

# ŒNOTOURISME

## UNE AMBITION CAPITALE POUR MONTPELLIER



—  
**DESTINATION  
VIGNOBLES  
DE MONTPELLIER**  
—



# > > ÉDITO

## LE VIN, UNE AMBITION CAPITALE POUR MONTPELLIER

*Engagement, qualité, proximité, respect et partage*, telles sont les valeurs de la Destination Montpellier, portées par l'ensemble des acteurs de la filière tourisme et vin qui se sont mobilisés, pour co-construire à nos côtés la candidature au label **Vignobles & Découvertes**.  
Aujourd'hui, la pertinence de ce travail collectif est reconnu !

Ce label national est un signal fort qui va permettre de renforcer l'attractivité et la visibilité de **la Destination Montpellier, afin de devenir une capitale du vin**. Il est aussi la promesse faite aux visiteurs d'une offre complète, structurée et diversifiée d'activités œnotouristiques, à la découverte de notre patrimoine culturel unique, autour des savoirs du vin, riche mélange d'expériences gustatives, éco-responsables et conviviales.

Montpellier Méditerranée Métropole poursuit plus que jamais son travail d'accompagnement et son engagement auprès des professionnels de la filière œnotourisme, et accueille avec fierté pour les trois années à venir le label **Vignobles & Découvertes**.

**Michaël Delafosse**

Président de Montpellier Méditerranée Métropole  
Maire de Montpellier

## CHIFFRES CLÉS DU TERRITOIRE

HÉRAULT



**1<sup>ER</sup> DÉPARTEMENT**  
viticole d'Occitanie

**1<sup>ER</sup> DÉPARTEMENT**  
touristique d'Occitanie



MONTPELLIER MÉDITERRANÉE MÉTROPOLE

**54** vigneron

**10** caves coopératives

**63** cavistes

**+ 300** restaurants et bars à vin



Source : Hérault Tourisme

Étude œnotouristique réalisée par le Cabinet Atout Terroir en 2021

## CAVEAUX

1. Clos d'Isidore
2. Château de Flaugergues
3. Château de l'Engarran
4. Domaine du Mujolan
5. Le Cellier du Pic
6. Domaine Saint-Jean de l'Arbousier
7. Les Compagnons de Maguelone
8. Château de Fourques
9. Domaine de Causse
10. Domaine du Chapitre
11. Maison des vins du Languedoc
12. Domaine de la Croix Saint Julien
13. Domaine Massillan
14. Vignerons du Bérange et de l'Or
15. Les Coteaux de Montpellier
16. Domaine de Verchant

