



COLLOQUE EN DISTANCEL

## PROGRAMME

**Œnotourisme et développement durable :  
l'«éco-œnotourisme» est-il possible ?**

## Œnotourisme et développement durable : l'«éco-œnotourisme» est-il possible ?

La filière vitivinicole a connu de nombreux bouleversements depuis les années 1980. Aujourd'hui, l'un de ses défis principaux est de répondre, à son échelle, à l'urgence environnementale tout en préservant sa viabilité économique et la qualité de sa production. Alors que les vignobles se sont ouverts et adaptés à l'œnotourisme depuis les années 2000, ce colloque vise à comprendre la manière dont l'activité œnotouristique peut favoriser les actions mises en place par les vignerons en faveur du développement durable et de la transition agroécologique, voire les impulser. Un « éco-œnotourisme » est-il pleinement envisageable ? Selon quelles modalités et avec quels acteurs ?

### Mots-clés

Tourisme, Tourisme rural,  
Œnotourisme, Eco-œnotourisme,  
Offres touristiques gourmandes,  
Développement durable, Agroécologie,  
Biodiversité, Terroir, Patrimoine,  
Paysages viticoles, Stratégies collectives.

## SESSION INTRODUCTIVE

### Accueil par les organisateurs ESA

Ronan SYMONEAUX et Cécile COULON-LEROY  
GROUPE ESA • USC GRAPPE ESA-INRAE

### Quelques mots sur l'œnotourisme en Val de Loire

Christian VITAL • *Interloire*



## SESSION 1

9H45 > 11H15

### Tourisme rural, œnotourisme, tourisme gourmand : la possibilité d'un tourisme durable ?

Les territoires agricoles et plus largement les espaces ruraux font l'objet en France d'un intérêt touristique croissant : en 2018 le tourisme rural ou agricole représentait près d'un tiers de la fréquentation touristique française (30,3% des nuitées). Cette tendance touristique, qu'on appréhende sous différentes terminologies (tourisme lié à l'agriculture, tourisme agricole, tourisme rural, agritourisme, agrotourisme) et sous-divisions (œnotourisme, tourisme gourmand etc.), prend deux formes principales. D'une part le tourisme rural/agricole « en activité », c'est-à-dire directement lié à la production agricole, qui propose différentes offres touristiques, parmi lesquelles l'hébergement, la restauration et la vente directe au sein de l'exploitation (« à la ferme »), ainsi que les visites d'exploitations. D'autre part le tourisme « hors ferme » qui peut prendre des formes diverses comme l'hébergement dans d'anciennes fermes ou dans des lieux folklorisés, la dégustation de produits locaux dans des restaurants proposant des menus « terroir »

## L'éco-œnotourisme, du concept à la pratique : paysage, biodiversité, écoconception des caves

Joël Rochard • *VitisPlanet, Expert OIV*

L'œnotourisme prend une part grandissante dans la valorisation des territoires viticoles. C'est également un facteur qui participe à l'image et à la valeur ajoutée des vins de ces régions. Parallèlement à l'attrait culturel pour la vigne, le vin et la dégustation, « l'œnotourisme » est également motivé par une approche écologique des caves et des terroirs. Ainsi émerge le concept d'Eco-œnotourisme, qui associe notamment, en liaison avec le développement durable, les paysages, la biodiversité, ainsi que l'éco-conception des caves. Cette thématique est importante pour les viticulteurs qui sont sensibles au regard que la société porte sur leur métier, voire pour l'acceptation locale de leurs activités et des projets qu'ils souhaitent mettre en œuvre. Au-delà

de l'approche purement descriptive, le paysage est l'expression esthétique de l'écosystème culturel que constitue le terroir, patrimoine naturel domestiqué et valorisé par l'homme. En complément, la protection de la biodiversité du terroir local s'intègre également dans cette démarche. Au-delà des terroirs, l'éco-conception des caves participe également à la valorisation écologique de la filière. Celle-ci repose sur l'optimisation de la gestion de l'eau et de l'énergie par l'utilisation de techniques de construction traditionnelle ainsi que de dispositif de pilotage. Inertie thermique du sous-sol, énergie solaire, murs et toits végétalisés, matériaux de construction écologique et harmonie paysagère s'intègrent dans une vision durable de la conception des caves.

