



L'expérience œnotouristique vaudoise: chances et limites

Gilles Meystre - Président Vaud Oenotourisme et GastroVaud, vice-président GastroSuisse



L'expérience œnotouristique vaudoise

1. La situation de départ
2. Le modèle mis en place
3. Sa valeur ajoutée
4. Ses limites



L'expérience œnotouristique vaudoise

1. Situation de départ (2013-14)

- Besoins des **vignerons**, intérêts des autres secteurs
- Engagement financier de l'**Etat de Vaud**: 2,5 mios sur 5 ans
- Engagement identique des **filières** (restauration, hôtellerie, métiers de la terre, tourisme)
- Des **atouts à valoriser**:
 - Géographiques
 - Gastronomiques
 - Socio-démographiques
 - Académiques
 - ...



Bureau d'information
et de communication

Rue de la Barre 2
1014 Lausanne

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Le Conseil d'Etat lance son projet œnotouristique et veut fédérer les acteurs de la branche viti-vinicole et touristique

Le Conseil d'Etat soumet au Grand Conseil un EMPD lui permettant d'engager un montant annuel de 500'000.- (renouvelable cinq ans, soit 2,5 millions) pour soutenir la mise en oeuvre du concept de promotion œnotouristique dans le canton. L'idée forte du projet est de fédérer désormais tous les acteurs concernés et de les unir autour d'actions communes et présenter des projets innovants.

L'expérience vaudoise

1. Situation de départ (2013)

- **Absence d'offres** concrètes
- **Absence de référentiel** commun
- **Vision commune**: un travail par étapes

Priorités	2014-2018	2019-2022	2022-2025
Développement du réseau et formation aux bonnes pratiques	Priorité 1	Priorité 3	Priorité 3
Structuration et promotion de l'offre vaudoise/nationale	Priorité 2	Priorité 1	Priorité 2
Commercialisation en ligne de l'offre	-	Priorité 2	Priorité 1

L'expérience vaudoise

2. Modèle mis en place



Formations



Développement
d'un réseau



Définition d'une
charte



Coaching et
conseils



Financement
partagé

L'expérience vaudoise

3. Sa valeur ajoutée

- Plus de **DIALOGUE** entre filières et entre commerçants de secteurs différents
- Plus de **VISIBILITÉ** pour le secteur
- Une **OFFRE OPTIMISÉE**, plus innovante et diversifiée
- Un **EFFET BOULE DE NEIGE** hors du Canton
- Des **RETOMBÉES ÉCONOMIQUES** bienvenues

3. Valeur ajoutée

Plus de dialogue entre filières et entre commerçants de secteurs différents



Vaud Oenotourisme est exactement l'outil que je recherchais. Des cours professionnels, des intervenants passionnés et **un réseau de participants** enthousiastes! Ce projet valorise notre savoir-faire, met en lumière nos régions et **rapproche les artisans que nous sommes**. Tout cela au service des consommateurs curieux et soucieux de vivre de vraies expériences gustatives et humaines».

Nathalie Deladoëy, domaine Le Luissalet à Bex

de la promotion des vins a fait l'objet d'une intervention au Grand Conseil, suite à l'augmentation des taxes obligatoires en faveur

3. Valeur ajoutée

Une offre optimisée, plus innovante et diversifiée

CAVE CHARRUE

Home

Shop ▾

Boutique / Cave

WINEscape Game

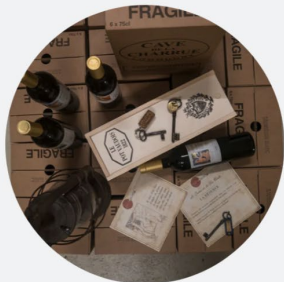
A propos

Contact

Q Recherche

👤 Compte

🛒 Panier



Notre WINEscape Game

Voici le WINEscape Game que vous propose la Cave de la Charrue. Un concept unique, une activité ludique dans un lieu singulier. Plongez-vous dans l'ambiance d'un Domaine viticole afin de prohiber la Fée Verte et ainsi redonner la place au bon vin. Nous vous amenons derrière les coulisses pour voir l'élevage de nos vins, les déguster et résoudre le crime de la Fée Verte à temps. Allez-vous réussir ou boirez-vous votre dernier verre ?



