

# COMMENT LA BOURGOGNE DU SUD STRUCTURE ET DÉVELOPPE SON OFFRE CENOTOURISTIQUE

Depuis 2015, l'œnotourisme constitue avec les déplacements doux, l'un des deux axes majeurs de la politique touristique du conseil départemental de Saône-et-Loire, mise en application par son Agence de développement touristique Destination Saône & Loire. De nombreuses actions de promotion autour de la filière et de ses prestataires sont mises en place. Et l'ouverture l'an prochain des Cités des climats et des vins de Bourgogne fera basculer la destination dans une nouvelle dimension œnotouristique.

ÉLISABETH ROBLOT  
 Présidente de l'Agence touristique Destination Saône et Loire





► **ÉLISABETH ROBLOT**

**L**a Saône-et-Loire est le plus méridional des départements de la région Bourgogne-Franche-Comté, d'où son appellation touristique de Bourgogne du Sud. Elle est située sur un axe de communication particulièrement bien desservi par deux gares TGV (Mâcon et Le Creusot), sur un réseau autoroutier dense : A6, A39, A40, A406 et sur le vignoble de Bourgogne, bénéficiant de sa renommée internationale.

En Bourgogne du Sud, cinq vignobles forment le plus grand vignoble de Bourgogne-Franche-Comté et l'épine dorsale de la destination :

► Les Maranges, dont les communes sont inscrites au Patrimoine mondial des Climats du vignoble de Bourgogne,

► Les Côtes du Couchois, avec son emblème le Château de Couches dit de Marguerite de Bourgogne,

► La Côte Chalonnaise, connue pour ses premiers crus en vin rouge et berceau du Crémant de Bourgogne,

► Le Mâconnais, plus grand producteur de vins blancs de Bourgogne et dont l'appellation Pouilly-Fuissé vient de faire reconnaître certains de ses Climats en premiers crus,

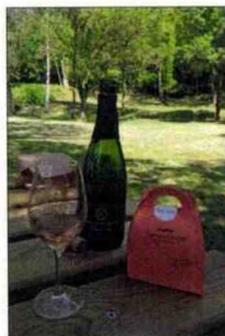
Les crus du nord du Beaujolais, avec comme porte drapeau le Hameau Duboeuf, le premier et plus grand oenoparc d'Europe.

Cette diversité des vignobles à l'échelle du département se retrouve également dans les richesses très variées de la Saône-et-Loire.

**UNE DESTINATION  
« À LA CAMPAGNE »**

Des paysages différents s'offrent au regard : bocage du Charolais-Brionnais, forêts profondes du Morvan, coteaux vigneux, plaine céréalière de la Bresse ou encore la vallée de la Saône... Des vins (Pouilly-Fuissé, Saint-Véran, Givry Mercurey, Maranges, Saint-Amour, Moulin-à-Vent...) et une riche gastronomie forte de trente-sept AOP (poulets de Bresse, bœufs Charolais, fromages de chèvre) font de la Saône-et-Loire, une région à parcourir à son rythme, au gré des saisons et au cœur d'une campagne séduisante et chaleureuse. Le département de la Saône-et-Loire fait partie comme 80% des régions françaises des destinations dites « à la campagne ». Et qui, depuis la crise sanitaire, connaissent un vrai regain d'intérêt

“  
**DEPUIS LA CRISE  
SANITAIRE,  
LE DÉPARTEMENT  
DE LA SAÔNE-  
ET-LOIRE CONNAIT  
UN VRAI REGAIN  
D'INTÉRÊT DE  
LA PART DE  
LA CLIENTÈLE  
FRANÇAISE  
NOTAMMENT  
CELLE DE PROXIMITÉ**  
”



de la part de la clientèle française notamment celle de proximité, comme en atteste le bilan de la saison estivale 2021 porté par un taux de satisfaction des professionnels de 79%.

Au-delà des départs en vacances, 93% des visiteurs ont réalisé des excursions, des balades, des visites à la journée à proximité de leur domicile. Les activités recherchées par les touristes demeurent concentrées sur la promenade et la randonnée pédestre (65%), la découverte du patrimoine naturel et culturel (59%), la gastronomie locale et des produits du terroir (46%), mais également la pratique du vélo (48%).

Ces données post Covid-19 ne sont pas totalement nouvelles. Dans une étude de l'observatoire du tourisme de Bourgogne-Franche-Comté présentée en septembre 2020, on pouvait déjà noter que le patrimoine, le vin et la gastronomie figuraient parmi les motivations principales pour venir en Bourgogne. Le calme et le repos complètent cette recherche de douceur de vivre, ce qui correspond bien à la demande touristique actuelle. Si l'on sélectionne les motivations uniques de séjour, rendre visite à la famille ou aux amis ressort en première position.