## HÉBERGEMENTS

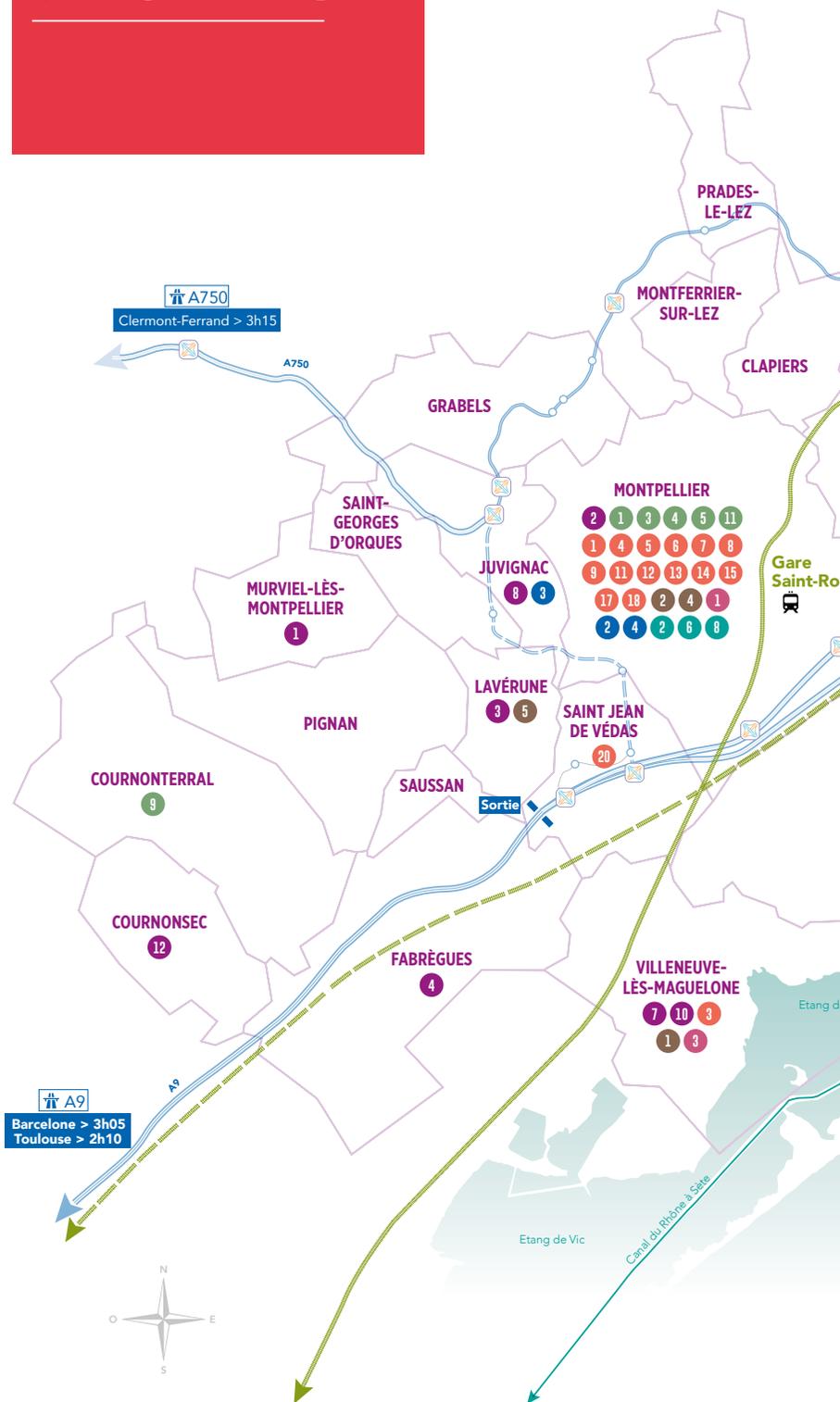
1. Hôtel du Palais \*\*\*
2. Le Disini hôtel-spa \*\*\*\*
3. Hôtel des Arts\*\*
4. Royal hôtel\*\*\*
5. Hôtel des Arceaux\*\*\*
6. Domaine de Verchant hôtel spa\*\*\*\*\*
7. Mas du Pont (gîtes)
8. Les Coquilloux (gîtes)
9. Clos du Théron (chambre d'hôtes)
10. Les Cabanes de l'Arbousier (chambre d'hôtes)
11. Le Sens Six (chambre d'hôtes)

