

ETUDE SUR L'IDENTITÉ DU VIGNOBLE ALPIN ET APPROPRIATION DES VALEURS COMMUNES

SYNTHÈSE
Février 2019



Interreg
ALCOTRA

Fonds européen de développement régional
Fondo europeo di sviluppo regionale



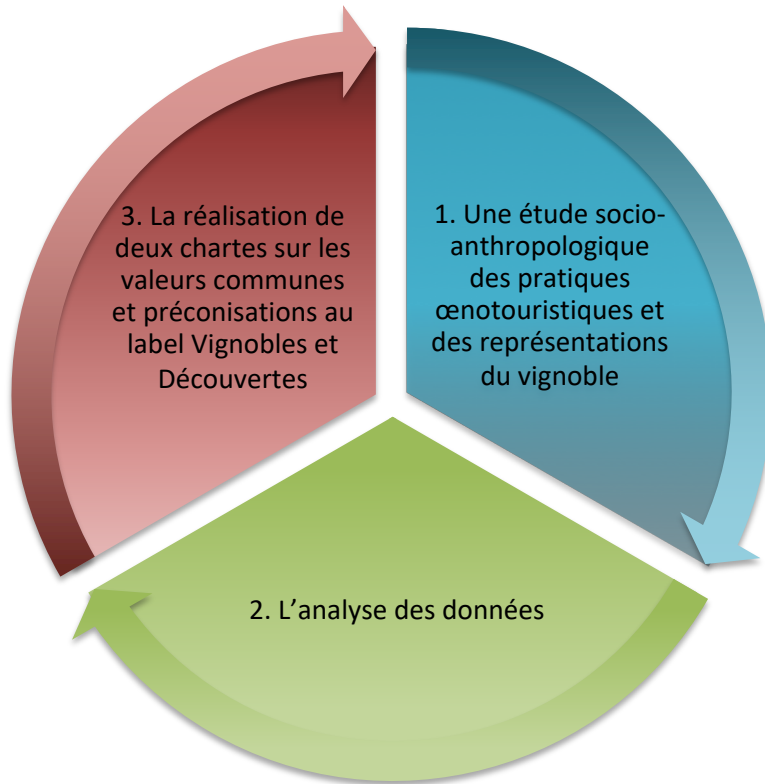
UNION EUROPÉENNE
UNIONE EUROPEA



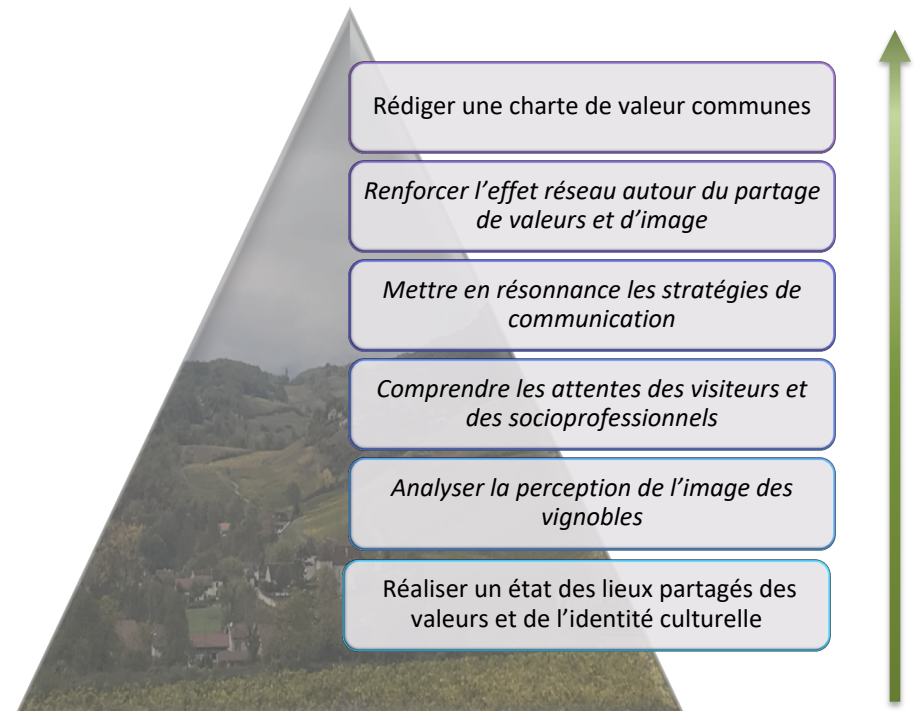
**ROUTE DES
VIGNOBLES
ALPINS**
STRADA DEI VIGNETTI ALPINI

Méthodologie

Rappel des phases de travail...