## Art et enjeux environnementaux dans les offres œnotouristiques

Sophie Lignon-Darmaillac • *Géographe, Sorbonne-Université*

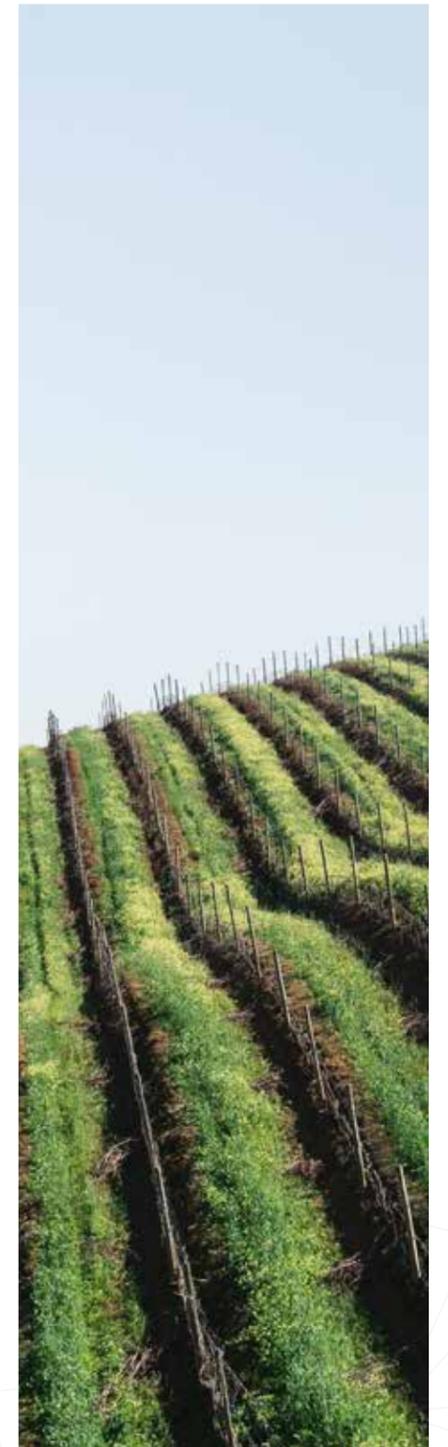
Dans le développement de plus en plus diversifié de l'œnotourisme, force est de constater une place grandissante de la dimension environnementale de l'offre des exploitations viticoles ouvertes aux visiteurs. Par leur architecture, de nombreux chais prennent racine dans leurs terroirs, leurs salles de dégustation dominent leurs vignes dans une situation panoramique, pour contempler le paysage à l'origine du vin de la propriété. Pour enrichir l'offre œnotouristique à l'extérieur des caves, des sentiers vigneron ont été aménagés pour mieux comprendre les dynamiques paysagères, les enjeux agro-écologiques spécifiques du

vignoble. Pour s'intégrer plus profondément encore dans un système agroécologique durable, la viticulture valorise la biodiversité de la campagne avoisinante. L'offre œnotouristique organise alors des espaces de détente, des circuits de visite hors vigne, dans les bois comme dans la « Forêt des sens » du Château Smith Haut Lafitte, ou installe des œuvres d'art qui dialoguent avec les éléments, vent, soleil ou eau, pour interpréter le travail du vigneron. Nous tenterons d'analyser ces nouveaux enjeux éco-œnotouristiques qui revisitent la notion de terroir, à travers quelques exemples précis.

## Le tourisme gourmand ou l'incorporation de la biodiversité locale

Olivier Etcheverria  
*Géographe, Université d'Angers-  
UFR ESTHUA Tourisme et Culture*

Pratique du hors-quotidien déployée dans un espace du hors-quotidien, le tourisme gourmand s'exprime par la découverte, grâce à la rencontre et à la dégustation, de la biodiversité du lieu de séjour choisi, désiré et motivé. En effet, les pratiques mobilitaires du touriste qui le construisent comme un être multi-local, les regards extérieurs portés sur les saillances du lieu qui constituent des éclairages à valeur patrimoniale, les expériences d'immersion temporaire qui s'alimentent et nourrissent à la fois les discours et les imaginaires géographiques et gourmands du lieu découvert conduisent à la construction d'un rapport touristique à la biodiversité locale qui met en place les conditions nécessaires pour poser-reposer les questions inhérentes à la montée de l'écoconscience du lien à l'animal et de la consommation de viande, de l'utilisation d'intrants chimiques dans les productions agricoles alimentaires, de la fonction nourricière de l'agriculture, des qualités des paysages qui sont à mettre en relation avec les celles des aliments mis en bouche, etc. Ainsi, cet habiter temporaire se concrétise notamment par une incorporation de la biodiversité locale (le végétal, l'animal, le paysage, etc.) qui participe à sa compréhension, à sa représentation et à son appropriation. Le tourisme gourmand serait-il alors un outil efficace pour la lutte contre l'accélération de l'érosion de la biodiversité ? La cogestion locale de la biodiversité serait-elle un enjeu de la construction des destinations touristiques gourmandes ? La méthodologie suivie repose sur de nombreuses observations participantes, une étude des offres touristiques gourmandes (site internet de restaurants et d'acteurs institutionnels du tourisme), des entretiens qualitatifs avec des chefs cuisiniers et des touristes gourmands dans des contextes physiques distincts que sont les milieux ruraux et urbains.