## RESTAURANTS

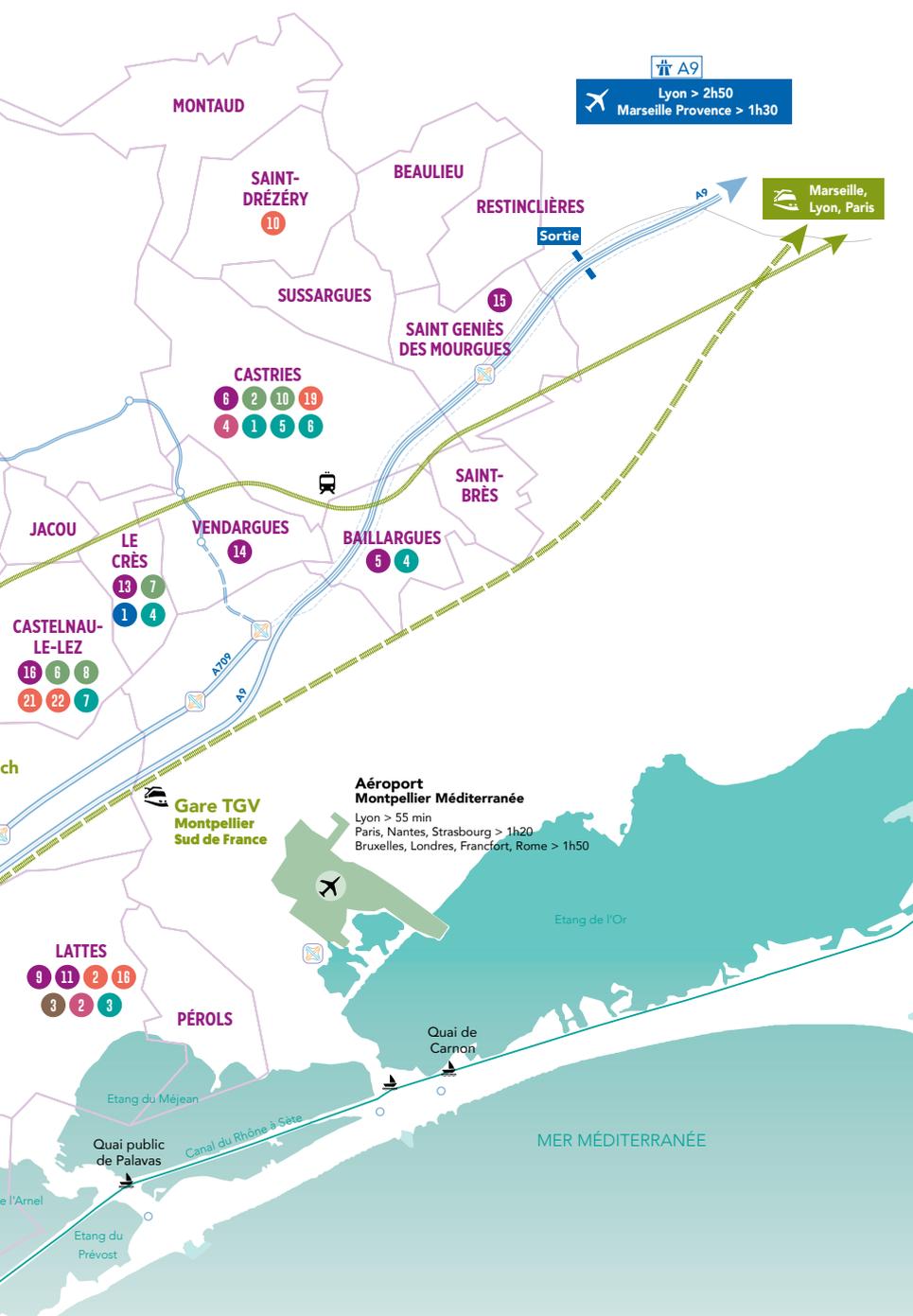
1. Avva Garden
2. Caves du Coup de Cœur
3. Le Comptoir des Compagnons
4. La Diligence
5. Le Petit Jardin - restaurant
6. Le Petit Jardin - bistrot
7. Le Melice
8. Le Vinarium
9. Angus et Bacchus
10. Les amis de Bacchus
11. Mas de la Feuillade
12. Reflet d'Obione\*
13. Trinque Fougasse
14. O petit Trinque Fougasse
15. Le Sens Six
16. Les Cuisiniers Vignerons (Mas de Saporta)
17. Le Folia (Château de Flaugergues)
18. Glouglou
19. Le Disini
20. La Carafe
21. Marcelle (By Verchant)
22. La Plage dans les vignes (By Verchant)

# les partenaires labellisés VIGNOBLES ET

## DESTINATION VIGNOBLES DE MONTPELLIER



# DÉCOUVERTES



## SITES PATRIMONIAUX

1. Cathédrale de Maguelone
2. Musée Fabre
3. Site archéologique Lattara (Musée Henri Prades)
4. Château de Flaugergues
5. Château de l'Engarran

## OFFICES DE TOURISME

1. Office de tourisme et Congrès de Montpellier Méditerranée Métropole
2. Bureau d'information touristique de Lattes
3. Bureau d'information touristique saisonnier de Villeneuve-lès-Maguelone
4. Bureau d'information touristique saisonnier de Castries