... et des objectifs



Méthodologie

- **UNE ÉTUDE CLIENTÈLE POUR APPRÉHENDER LA NOTORIÉTÉ DU VIGNOBLE, PRATIQUES OENOTOURISTIQUES ET CONSOMMATION**
- **UNE ANALYSE DES REPRÉSENTATIONS DU TERRITOIRE PAR LES PROFESSIONNELS (VIGNERONS, TOURISME, HÉBERGEURS, RESTAURATEURS, SITES CULTURELS) ET LES VALEURS À TRANSMETTRE**
- **UNE ETUDE QUALITATIVE SOCIO-ANTHROPOLOGIQUE AUPRÈS DES PROFESSIONNELS DU VIN, DU TOURISME ET DE LA CULTURE : USAGES ET ENJEUX DE L'OENOTOURISME (ATOUTS, FAIBLESSES, OPPORTUNITÉS, MENACES)**



Le territoire Savoie-Mont-Blanc & les vignobles de Savoie vus par les professionnels



LES PAYSAGES :

- * Des lacs aux montagnes, un territoire dynamique aux ressources diversifiées
- * Des paysages complémentaires aux couleurs « nature »
- * Des grands espaces, puissance, liberté et douceur de vivre : un paysage « carte postale »
- * Les activités de plein air, un plaisir contemplatif
- * Un environnement respecté mais à protéger
- * Les espaces protégés : des paysages recommandés par les professionnels



LES PATRIMOINES :

- * Une affection pour le patrimoine historique monumental et le patrimoine rural
- * Des éléments patrimoniaux qui structurent le paysage, témoins d'une riche histoire et d'une inscription territoriale



LES VINS ET LES VIGNOBLES DE SAVOIE :

- * Des paysages viticoles surprenants et atypiques mais pas assez connus. une valeur ajoutée à valoriser
- * Des professionnels qui orientent les visiteurs vers les vignobles mais... un accès difficile, une demande à stimuler et une image à renforcer
- * « Goûtez nos valeurs ! », les vins de savoie : s'engager, en faire l'expérience et changer les a priori
- * Une bonne connaissance et appréciation des vins de Savoie

Ce que les professionnels souhaitent transmettre à propos des vignobles de Savoie

1. RÉVOLUTION QUALITATIVE : UN RENOUVEAU POUR CHANGER LES A PRIORI

- Les professionnels de Savoie Mont Blanc ont conscience des efforts qualitatifs qui ont été réalisés par les vignerons afin d'améliorer la qualité des vins souffrant encore pourtant d'une image qui ne coïncide plus avec la réalité du produit, celle des « vins à raclette ». Ils souhaiteraient donc que cette image change auprès du public

2. EXPÉRIENCE : DÉCOUVERTE DE GOÛTS ET DE SAVOIR-FAIRE

- Pour faire changer cette image des vins de Savoie, les professionnels souhaitent créer une invitation à la découverte de ses vins par la dégustation.
- L'expérience est ainsi le meilleur moyen selon eux de convaincre le public.

3. ETHIQUE, ENGAGEMENT ET UN TRAVAIL QUI FAIT LA DIFFÉRENCE

- Compte-tenu des conditions géographiques et des contraintes de terrain, la reconnaissance du travail des vignerons est largement partagée. Ainsi sont-ils admirés pour leur force de travail notamment dans les pentes.
- Il y a également une propension pour certains à vouloir s'engager dans une démarche environnementale durable.

Les valeurs partagés par les professionnels

- PAYSAGES / ENVIRONNEMENT / NATURE : pour le cadre « carte postale » dans lequel est situé le vignoble et les paysages viticoles atypiques notamment par les pentes.
- RARETÉ / PRÉSERVATION : parce que le vignoble s'inscrit dans un environnement protégé et parce que la Savoie est un conservatoire de cépages autochtones pour certains uniques au monde.
- FORCE DE TRAVAIL / PERSÉVÉRENCE : pour l'empreinte de l'homme sur la nature, sa façon d'avoir sculpté et dominé la montagne, participé à ces paysages en abatant les éléments.
- ACCUEIL / INVITATION À L'EXPÉRIENCE : pour la note conviviale et bienveillante de l'accueil sur le territoire et l'envie partagée de faire découvrir les vins de Savoie à travers l'expérience.



Et l'image qu'ils souhaitent que l'on retienne d'eux



Les professionnels souhaitent que l'on retienne d'eux les qualités suivantes :

- DYNAMIQUES, compétents, efficaces, professionnels, passeur de projets, constructeurs, fédérateurs, défenseurs de leur territoire, maîtrise du travail, etc.
- ACCUEILLANTS, proximité, simplicité, partage, à l'écoute, accessibles, sourire, belle région de vin, proche du vignoble
- QUALITÉ, BEAUTÉ, qualité des produits, richesse, paysages, développement durable, sérieux environnemental, diffuseurs de savoir, biologique
- PASSIONNÉS, AUTHENTIQUES, territoire préservé, connaissance des vins, respectueux du terroir, etc.

