

VIGNOBLES & DECOUVERTES

Les grandes lignes du label

- ❖ La destination doit être pertinente : le périmètre géographique et le nombre de lits touristiques sera étudié (ils proposent une base de 30km de rayon, 15 caves et 100 lits touristiques pour avoir un ordre d'idée)
- ❖ Le label est attribué à une destination et à ses composantes.
- ❖ La destination doit proposer une sélection de prestations qualifiées pour leur niveau de qualité et leur lien avec le vignoble. Cette sélection de prestations comprend au moins :
 - De l'hébergement
 - De la restauration
 - Des caves
 - La découverte d'un ou plusieurs site(s) patrimonial(s)
 - Un ou plusieurs office(s) de tourisme
 - Une ou plusieurs structure(s) réceptive(s)
- ❖ Une ou plusieurs des prestations suivantes devront également être proposées :
 - Des évènements autour du vin
 - Des activités sportives ou de loisirs
 - Des activités de bien-être ou de santé
- ❖ Les partenaires s'engagent à prôner et à pratiquer la consommation responsable
- ❖ **Ce groupement d'acteurs se formalise par la réalisation d'une convention partenariale.** Cette convention doit être au moins signée par le porteur de projet, une instance touristique et une instance viticole au niveau départemental, régional ou interrégional (*dixit le cahier des charges*), par tous les partenaires du réseau (*dixit l'animatrice de label que j'ai eu au tel*)
- ❖ La marque est attribuée pour 3 ans
- ❖ Le porteur de projet doit développer et mettre en œuvre des outils d'analyse de la satisfaction des clients et mettre en place un dispositif d'évaluation interne du réseau (au moins annuel).
- ❖ Tous les partenaires doivent justifier d'un temps minimum d'exploitation de 12 mois

VIGNOBLES & DECOUVERTES

Critères d'éligibilité par catégorie

4.1.1. Les caves

Pour être éligibles, les caves doivent suivre une **démarche qualité d'accueil conduite par un réseau national ou territorial**, dans les caves ouvertes au public proposant un **contrôle régulier effectué au moins une fois tous les 3 ans**, ou porter la marque Qualité Tourisme.

Les caves doivent **proposer du vin produit en AOC** ou IGP.

Les caves ou caveaux doivent **être ouverts au minimum de Pâques à la Toussaint** et **accueillir le samedi et/ou le dimanche, ou au moins sur rendez-vous**. Une attention particulière sera portée dans le dossier de candidature à la proportion qui devra être marginale de caves ou caveaux ouverts sur rendez-vous.

La visite de la cave ou du caveau comprend au moins une dégustation commentée des vins, gratuite ou payante. Les caves ou caveaux partenaires s'engagent à ne pas conditionner leur visite ou dégustation à une obligation d'achat de vins et à respecter les horaires et périodes d'ouverture annoncés.

Les caves ou caveaux partenaires développent **le conditionnement et les conditions de livraison adéquates** aux pratiques d'une clientèle touristique (proposer son vin à la vente directe à partir d'une bouteille, et proposer un service de transporteur vers la France et l'international, sur demande).

Les caves ou caveaux partenaires pratiquent au **moins une langue étrangère** nationale en plus du français.

Les caves ou caveaux partenaires s'engagent à **disposer des crachoirs** dans les salles de dégustation ouvertes au public, afin de familiariser le plus grand nombre à la modération.

Les caves ou caveaux partenaires s'engagent à communiquer sur la marque et sur les autres partenaires porteurs de la marque et à participer aux actions entreprises par le réseau (réunion d'information, formation,...).

Les caves ou caveaux partenaires doivent proposer **au moins deux des « plus » suivants** :

- être lauréat du Prix National de l'Oenotourisme ;
- une prestation adaptée pour la clientèle familiale ;
- une prestation adaptée pour la clientèle groupe ;
- une prestation adaptée pour la clientèle en situation de handicap (moteur et/ou visuel et/ou auditif et/ou mental) ;
- une découverte guidée du chai et des vignes ;
- des initiations ou des stages de dégustation ;
- un site internet traduit ;
- la vente de vin de la propriété en ligne ;
- réaliser la production viticole en suivant les principes de l'agriculture raisonnée ou biologique.

4.1.2 Les hébergements

Pour être éligible, un hébergement doit répondre aux exigences suivantes :

1. **être classé** quand le classement existe ;
2. **être situé dans les vignes ou dans un environnement de charme** ;
3. suivre une démarche qualité d'accueil menée par un réseau national ou territorial et/ou porter la marque Qualité Tourisme ;
4. accueillir dans **une langue étrangère** au moins ;
5. **proposer une prestation en lien direct avec le vignoble**, à savoir :
 - information, sensibilisation au vignoble avec au moins une information spécifique dans les espaces privatifs du client (chambre, studio,...) et dans les espaces communs (documentation, livres, espace dédié,...) ;
 - relais d'information vers les autres partenaires touristiques porteurs de la marque (restaurants, caves, sites naturels et patrimoniaux,...) ;
6. proposer au moins **l'un des « plus » suivants** :
 - être lauréat du Prix National de l'Oenotourisme ;
 - hébergement de charme (respectant les matériaux et le type d'habitat caractéristique de la destination) ou chez le vigneron ;
 - hébergement sensible à la thématique du vin et proposant des prestations relatives à cet univers : dégustation gratuite ou payante des vins du terroir dans l'établissement, spa et bien-être, organisation de visite découverte,....
 - proposition de prestations relatives aux produits du terroir ou valorisant l'artisanat local ;
 - disposer d'un site internet traduit dans une langue étrangère au moins ;
 - proposer la réservation en ligne.