VISITE GUIDÉE OENOTOURISTIQUE AU CHÂTEAU DE CHILLON



Catégories : Manifestations - Gastronomie & Terroir

Manifestation terminée



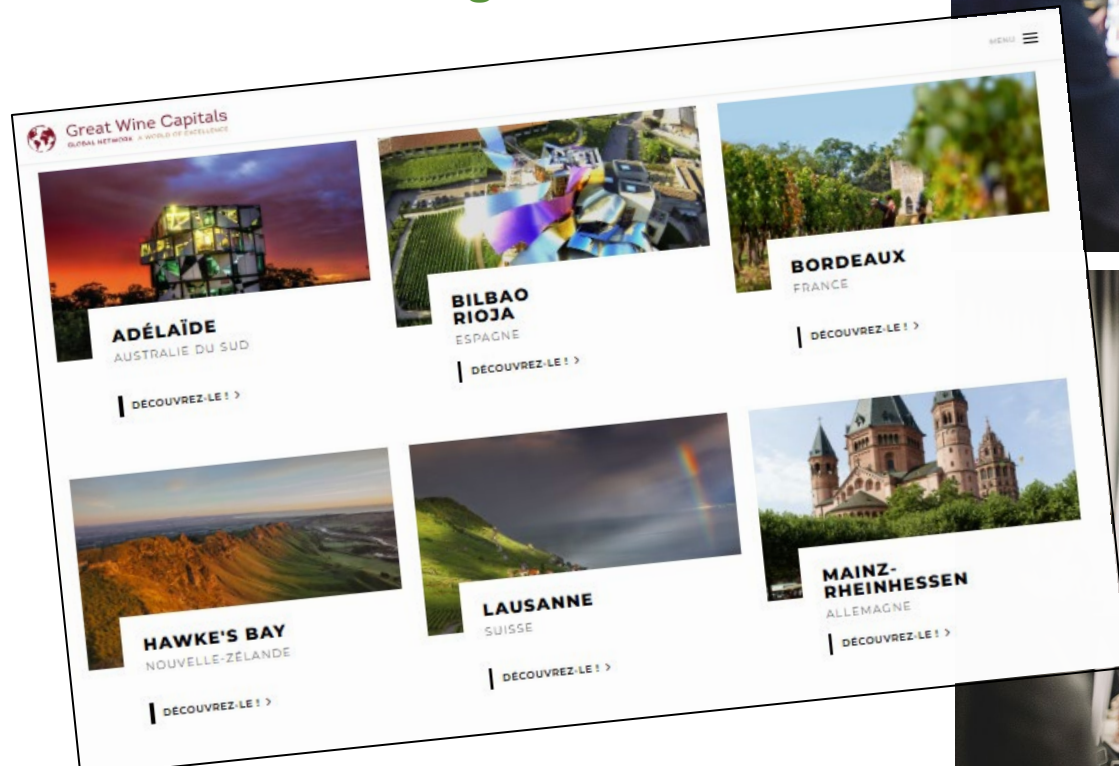
Explorez les vignobles lors d'une balade passionnante et découvrez le processus de création de vos vins préférés, du cep de vigne à la table du banquet.

Explorez cette passionnante excursion itinérante qui vous conduira à travers les vignobles du **château de Chillon™**. Plongez dans l'histoire en découvrant le terroir du "Clos de Chillon", notre Grand Cru maintes fois récompensé.

Descendez dans les caves de la forteresse lémanique du **château de Chillon™**, explorez les espaces de détente et les salles de banquet. L'histoire du vin et son influence sur la vie médiévale vous captiveront. À la fin de la visite immersive, prolongez l'expérience avec une dégustation conviviale du "Clos de Chillon" rouge, accompagnée de délicieux amuse-bouches préparés par le Café Byron.

3. Valeur ajoutée

Un effet boule de neige hors du Canton



3. Valeur ajoutée

Des retombées économiques bienvenues



Tout a débuté grâce à Vaud Oenotourisme et les journées de formation.

Depuis, nous avons:

- ✓ **Engagé 3 personnes** à plein temps
- ✓ **Construit une véranda** pour un accueil 4 saisons
- ✓ **Quasi 50% de notre CA provient de l'œnotourisme**
- ✓ **Accueil des clients 7/7**
- ✓ **Très grande collaboration avec les membres du réseau et les restaurateurs de la région (12 partenaires)**

Géraldine Gaillard, Epesses



4. Ses limites

Fragmentation des entités viti-vinicoles:

- Régions (Lavaux/La Côte, etc.)/Représentants (OVV/CIVV/FVV)/Métiers (vignerons/encaveurs/négociants)

Corporatisme au sein des filières:

- Esprit de silo / jalousies / agendas différents

Soutien étatique complexe et pluriel:

- Service de la promotion économique (DEIEP)
- Direction générale de l'agriculture et de la viticulture (DGAV)
- Direction générale du territoire (DFTS)

Soutiens étatiques éphémères:

- Innotour (5 ans)
- Enveloppe vaudoise (5 ans)

Cadre légal contraignant et décourageant:

- Lois sur l'aménagement du territoire/sur les auberges et débits de boisson/sur l'alcool, etc.

«Une destination œnotouristique met environ vingt ans à être reconnue»

Alors que Lausanne se accueille la rencontre annuelle des «Great Wine Capitals», le coordinateur YANNIS STUCKI dresse un état des lieux de l'œnotourisme.

Que sont les «Great Wine Capitals» ?