## AGENCES RÉCEPTIVES

1. Perma Social Club
2. Les Pépites du Sud
3. Wi Sud
4. Montpellier Wine Tours

## ACTIVITÉS

1. Seb éco bike (location vélos / balades)
2. Raisin d'Être (animations autour du vin)
3. École des vins du Languedoc
4. Mas du pont (manade)
5. Domaine Saint-Jean de l'Arbousier (animations autour du vin / balades)
6. Le Disini hôtel (spa)
7. Domaine de Verchant (spa)
8. Prowinetour (animations autour du vin)

## ÉVÉNEMENTS

- Estivales de Saporta
- Estivales de Villeneuve-lès-Maguelone
- Rencontres Vignerones
- Balade gastronomique aux Grés de Montpellier
- Visites œnologiques du Musée Fabre
- Salon Dégustez en VO (Vins d'Occitanie)
- Salon Noël en Grés de Montpellier





# LABEL VIGNOBLES & DÉCOUVERTES, C'EST QUOI ?

Créé en 2009, le **label national Vignobles & Découvertes** a pour objectif d'offrir plus de lisibilité au client et plus de visibilité à la destination. Il s'appuie sur les démarches de qualité nationales ou locales déjà existantes.

Il est attribué **pour une durée de trois ans** par Atout France à une destination à vocation touristique et viticole proposant une offre de produits touristiques multiples et complémentaires (hébergement, restauration, visite de cave et dégustation, musée, événement...), permettant au client de faciliter l'organisation de son séjour et de l'orienter sur des prestations qualifiées.

Véritable levier de structuration, de professionnalisation et d'animation de la filière, ce label met en réseau des acteurs touristiques et viticoles qui œuvrent à la valorisation de la filière.

**Depuis le 14 mars 2022, la Métropole de Montpellier est labellisée Vignobles & Découvertes.** Une première pour Montpellier qui affirme ainsi **son engagement en faveur du développement de l'œnotourisme et la promotion de son patrimoine œnologique unique.**



## UNE APPROCHE COLLABORATIVE ET PARTAGÉE

Cette reconnaissance parachève **une année de travaux, de rencontres et d'échanges constructifs**, durant lesquels une véritable dynamique s'est mise en place, associant **l'ensemble des acteurs du vin, de la vigne et de l'œnotourisme** de la métropole montpelliéraine et des territoires voisins.

Une centaine d'acteurs a apporté ses idées, ses réflexions. Ils ont coconstruit, en travaillant sur les enjeux œnotouristiques, l'identité œnologique de la métropole, ses spécificités, son positionnement et le nom de la destination - **Destination Vignobles de Montpellier** - est apparu comme fédérateur pour l'ensemble des acteurs.

Dans ce cadre, un plan d'actions sur trois ans sera déployé autour de la structuration et l'animation de la filière, la création d'offres œnotouristiques et la valorisation de la destination.



“ À TRAVERS  
CETTE DÉMARCHE,  
CHACUN POURRA APPORTER  
SA CONTRIBUTION  
POUR DÉTECTER  
QUELS SONT  
NOS DÉNOMINATEURS  
COMMUNS



Cyril Meunier

Vice-président de Montpellier Méditerranée Métropole,  
Délégué au Tourisme, à l'Attractivité et aux Congrès  
et Président de l'Office de Tourisme de Montpellier



# DES ENJEUX œNO FORTS POUR LE TERRITOIRE

## DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE

C'est l'enjeu principal de cette stratégie œnotouristique : diversification de l'activité des vignerons, source de revenus complémentaires, pérennisation des entreprises et des emplois de la filière, création de nouveaux emplois durables, moins saisonniers...

## TOURISME DURABLE / ÉCO-RESPONSABILITÉ / CONSOMMATION RESPONSABLE

Selon les recommandations de l'Organisation Mondiale du Tourisme « la durabilité ne doit plus être un créneau du tourisme mais doit être la nouvelle norme ». Il est aujourd'hui nécessaire d'inventer une façon différente et responsable de découvrir le vignoble.