## La patrimonialisation des vignobles au service du développement durable ?

Qu'il soit naturel ou culturel, matériel ou immatériel, le patrimoine fait l'objet d'une attention particulière dans un contexte de concurrence généralisée entre les territoires. La mise en valeur du patrimoine prend corps dans le processus de patrimonialisation, « un processus de reconnaissance et de mise en valeur d'édifices, d'espaces hérités, d'objets et de pratiques : pour ceux qui se les approprient, il s'agit d'une forme d'inscription dans l'espace et dans le temps, facteur de valorisation et de légitimation. » (Fagnoni 2013). Si le tropisme patrimonial est devenu, dans les vignobles de l'« Ancien Monde » viti-vinicole en particulier, un référent central du développement des territoires (Lignon Darmaillac 2014; Delaplace et Gatelier 2014), quelle place accorde-t-il à l'environnement et au développement durable au sein des vignobles ? Alors que la patrimonialisation est devenue un outil incontournable des politiques du territoire, va-t-elle nécessairement de pair avec le développement agroécologique des territoires viticoles, ou ne risque-t-elle pas au contraire, dans certains cas, de les figer dans des pratiques et des paysages artialisés au risque d'être muséifiés ? En somme, si l'agroécologie nécessite un changement et une adaptation des viticulteurs à de nouvelles pratiques et que la viticulture durable « doit devenir un processus d'apprentissage et de perpétuelle nouveauté » (Pretty 1995), cette notion d'évolution et de changement est-elle pleinement compatible avec la mise en patrimoine des territoires viticoles ?



## Patrimonialisation de la vitiviniculture et enjeux de durabilité: le cas de la Champagne viticole

Elsa GATELIER

*Ingénieure de recherche, Laboratoire REGARDS de l'Université de Reims Champagne-Ardenne*

Sylvie JOLLY

*Praticienne-chercheuse indépendante et membre associée à l'EIREST (Université de Paris 1 Panthéon-Sorbonne)*

L'inscription des « Coteaux, Maisons et Caves de Champagne » sur la Liste du patrimoine mondial par l'Unesco traduit un processus de patrimonialisation de la vitiviniculture (Delaplace et Gatelier, 2014). Avec cette reconnaissance, viennent des obligations en matière de protection et de valorisation du Bien inscrit. Un plan de gestion protège les sites témoins de la Valeur Universelle Exceptionnelle du Bien, d'une part, et organise le développement du tourisme pour les valoriser d'autre part; l'œnotourisme étant une ambition partagée par les professionnels du champagne et les collectivités territoriales, (Gatelier et Jolly, 2019). Néanmoins, les modalités de développement de l'œnotourisme en Champagne posent de nombreuses questions, en matière de durabilité en particulier (Jolly, 2014).

La Champagne se targue d'être l'une des premières filières viticoles à avoir réalisé son bilan carbone : mais que penser de l'arrivée de nombreux touristes pour découvrir

le vignoble ? À quel point les habitants sont prêts à la transformation touristique de leur lieu de vie, et de leur lieu de travail pour les vignerons (Poitras et Getz, 2006) ? Aussi, le champagne bénéficie d'une notoriété internationale que ne possède pas (encore ?) la destination du même nom: quelle forme d'œnotourisme permettra d'amplifier la notoriété de la destination sans dégrader celle du vin ? Enfin, le changement climatique peut conduire au développement de nouvelles pratiques culturelles (Ollat et Touzard, 2013) et plus généralement à la recherche de nouvelles sources d'énergie (éolien, photovoltaïque, etc.). Cela pourrait modifier, dans une certaine mesure, la structure paysagère des vignobles (Mollevi, 2007) et donc atteindre, pour le cas de la Champagne, les critères d'inscription du Bien.