Il s'agit d'un réseau international de destinations œnotouristiques qui regroupe Napa Valley San Francisco (États-Unis), Bordeaux (France), Maïna Rhodochrousa (Grèce), Bilbao Rioja (Espagne), Valpécara-Castellana Valley (Italie), Verona (Italie), Adelaide (Australie), Cape Town (Afrique du Sud), Porto (Portugal) et Mendoza (Argentine). Lausanne en fait partie depuis 2018 et la rencontre de cette année prendra place à l'hôtel InterContinental (Nieuwe-Zeeland).

«Si nous voulons exister à l'international, nous devons nous fédérer»

Pourquoi Lausanne a intégré ce réseau ?

Pour placer la Suisse sur la carte mondiale du vin et de l'œnotourisme. Les «Great Wine Capitals» sont une association reconnue pour le patrimoine viticole qu'elles représentent mais aussi pour leurs dimensions touristiques, culturelles et économiques. C'est une grande fierté d'avoir pu intégrer ce réseau. Des marques qui les vins suisses peuvent d'une belle reconnaissance à l'international.



Yannis Stucki, coordinateur de la société Swiss Creative Start-ups à Echallens (VD), devant diverses bouteilles en lien avec l'œnotourisme.

Quels acteurs œnotouristiques ont le plus contribué à la capitale du vin suisse ?

Swiss Wine Promotion, l'organe de promotion national des vins suisses, c'est un cofinancier de la gestion des activités de la capitale Great Wine Capitals. La Ville de Lausanne, Lausanne Tourisme, l'Office des vins vaudois, Vaud Promotion et l'Association Vaud Œnotourisme participent également à la démarche. Une coordination est nécessaire entre tous les acteurs régionaux, nationaux et internationaux. J'ai le plaisir et l'honneur d'assumer ce rôle.

Les organisations œnotouristiques dominent... Il s'agit vrai-

ment d'une initiative nationale ?

Absolument, le vignoble helvétique a la même taille que celui d'Alsace et représente un tiers du vignoble autrichien. Si nous voulons rester à l'échelle internationale, nous devons nous fédérer. Dans le cadre du développement du Swiss Wine Tour, j'ai entendu à plusieurs reprises de la part de partenaires touristiques que l'œnotourisme était susceptible d'élargir le tourisme.

Qu'est-ce que le «Swiss Wine Tour» ?

Cette plateforme au service de laquelle je travaille regroupe des activités œnotouristiques des six régions vi-

ticiles de Suisse fédérale et sur la base d'un concept national de qualité. La vente de ces différents produits a été lancée en mai 2022.

«C'est une grande fierté d'avoir pu intégrer ce réseau»

Quelles sont vos observations concernant le développement de l'œnotourisme en Suisse ?

Je remarque que chaque Canton a sa manière de fonctionner, avec des interlocuteurs différents. Certains, comme le Valais et Vaud, sont plus avancés que d'autres. Il y

Un riche programme

La rencontre annuelle des «Great Wine Capitals» se déroulera du 23 au 26 octobre. La cérémonie d'ouverture est prévue dimanche à 19 h au Parlement vaudois.

Un repas soigné sera organisé le lendemain soir au Château de Chillon (VD). Une dégustation de crus des destinations partenaires est prévue mardi à l'École hôtelière de Lausanne et mercredi à l'École hôtelière de Sion. Une journée de conférences ponctuée par la remise des prix du «Best of Wine Tourism» (le meilleur œnotourisme) marquera la fin de l'événement. Les prix de 2,5 millions de francs, à partir de 2018, la création de l'Association Vaud Œnotourisme a permis de pérenniser le projet.

œnotourisme se concentrent. Par exemple, ceux qui s'occupent de la possibilité d'accueillir des hébergements œnotouristiques, le but étant de guider les clients dans la région. La Loi sur l'aménagement du territoire brève aussi certains projets œnotouristiques.

Êtes-vous satisfait de l'évolution de l'œnotourisme en terre vaudoise ?

Lorsque j'ai été nommé chef de projet Vaud Œnotourisme en 2013, je n'aurais jamais imaginé un tel développement d'œnotourisme. Pour capter les professionnels de la vigne et du vin, différents acteurs tels que des sociétés de transport, des restaurants, des pharmacies, des agences spécialisées dans l'œnotourisme, pour capter le programme cantonal, qui bénéficiait d'un crédit-cadre de 2,5 millions de francs, a pris fin en 2018. La création de l'Association Vaud Œnotourisme a permis de pérenniser le projet.

Revenons à l'échelle internationale. Quels atouts la Suisse peut-elle offrir en tant que destination œnotouristique ?

En premier lieu, la proximité. Quand nous sommes rendus à Adelaide en 2018, à l'occasion de la première rencontre des «Great Wine Capitals» à laquelle nous avons participé, nous avons voyagé plus de deux heures avant d'atteindre les premières vignes. La diversité de nos paysages et de nos cépages sont d'autres atouts à leur valeur.

PROFESSEUR RICCARDO PERAZZINI

Rendez-vous en 2034!