La vigne étant sensible au climat, le tourisme durable est un réel enjeu. Se pose ainsi la question de l'accessibilité au vignoble (enjeu « mobilités ») mais aussi des types d'offres œnotouristiques proposées. D'autres éléments sont à prendre en compte comme la santé publique, l'action climatique, la conservation de la biodiversité et l'économie circulaire.

## STRUCTURATION / PROFESSIONNALISATION DE L'ACCUEIL & ENGAGEMENT QUALITÉ

Cet enjeu est l'objet de la démarche « Vignobles & Découvertes » pour accompagner la filière œnotouristique vers :

- Une meilleure professionnalisation de l'accueil chez les acteurs de la filière
- Un engagement autour de la qualité des offres œnotouristiques proposées aux clients
- Une structuration de l'offre pour la rendre plus visible et plus cohérente par rapport au territoire
- Une structuration et une organisation de la filière afin d'encourager une meilleure coordination entre les différents acteurs, une mutualisation, des initiatives individuelles et la définition d'une gouvernance.

## MOBILITÉS

Ce territoire urbain, à la mobilité déjà bien développée, doit aujourd'hui tendre vers :

- Le développement d'une mobilité douce, avec des circuits de découverte œnotouristique à vélo (répondant aux attentes de la clientèle et aux enjeux de tourisme durable) et proposant des solutions de commercialisation pour la vente de vin au caveau
- Une meilleure homogénéisation des transports en commun sur le territoire pour rendre accessible les différents points d'attrait œnotouristiques aux touristes non véhiculés
- Une meilleure irrigation des flux de touristes sur le territoire, arrivant notamment par les points d'entrée de la ville de Montpellier : gares, aéroport et autoroutes
- Une réflexion sur l'ensemble de la chaîne de commercialisation et de distribution (notamment l'approvisionnement des restaurateurs et bars à vins en vins locaux)



# TOURISTIQUES

## LA VALEUR AJOUTÉE / SON ORIGINALITÉ

La Métropole de Montpellier a des spécificités œno-touristiques qui la distinguent de toutes les autres destinations labellisées Vignobles & Découvertes. Car, si la richesse de son offre est foisonnante, la métropole est également une terre où ont été créées des techniques qui ont révolutionné la culture de la vigne et du vin, grâce à la vitalité de sa recherche agronomique, jamais démentie au fil des siècles.

L'histoire viticole et le rôle des vigneronnes du territoire dans l'histoire viticole mondiale lui confèrent un caractère original et unique à travers les décennies. **Son patrimoine œnoculturel unique autour des savoirs du vin**, lui permet aujourd'hui d'afficher son originalité sur la scène internationale et de créer ainsi une expérience client unique.

## LES VALEURS DE LA DESTINATION

### ENGAGEMENT

Durabilité, éco-responsabilité,  
consommation responsable

### QUALITÉ

Valeurs vigneronnes,  
qualité des vins et de l'accueil

### PROXIMITÉ

Vignobles proche de la ville,  
territoire accessible

### RESPECT

Paysages, environnement,  
nature, consommateurs

### PARTAGE

Convivialité, fête, plaisir, détente,  
art de vivre méditerranéen, œnoludisme

## La promesse de destination

Sous le signe de la convivialité, **LA DESTINATION VIGNOBLES DE MONTPELLIER** invite voyageurs, familles et épi-curieux pour une parenthèse décomplexée, à la rencontre de ses vigneronnes, engagés en faveur d'une viticulture durable et de qualité, et à la découverte de son patrimoine culturel unique autour des savoirs du vin.