**UNE NOUVELLE IDENTITÉ  
SYNONYME D'EXPÉRIENCES**

Ce positionnement « campagne » s'illustre dans nos actions de communication, dont la dernière, intitulée « Route71-Bourgogne du Sud », valorise par une double photo les sens et les beaux paysages de Bourgogne du Sud autour de thématiques fortes du territoire, à savoir l'œnotourisme, le patrimoine, le vélotourisme, la gastronomie, les expériences en famille.

On y retrouve des valeurs communes : l'authenticité, le partage, le terroir, la proximité avec la nature. L'affiche dédiée plus particulièrement à l'œnotourisme met en scène deux vigneronnes de Saône-et-Loire, Florence Bouchard du Domaine de Rougeon (Côte Chalonnaise) et Denis Bouchacourt du Domaine Bouchacourt (Mâconnais). Ils ont été sélectionnés après un casting local effectué par l'Agence de développement touristique Destination Saône & Loire. L'idée est bien de valoriser l'importance de la rencontre, de l'expérience voire de l'apprentissage lors d'un séjour touristique dans le département.

Cet univers de communication touristique, ▲



Route71, est à l'initiative du conseil départemental de la Saône-et-Loire, financeur de l'Agence de développement touristique Destination Saône & Loire. Le conseil départemental a pour objectif de faire de la Saône-et-Loire une destination de séjour et non plus, une terre de passage. Pour parvenir à ses fins, des moyens financiers sont mis en exergue pour promouvoir et rendre visible le département. Avant de devenir un univers de communication, Route71-Bourgogne du Sud, une application web lancée en juin 2019 permet par la géolocalisation de tracer sa propre route et de découvrir l'offre touristique au travers de six thèmes : caves, hébergements, restauration, patrimoine, événements et expériences. Depuis cette année, Route71-Bourgogne du Sud est devenu l'étendard de toute la communication touristique de la Saône-et-Loire.

### DES PRESTATAIRES QUALIFIÉS ET LABELLISÉS

Parmi les actions développées par l'Agence touristique, la structuration de la filière œnotourisme tient une place prioritaire depuis 2018. Ce, en s'appuyant notamment sur le label national Vignobles & Découvertes. Sur la base du référentiel qualité national, renforcé de la Côte de Nuits au Mâconnais, Destination Saône & Loire accompagne les cent cinquante prestataires du réseau départemental à monter en gamme et en compétences au travers de différentes actions : programme spécialisé de formations, organisation de temps d'échanges entre labellisés, suivi de la démarche qualité des prestataires. Cette structuration autour du label permet à Destination Saône &



L'offre œnotouristique locale vise à répondre aux nouvelles attentes de la clientèle davantage centrées sur les valeurs de partage, d'authenticité et de développement durable.



Loire de sélectionner des prestataires œnotouristiques reconnus et qualifiés pour leurs actions de promotion. Ce travail de sélection s'est concrétisé en septembre 2020 par la parution d'un Guide du Routard « Œnotourisme en Bourgogne et Jura », tiré à hauteur de 12 000 exemplaires. La particularité de ce guide, le troisième de la collection Hachette, est de mettre uniquement en avant les labellisés Vignobles & Découvertes.

### DE NOMBREUSES ACTIONS POUR PROMOUVOIR LA FILIÈRE

En 2021, notre Agence poursuit son travail de promotion des prestataires œnotouristiques du réseau départemental Vignobles & Découvertes à travers plusieurs actions dont deux se sont déroulées l'été dernier :

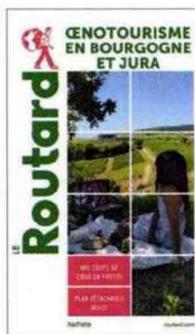
► Les jeudis Vignobles & Découvertes : l'idée était de proposer une journée durant laquelle tout le territoire allait vibrer aux couleurs du label. Tous les jeudis durant la haute saison touristique (de juin à septembre), les événements des labellisés ont alimenté la programmation estivale. Au programme : conférence-débat dans des châteaux, concert dans une cave, pique-nique au milieu d'une parcelle de vignes. Près d'une dizaine de prestataires du réseau a participé à l'opération. Une campagne Facebook sponsorisée a été réalisée durant tout l'été auprès des hommes et femmes de plus de dix-huit ans résidant en Saône-et-Loire et dans les départements limitrophes. Résultat : 112578 personnes ont vu cette campagne au moins une fois et 2420 personnes ont cliqué sur une des trois publicités mises en ligne,

► Les jeudis des Climats 71 : à l'occasion de la neuvième édition du festival « Le mois des climats », organisé par l'association des climats du vignoble de Bourgogne - Patrimoine mondial en 2021, Destination Saône & Loire et des partenaires œnotouristiques privés labellisés Vignobles & Découvertes ont travaillé ensemble afin de proposer une programmation aussi exceptionnelle qu'inédite. Trois conférences-dégustations d'une durée de deux heures chacune ont illustré la volonté de promotion des Climats sud bourguignons. Ce, dans un vignoble « réservoir » de terroirs et engagé dans des démarches de reconnaissance en de nouvelles appellations. Sur les trois premiers jeudis de juillet, ces temps forts se sont déroulés au sein de trois châteaux prestigieux classés



## MOUVEMENT

Réélue vice-présidente en charge du tourisme et de l'attractivité du département de Saône-et-Loire le 2 juillet 2021, Elisabeth Roblot est également la nouvelle présidente de l'Agence touristique Destination Saône & Loire depuis le 2 août 2021. Depuis 2015, elle veut faire de la Saône-et-Loire un territoire attractif pour ses habitants actuels et potentiels mais également pour les touristes. Pour y parvenir, elle a notamment créé et piloté le projet «Route71 - Bourgogne du Sud», une application web permettant la découverte de toutes les richesses touristiques du département et devenant progressivement la nouvelle marque de territoire.