Autant de considérations qui questionnent les relations entre patrimonialisation des vignobles et les différentes dimensions de leur durabilité, ainsi que le rôle essentiel de la gouvernance territoriale en la matière.

## Patrimonialisation et durabilité des vignobles dans le Val de Loire

Amélie Robert

Géographe, UMR CITERES (CNRS, Université de Tours)

En 2016, le Val de Loire a attiré 13 % des œnotouristes dénombrés en France (Atout France). Cela constitue une véritable aubaine pour les collectivités territoriales de la région qui entendent bien diversifier l'activité touristique et redynamiser ainsi certains territoires, pour les viticulteurs aussi qui y voient un moyen de développer la vente directe et de varier leurs revenus. L'activité est ainsi en plein essor et les actions se multiplient pour attirer dans les vignobles des touristes déjà présents dans la région (châteaux, Loire à vélo). On observe alors une patrimonialisation des paysages viticoles : les vigneronnes se réclament d'une « longue histoire », cultivant leurs terres « depuis plusieurs générations. » Il faut dire que l'ancienneté de la pratique est devenue gage de qualité pour le consommateur. Mais, sous la pression de ce dernier et sous les injonctions des pouvoirs publics, les viticulteurs s'orientent aussi de plus en plus vers des pratiques dites plus durables. Comment la patrimonialisation s'articule-t-elle avec cette inscription dans la durabilité des vignobles ? Patrimonialisation et durabilité des vignobles sont-elles compatibles ? La présentation se fondera sur des recherches conduites dans différents vignobles du Val de Loire (dont Bourgueil), se focalisant sur les dynamiques que suscitent ces évolutions dans les paysages et sur les arguments mis en avant par la filière viticole et les collectivités territoriales. Nous verrons notamment que patrimonialisation et durabilité servent un même objectif, celui de la qualité des produits comme des paysages, et ce sont dès lors plutôt les pratiques jugées non durables (parfois d'ailleurs à tort) et « modernes », dont doivent surtout se défendre les viticulteurs.



## Entre patrimonialisation et médiation culturelle, comment la destination œnotouristique remodèle l'attractivité d'un territoire en évitant l'écueil de la disneylandisation ?

France Gerbal-Medalle

Consultante en Œnotourisme & Docteure en géographie, Laboratoire LISST/Dynamiques Rurales, Université de Toulouse

En 2016, le Val de Loire a attiré 13% des œnotouristes dénombrés en France (Atout France). Cela constitue une véritable aubaine pour les collectivités territoriales de la région qui entendent bien diversifier l'activité touristique et redynamiser ainsi certains territoires, pour les viticulteurs aussi qui y voient un moyen de développer la vente directe et de varier leurs revenus. L'activité est ainsi en plein essor et les actions se multiplient pour attirer dans les vignobles des touristes déjà présents dans la région (châteaux, Loire à vélo). On observe alors une patrimonialisation des paysages viticoles : les vigneronnes se réclament d'une « longue histoire », cultivant leurs terres « depuis plusieurs générations. » Il faut dire que l'ancienneté de la pratique est devenue gage de qualité pour le consommateur. Mais, sous la pression de ce dernier et sous les injonctions des pouvoirs publics, les viticulteurs

s'orientent aussi de plus en plus vers des pratiques dites plus durables. Comment la patrimonialisation s'articule-t-elle avec cette inscription dans la durabilité des vignobles ? Patrimonialisation et durabilité des vignobles sont-elles compatibles ? La présentation se fondera sur des recherches conduites dans différents vignobles du Val de Loire (dont Bourgueil), se focalisant sur les dynamiques que suscitent ces évolutions dans les paysages et sur les arguments mis en avant par la filière viticole et les collectivités territoriales. Nous verrons notamment que patrimonialisation et durabilité servent un même objectif, celui de la qualité des produits comme des paysages, et ce sont dès lors plutôt les pratiques jugées non durables (parfois d'ailleurs à tort) et « modernes », dont doivent surtout se défendre les viticulteurs.

## OEnotouristes et consommateurs de vin, alliés de la transition agroécologique ?

Depuis plusieurs années, une sensibilisation accrue des consommateurs et des touristes sur les enjeux sanitaires et environnementaux liés à l'alimentation et à la production agricole est observée (Ricci et al., 2018). Cela a d'ailleurs conduit un nombre croissant de consommateurs à adopter des habitudes de consommation perçues comme plus durables (Plank et Teichmann, 2018).