L'œnotourisme vu par les professionnels

Axe de développement et de structuration des réseaux professionnels, l'œnotourisme est notamment encadré par le label national Vignobles et Découvertes à travers les deux destinations « Grand Lac » et « Cœur de Savoie ». Les professionnels du vin, du tourisme et de la culture ont plutôt une image positive de l'œnotourisme. Toutefois, cet axe semble apparaître comme un axe de développement plus culturel qu'économique.

En effet, pour les professionnels, l'œnotourisme c'est avant tout :

1. Un plaisir de partager et de faire découvrir le territoire et la culture aux visiteurs
2. Une façon d'appartenir à un réseau professionnel et de créer des dynamiques locales
3. Une ressource économique complémentaire
4. Un moyen de rendre la structure plus attractive
5. Une mode

Ils souhaiteraient d'ailleurs :

1. Développer de plus en plus l'œnotourisme même si cela ne développe pas particulièrement leur activité mais ils aiment partager autour de la culture du vin.
2. S'engager plus mais ne le font pas faute de temps, de moyens humains, de structure d'accueil.
3. S'engager plus mais n'ont pas assez de connaissances sur ce sujet.

« Continuons les démarches initiées dans ce sens ! »

« Mettons les moyens car l'offre créera sa demande et le meilleur ambassadeur restera un visiteur comblé »

« Sur Savoie Mont Blanc mettre en valeur nos vignobles et nos caves à visiter »

« Je ne peux boire d'alcool pour raison de santé. Mais je le conseille toujours aux touristes qui passent par mon bureau. Je dispose d'une bouteille de Mondeuse produite à Chanaz sur mon bureau en déco :) »

S'inspirer de ce qui se fait ailleurs, garder le positif et ce qui peut se reproduire en Pays de Savoie, l'adapter, innover.

Aller voir ailleurs. Structurer. »

« Proposer plus de circuits œnologiques avec des moyens de transport différents. »

« Longue vie aux vins de Savoie ! »

LE LABEL VIGNOBLES ET DÉCOUVERTES :

- Un axe de développement pour l'instant plus culturel qu'économique pour lequel les professionnels ont envie de se mobiliser
- Une démarche connue des professionnels, utile au développement de l'œnotourisme mais à étendre et à renforcer sur le territoire
- S'orienter vers un vignoble plus durable?

Le territoire Savoie-Mont-Blanc & les vignobles de Savoie vus par les visiteurs

- **LES VIGNES : UN ÉLÉMENT PAYSAGER TRÈS APPRÉCIÉ DES VISITEURS ET DES HABITANTS**
- Les vignes viennent comme le 3^{ème} élément paysager le plus important. Elles participent au spectacle et laissent souvent un effet de surprise grâce à leur disposition sur les pentes. Elles s'associent donc aux autres composantes du paysage, que ce soit les lacs ou les montagnes.

« Vignobles de la Combe de Savoie sont peu connus »

« Les vignobles de la Combe de Savoie, je ne pensais qu'il y en avait autant. Les paysages du Massif des Bauges plein de sérénité, le Semnoz, l'Arclusaz.... »

« Les vignobles, les paysages sauvages de montagne, la côte sauvage du lac du Bourget. »

« Les vignes. L'exposition des vignes en Chautagne. La route d'Aix-les-Bains. L'implantation des vignes. »



Ce qu'il faut retenir de l'image des visiteurs à propos des vignobles et de vins de Savoie



LES REPRÉSENTATIONS :

- Des destinations touristiques clairement identifiées concentrées mais avec une forte prééminence des grands ensembles naturels : Massif des Bauges, Parc de la Vanoise, Vallée de la Maurienne...
- Des sensations de liberté et d'espaces sauvages éprouvées à face des paysages préservés « **à couper le souffle** »
- Les vignes sur les pentes participent à l'effet de surprise de la Destination.
- Les vignes et leur culture n'apparaissent pas comme un élément du patrimoine culturel alors que par ailleurs les savoir-faire et la culture viticole sont appréciés « **un vignoble qui mérite d'être mieux connu** »
- La découverte gustative des vins donne envie de venir découvrir les vins et le vignoble car l'image transmise est très qualitative. L'originalité des cépages traditionnels est reconnue.
- Une destination perçue comme chère mais avec un accueil chaleureux et authentique



4 VALEURS PARTAGÉES :

1. QUALITE DES PAYSAGES / NATURE
2. ORIGINALITE / RARETÉ
3. ACCUEIL / HOSPITALITÉ
4. AUTHENTICITE / SIMPLICITE

100% des visiteurs souhaiteraient revenir et apprécient tout particulièrement la qualité et l'authenticité de l'accueil, des produits locaux et des paysages.