Monuments historiques : les châteaux de Germolles, Pierreclos et Balleure.

## VERS UN CHANGEMENT DE DIMENSION

En 2022, l'oenotourisme en Bourgogne prendra une autre ampleur avec deux projets majeurs : le fascinant week-end Vignobles & Découvertes et les cités des climats et des vins de Bourgogne. Le premier événement peut être considéré comme les « journées nationales de l'oenotourisme ». Ayant lieu le troisième week-end d'octobre et initiées par la région Auvergne-Rhône-Alpes, elles mettent en réseau uniquement des labellisés Vignobles & Découvertes qui proposent des actions communes le temps d'un week-end. L'événement a pour but de faire venir les touristes dans ces territoires viticoles en leur proposant des activités de qualité au plus près des vignerons.

La Bourgogne participera en 2022 à l'opération financée par Atout France et la fédération nationale Vignobles & Découvertes. L'occasion pour la destination Bourgogne du Sud de mettre davantage en lumière son axe œnotourisme et de développer la notoriété du label Vignobles & Découvertes auprès du grand public.

L'an prochain verra également l'ouverture des cités des climats et des vins de Bourgogne, un projet structurant de l'ensemble du territoire. Les trois cités, établies à Chablis, Beaune et Mâcon, se veulent des portes d'entrée pour faire rayonner les visiteurs sur l'ensemble du vignoble. Pour la cité de Mâcon, l'ouverture est prévue dans la seconde partie de l'année 2022 et 35 000 visiteurs par an sont attendus.

Quelques chiffres clés à retenir sur les trois cités :

- 6000 m<sup>2</sup> de lieux de vie destinés à tous les publics,
- objectif : 180 000 visiteurs par an,
- trois parcours de visite,
- dix salles privatisables sur les trois sites,
- vingt espaces différents ouverts au public sur les trois sites,
- plus de dix offres et services dans chaque cité : des ateliers oeno-culturels et multi-sensoriels, une programmation variée (concerts, expositions, conférences, spectacles...), des dégustations, des formations et un bar de découverte des accords mets et vins, une librairie-boutique et un espace d'informations œnoturistiques,

► 200 activités et événements par an.

D'ores et déjà un travail collaboratif est en place entre l'Agence et l'équipe en charge du projet des cités. Dans ce cadre, nous prévoyons, par exemple, des visites de chantier en mars/avril 2022 de la cité de Mâcon pour nos labellisés Vignobles & Découvertes afin qu'ils deviennent de véritables prescripteurs de ce nouvel équipement œnoturistique majeur. Une campagne de promotion sera également proposée dès l'ouverture de la Cité pour la faire connaître auprès des professionnels et de la presse.

## DE NOUVELLES EXPÉRIENCES FONDÉES SUR LE PARTAGE ET LE DÉVELOPPEMENT DURABLE

En parallèle de ces deux projets d'ampleur, l'Agence touristique perçoit une évolution de l'offre œnoturistique locale, visant à répondre aux nouvelles attentes de la clientèle davantage centrées sur les valeurs de partage, d'authenticité et de développement durable. Quelques exemples pour illustrer cette tendance de fond :

► La Cave de Lugny met en place des week-ends biodiversité et a créé « la pie masquée », la première cuvée éco-conçue sur le thème de la biodiversité.

► Le Grand site de France de Solutré développe une offre écotouristique qui associe des modes de déplacement doux, respectueux de l'environnement, à la découverte d'un produit, le vin, dans son milieu original. Emmanuel Nonain, guide conférencier et viticulteur à Chardonnay, invite les visiteurs à vivre une « Dégustation au sommet » dans le cadre d'une ascension commentée de la Roche de Solutré et dans une approche ludique en trois dimensions entre géologie, archéologie et œnologie. De son côté, Séverine Morand, œnologue et accompagnatrice équestre, propose à ses clients une randonnée à cheval à travers le vignoble, « Les sabots de verres », suivie d'une dégustation puis d'un repas au *Café de la Roche* à la Maison de Grand Site.

L'ADT est convaincue que la Bourgogne du Sud a une vraie carte à jouer pour faire émerger un œnoturisme plus humain, plus accessible, plus durable, à travers les initiatives d'acteurs privés. Et celles que nous menons notamment autour du label Vignobles & Découvertes. ■