4.1.3. La restauration

Pour être éligible, un restaurant doit répondre aux exigences suivantes :

1. présenter une **carte des vins proposant de manière significative et prioritaire les vins de la région** ;
2. **être ouvert pendant toute la période d'activité touristique** principale de la destination (au moins, haute et moyenne saison) ;
3. être le **relais d'information vers les autres partenaires** touristiques engagés dans la marque (restaurants, caves, sites naturels et patrimoniaux,) ;
4. l'équipe du restaurant doit être **capable de parler des vins de la région** et de conseiller le client sur les accords mets et vins ;
5. proposer une **carte traduite** en une langue étrangère au moins ;
6. proposer une **cuisine en partie ou exclusivement locale** ;
7. proposer des **menus associant mets & vins**, avec possibilité de vin au verre (merci de joindre la copie du menu) ;
8. proposer **au moins deux des « plus » suivants** :
 - être lauréat du Prix National de l'Oenotourisme ;
 - le restaurant bénéficie du titre « Maître Restaurateur » et/ou est porteur de la marque Qualité Tourisme et/ou d'un label qualité local ;
 - le restaurant dispose d'une équipe en capacité de s'exprimer dans une langue étrangère ;
 - le restaurant propose du vin de la région au verre ;
 - le restaurant possède une cave à vin électrique afin de garantir la qualité du vin servi ;
 - le restaurant est référencé dans un guide touristique et/ou gastronomique ;
 - proposer une démarche de partage autour du vin (préciser les actions menées) ;
 - disposer d'un site internet traduit dans une langue étrangère au moins.

4.1.4. Le patrimoine culturel et/ou naturel et/ou immatériel

Pour être éligible, le site doit :

1. être le **relais d'information** vers les autres professionnels porteurs de la marque (restaurants, caves, sites naturels et patrimoniaux,) ;
2. être **ouvert pendant toute la période d'activité touristique** principale de la destination (au moins, haute et moyenne saison) ;
3. dans le cas d'un monument, d'un musée ou d'un site de visite : proposer un **accueil physique de la clientèle individuelle**. Cet accueil physique peut être assuré par l'office de tourisme ;
4. être **fléché et facile d'accès** et bénéficier d'un stationnement à proximité ;
5. être **bien entretenu** ;
6. proposer un parcours de découverte adapté dans au moins une **langue étrangère** ;
7. dans le cas d'un monument, d'un musée ou d'un site de visite : disposer d'un **parking dimensionné pour l'accueil de groupes** ;
8. proposer **l'un des « plus » suivants** :
 - être lauréat du Prix National de l'Oenotourisme ;
 - programmer des événements permettant d'animer la destination ;
 - être dans une démarche qualité et/ou être porteur de la marque Qualité Tourisme ;
 - proposer une visite en lien avec l'univers du vin ;
 - proposer une présentation exemplaire d'un savoir faire local et/ou une dégustation commentée exemplaire d'un produit du terroir ;
 - accepter les cartes de crédit.

4.1.5. Office de tourisme

Pour être éligible, l'office de tourisme doit :

- être **classé au moins dans la catégorie II ou 2*** (dans l'ancien classement expirant le 31 décembre 2013) ;
- informer et communiquer en **une langue étrangère** au moins ;
- **valoriser l'oenotourisme** et informer sur l'ensemble des professionnels porteurs de la marque ;
- proposer des **prestations en lien avec le thème** ;
- **être engagé dans une démarche qualité** reconnue Qualité Tourisme (Norme NF services ou référentiel Qualité FNOTSI). Les démarches en cours sont acceptées pour les demandes de labellisation initiale mais ne le seront pas pour les demandes de renouvellement du label.

Les offices de tourisme partenaires doivent indiquer s'ils disposent d'une immatriculation au registre des opérateurs de voyages et de séjours ou, à défaut et ce, jusqu'au 23 juillet 2012, s'ils sont titulaires d'une autorisation préfectorale en cours de validité pour exercer les activités mentionnées à l'article L. 211-1 du code du tourisme. Si tel est le cas, l'office de tourisme peut être également éligible dans la catégorie « structure réceptive ».

Il est recommandé que le porteur de projet s'associe avec l'office de tourisme principal de la destination candidate pour une raison de cohérence d'actions.

4.1.6. La structure réceptive

Pour être éligible, la structure réceptive doit :

- **être immatriculée au registre des opérateurs de voyages** et de séjours ou à défaut, et ce, jusqu'au 23 juillet 2012, être titulaire d'une autorisation préfectorale en cours de validité pour exercer les activités mentionnées à l'article L. 211-1 du code du tourisme ;
- avoir une activité réceptive et **être implantée physiquement au sein ou à proximité de la destination** porteuse de la marque Vignobles & Découvertes ;
- **être ouverte pendant la période d'activité touristique** de la destination tout en encourageant la désaisonnalisation ;
- informer, vendre et proposer des prestations dans **une langue étrangère** au moins ;
- proposer des produits forfaits ou des **packages dynamiques oenotouristiques** valorisant prioritairement les prestataires porteurs de la marque Vignobles & Découvertes.

4.2 Autres prestations de service

Le porteur de projet peut également identifier d'autres prestations de service (activités de loisirs, activités sportives, activité de bien-être et de spa, événements) contribuant à l'attractivité de la destination.

Les modalités de sélection, bien que plus souples, doivent néanmoins répondre au cadre suivant :

Pour les activités sportives et de loisirs :

- **fiabilité de l'accueil** : respect des périodes d'ouverture ;
- pratique d'au moins **une langue étrangère** ;
- **être ouvert pendant la période d'activité touristique** de la destination ;
- **informer sur les autres partenaires** porteurs de la marque Vignobles & Découvertes ;

Pour les événements : ils sont spécifiques au vin ou associent l'univers du vin ou valorisent les produits du terroir et savoir-faire locaux.