Alors que plusieurs études montrent que le comportement d'achat des consommateurs pourrait améliorer considérablement la durabilité des systèmes alimentaires (Lazzarini et al., 2018), en encourageant les entreprises à se tourner vers des processus respectueux de l'environnement (Nicolaou et Tsalis, 2018), qu'en est-il pour la viticulture ? Les habitudes des consommateurs de vin se tournent-elles également vers des labels environnementaux spécifiques ? De manière parallèle et complémentaire, les œnotouristes privilégient-ils les vignobles engagés pour l'environnement ? Consommateurs et œnotouristes sont-ils particulièrement sensibles à ces enjeux environnementaux alors même que la viticulture est une activité agricole particulièrement polluante ? Peuvent-ils favori-

ser et pourquoi pas impulser certains changements de pratiques ? Ne peut-il pas y avoir un risque que les viticulteurs favorisent certaines pratiques facilement valorisables auprès des œnotouristes et consommateurs, au détriment d'autres, moins valorisables mais plus efficaces du point de vue de l'environnement et de la biodiversité ?



## Un paysage riche en biodiversité, atout pour l'œnotourisme ? Étude de cas en Val de Loire

Nashidil Rouiaï

Chercheuse à l'ISVV et UMR Passages,  
ancienne post doc à l'École supérieure d'agricultures

Alors que « par son histoire, son étendue et sa diversité, le vignoble français est tout à la fois un atout économique et culturel » (Lignon-Darmailac 2009), l'œnotourisme prend non seulement une part grandissante « dans la valorisation des territoires viticoles », mais il « participe à l'image et à la valeur ajoutée des vins de ces régions » (Rochard 2015: 48). On assiste ici à une boucle de rétroaction positive dans laquelle le vin participe à l'attrait touristique de la France et des régions viticoles françaises, et à son tour la valorisation des territoires et des terroirs viticoles via le développement de l'œnotourisme en France participe à la valeur ajoutée des vins français. Face à ce constat les viticulteurs ont tout intérêt, en lien avec l'ensemble des acteurs économiques et politiques du territoire, « à offrir un paysage de qualité, support emblématique de l'activité touristique de leur région, vecteur d'image de leur métier et de leurs produits » (idem). Or la qualité du paysage va de pair avec sa préservation et la prise en compte des nombreux enjeux écologiques dont il est le reflet. Alors que le paysage est un support important de valorisation

pour le vin, à l'inverse, une dégradation du territoire mise en évidence par une dénaturé du paysage va engendrer, par extension, une détérioration de la perception de l'image du vin. Nous proposons, dans cette communication, et à partir d'une étude de terrain réalisée en Val de Loire, d'articuler paysage et biodiversité et de se pencher sur la valorisation de cette biodiversité dans le cadre de l'offre œnotouristique d'une part, et des attentes liées aux enjeux de la biodiversité dans le cadre de la pratique œnotouristique d'autre part.



## La préférence des consommateurs pour la biodiversité dans les vignobles : utilisation de la méthode d'expérimentation des choix pour comparer les cas.

Chiara Mazzocchi, Giordano Ruggeri, Stefano Corsi  
Département Agriculture et sciences Environnementales, Université de Milan, Italie

Ces dernières années, les préoccupations des consommateurs au sujet de l'impact environnemental de la production alimentaire ont considérablement augmenté, mettant au premier plan les enjeux liés à la durabilité, à la sécurité alimentaire et à la sûreté des aliments. Les préoccupations environnementales incitent les consommateurs à mieux comprendre l'impact des processus de production et à accroître leur demande de produits qui tiennent compte de la protection de l'environnement. Cette sensibilité des consommateurs aux questions environnementales représente une opportunité pour les producteurs de vin, pour différencier leurs produits, augmenter les prix, développer l'œnotourisme et améliorer leur réputation (Pomarici et Vecchio, 2019, Galati et al., 2019). Un certain nombre d'études ont analysé le comportement des consommateurs vis-à-vis des questions environnementales liées à la production alimentaire. Plusieurs éléments ont été pris en compte comme la perception, les préférences, ou encore la propension à payer des consommateurs pour différents systèmes de certification écologiques sur le marché du vin : la production biologique (Mann et al., 2012), les économies d'eau (Pomarici et al., 2018), la biodynamie (Bazoche et al., 2015), les vins à faibles émissions de carbone (Pomarici et Vecchio, 2014) et d'autres attributs de durabilité (Tait

