d'affaires), prescripteurs incontournables de la France, sont quant à eux approchés dans le cadre d'événements organisés spécifiquement à leur attention.

Enfin, véritables accélérateurs d'attractivité, d'investissement et de qualité, les **grands événements sportifs** que la France accueillera en 2023 et 2024 constituent de formidables opportunités de faire rayonner la destination, qu'Atout France valorise fortement à l'international.

Pour en savoir plus : atout-france.fr ou france.fr



www.atout-france.fr | www.france.fr

 [@atout_france](https://twitter.com/atout_france) |  [linkedin.com/company/atout-france](https://www.linkedin.com/company/atout-france) |  [@atout.france](https://www.facebook.com/atout.france)

200/216 Rue Raymond Losserand - CS 60043 - 75680 Paris Cedex 14