L'ŒNOTOURISME ET LES LABELS :

- L'offre et la culture œnotouristique n'est pas lisible par les visiteurs, elle n'est pas identifiée comme telle ;
- Les événements autour du vin ne sont pas compris comme œnotouristiques mais favorisent l'achat de vin ;
- Les visiteurs sont attentifs aux labels notamment UNESCO qui garantissent la qualité des paysages et leur préservation.

	ATOUTS	FAIBLESSES
INTERNE	<ul style="list-style-type: none"> • Une qualité paysagère unanimement reconnue et appréciée • Un vignoble perçu comme rare et surprenant • Des valeurs partagées par tous : pureté, rareté, hospitalité, authenticité, qualité des paysages, de l'environnement, des produits, des vins • Une volonté de développer l'œnotourisme pour communiquer ensemble sur la qualité des vins et l'authenticité des territoires • 2 destinations labellisées V&D dans le vignoble qui participent à l'émergence d'une dynamique de groupe 	<ul style="list-style-type: none"> • Un vignoble méconnu à la géographie difficile car étendu et peu visible • Une communication œnotouristique trop axée sur le Fascinant Week-end et pas assez sur les Destinations et les offres produits. • Une partie du vignoble encore non labellisée V&D
EXTERNE	<ul style="list-style-type: none"> • Une montée en puissance de régions viticoles et de cépages longtemps restés dans l'ombre, au nom de la diversité (<i>source Vitisphère, janvier 2019</i>) • Une volonté de l'Etat français de développer l'œnotourisme afin de prendre le leadership mondial sur cette filière (<i>source 1ere assises de l'œnotourisme, novembre 2018</i>) • Un développement des actions de communications autour des destinations V&D 	<ul style="list-style-type: none"> • La pression foncière des métropoles et des villes qui mite le paysage et artificialise les sols • La volatilité de la clientèle œnotouristique

« GOÛTEZ NOS VALEURS ! »

Charte des valeurs des vignobles de Savoie



☆
CONVIVIALITE
partage



♥
AUTHENTICITE
sincérité



🍇
TENACITE
qualité



🌿
RESPECT



« GOÛTEZ NOS VALEURS ! »

LES VINS DE SAVOIE : S'ENGAGER, EN FAIRE L'EXPÉRIENCE ET CHANGER LES A PRIORI

Le territoire de Savoie Mont-Blanc possède une qualité paysagère préservée et riche, reconnue par tous, dans lequel les vignobles poussent harmonieusement depuis des siècles. Nos terroirs génèrent des produits de grande qualité, qui racontent notre attachement à notre culture, notre savoir-faire et notre savoir-être.

La convivialité, l'authenticité, le respect et la ténacité nous caractérisent comme ils caractérisent nos vins, notre accueil et nos terroirs. Ceux-ci constituent des paysages rares et originaux et nous nous battons pour les préserver, les entretenir et les transmettre.

Habitants, visiteurs, amis, soyez fiers de nos vins comme de nos produits du terroir et de nos paysages. Soyez ambassadeurs de notre pays auprès de ceux qui ignorent encore ces plaisirs se trouvant au cœur de nos si belles montagnes. Faites-leur découvrir ce patrimoine si rare : les vignobles de Savoie Mont-Blanc.

Les signataires de cette charte s'engagent à :

- **Mettre la convivialité au cœur de l'accueil** : réserver un accueil chaleureux à chaque visiteur comme à un ami de longue date, lui faire découvrir la qualité et la diversité de nos vins et de nos produits régionaux, promouvoir notre territoire, son histoire et son patrimoine, mettre l'Homme au centre de notre hospitalité ;
- **Etre authentique et sincère dans son offre** : accueillir le visiteur dans un cadre soigné et en harmonie avec l'environnement en toute simplicité et sincérité, être fier de faire découvrir des produits issus priorité du Domaine et de Savoie Mont-Blanc, proposer des produits œnotouristiques ou des animations conforme à ses propres goûts pour avoir plaisir à les partager, rester à l'écoute des besoins et envies de la clientèle ;
- **Respecter notre environnement et nos ressources** : rester attentifs à la qualité de nos paysages, à l'entretien de notre patrimoine, à la préservation de notre cadre de vie pour le léguer aux générations futures tout en restant innovant et créatif dans notre offre ;
- **Et surtout ... rester tenace** pour maintenir une viticulture de montagne, une viticulture héroïque, pour défendre nos cépages et nos terroirs et pour faire des vins d'excellence ! Garder au cœur une exigence de Qualité.



Contact :

France Gerbal-Medalle
AOC Tourisme
www.aoctourisme.com
aoc.tourisme@gmail.com

Marie-Ange Lasmènes
Paroles, paroles...
<http://paroles-paroles.com>
paroles-paroles@hotmail.fr