et al. 2019; Vecchio, 2013). Au sein des différentes questions environnementales, la protection de la biodiversité a récemment gagné en popularité tant dans l'opinion publique que dans le débat scientifique. Des recherches récentes ont montré comment la biodiversité peut affecter le processus de production de différentes manières positives. Dans cette recherche, nous utilisons une méthode d'expérimentation des choix pour étudier les préférences des consommateurs et leur propension à payer pour une certification environnementale garantissant des pratiques agricoles visant à une plus grande protection de la biodiversité dans le vignoble lors de la production de raisins. En effet, les producteurs de vin pourraient bénéficier de l'introduction de certifications de durabilité autres que biologiques pour différencier leurs produits et obtenir de meilleures performances sur le marché. Nous évaluons les connaissances que les consommateurs affirment avoir sur des concepts tels que la biodiversité et l'agriculture biologique et nous évaluons comment ils réagiraient à l'introduction sur le marché de vins «respectueux de la biodiversité», en comparant leurs préférences avec celles des vins biologiques et en étudiant les principales variables sociodémographiques et attitudinales qui influencent leur attitude à l'égard des deux certifications.

## La sensibilité des consommateurs de vin face aux pratiques favorable à l'environnement

Diana Ugalde  
Doctorante UR GRAPPE, Ecole Supérieure d'Agricultures

Ronan Symoneaux  
Chargé de recherche UR GRAPPE, Ecole Supérieure d'Agricultures

La sensibilité à l'environnement et les attitudes, représentations et comportements écologiques des consommateurs sont étudiés depuis longtemps. En France, déjà en 1991, 82% des citoyens français admettaient que la situation de l'environnement était réellement préoccupante (Maresca & Hébel, 1998). En ce qui concerne la production alimentaire, les consommateurs sont de plus en plus préoccupés par les effets des pratiques de production des produits agricoles alimentaires conventionnels sur la santé humaine et le bien-être environnemental (Forbes et al., 2009). Dans le secteur du vin, cette tendance n'est pas différente. Plusieurs travaux de recherche ont largement étudié l'intérêt des consommateurs et leur consentement à payer pour des vins durables (Bazoche et al., 2015; Galati et al., 2019; Lanfranchi et al., 2019; Palmieri & Perito, 2020; Schäufele & Hamm, 2017; Sellers, 2016; Tait et al., 2019). Face à cette demande sociétale, les viticulteurs ont dû s'adapter et penser à diminuer l'impact environnemental de leurs pratiques. D'ailleurs, en 2017, l'Institut français de la vigne et du vin (IFV) et l'Institut national de l'origine et de la qualité (INAO) ont élaboré un guide pour donner des repères techniques. Cinq points thématiques ont été retenus : préserver et développer la biodiversité, maîtriser et réduire la fertilisation, limiter l'utilisation de produits pharmaceutiques, favoriser une meilleure gestion de l'eau et utiliser un matériel végétal plus adapté, par exemple des variétés plus résistantes à la sécheresse ou à certaines maladies (INAO, 2017). Cependant, peu d'études se sont interrogées sur la représentation des acheteurs de vin de ces pratiques plus favorables à l'environnement et à ce qu'ils entendent par un vin respectueux de l'environnement. Ceci est important pour les vigneron souhaitant améliorer leur communication vis-à-vis de leur stratégie environnementale sur la bouteille, sur les points de vente ou par exemple, lors de visites œnotouristiques. Comprendre les représentations et les sensibilités environnementales des acheteurs de vin permettra de communiquer de façon plus efficace et transparente et pourrait être un moyen de mieux valoriser ces types de vins. Notre avons donc interrogé un échantillon de 1022 acheteurs de vin Français sur ces sujets et nous avons conduit des analyses qualitatives et quantitatives afin de répondre à cette question.

## Quelles perspectives pour le couple œnotourisme et développement durable

Joël Rochard  
VitisPlanet, Expert OIV

Pour terminer cette journée, Joël Rochard, fera une synthèse de la journée et une mise en perspective de l'ensemble de ces travaux.



éco  
œno  
tourisme  
1<sup>er</sup> colloque international

18 juin  
2021

9h >  
16h30

### CONTACT :

Ronan SYMONEAUX (HDR)  
Chargé de Recherche et Valorisation en  
Évaluation Sensorielle et Sciences du Consommateur  
Port : +33 (0) 6 47 19 26 17

Nos partenaires financiers



Le projet CEnobiotour à l'origine du colloque été mené par



Le projet CEnobiotour à l'origine du colloque a été réalisé avec le soutien