**UNE ALCHEMIE, SAUVANT MÉLANGE D'EXPÉRIENCES  
URBAINES, NATURES, CULTURELLES ET FESTIVES !**

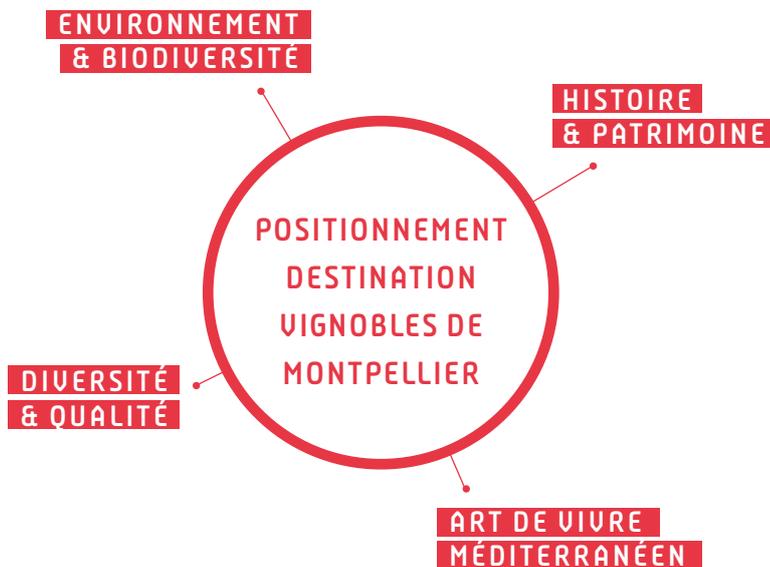


# LE POSITIONNEMENT



## DESTINATION VIGNOBLES DE MONTPELLIER

Un territoire engagé en faveur d'une viticulture durable et de qualité, doté d'un patrimoine culturel unique autour des savoirs du vin.



## PILIER 1 : HISTOIRE ET PATRIMOINE

La dynamique géo-historique du territoire de la métropole, autour de l'univers du vin, fait ressortir un élément marquant du positionnement, différenciant des autres régions viticoles françaises et mondiale : la richesse millénaire de ses **échanges entre le vin et la science**.

En effet, Montpellier et sa métropole ont la particularité unique d'avoir toujours **allié la science et le vin** (avec la botanique, la pharmacie, la médecine et la chimie, par exemple avec l'utilisation du verdet, de la crème de tartre, de l'alcool...).

Mais aussi **d'avoir nourri le monde du vin de découvertes scientifiques** ! C'est ici que :

- les recherches capitales de lutte contre l'oïdium, le black-rot et bien sûr le phylloxéra, sont nées
- la botanique construit l'ampélographie qui sauve, améliore et diversifie la vigne mondiale
- la science de la vigne et du vin relève les enjeux de la qualité et des nouveaux défis du vin : celles d'une viticulture durable

**Ce trait de caractère permet à Montpellier et sa métropole de s'affirmer depuis plus de 1 000 ans comme la capitale des savoirs du vin.**

Le second point apporté sur ce pilier est le patrimoine **œnologique** dont dispose la Métropole de Montpellier sur son territoire. Ce sont des éléments importants, uniques et intransférables, à valoriser pour mettre en lumière l'histoire de la destination.



“ CETTE DÉMARCHE EST TRÈS ATTENDUE PAR LA PROFESSION POUR METTRE EN VALEUR NOS VIGNES, NOS VIGNERONS, NOTRE VIGNOBLE ET LE PATRIMOINE DE CETTE BELLE MÉTROPOLE DE MONTPELLIER ”

**Yvon PELLET**  
*Conseiller de Montpellier Méditerranée Métropole, Délégué à l'Agriculture, viticulture et manifestations afférentes (rattachement à la délégation Transition écologique et solidaire, Biodiversité, Énergie, Agroécologie et alimentation)*

## PILIER 2 : ART DE VIVRE ET CONVIVIALITÉ

L'Art de vivre du Sud de la France est un subtil mélange entre une ambiance typiquement méditerranéenne et une certaine philosophie du « bien-vivre » et du « bien-boire et bien-manger ». Ces notions ont fait souvent référence à une valeur, revendiquée par les acteurs de la filière viti-vinicole : **la convivialité**.

Ce pilier du positionnement permet en effet de se démarquer d'autres destinations œnotouristiques françaises, souvent perçues comme moins « accessibles ». Il évoque une destination « décomplexée », où « il fait bon vivre » et où la convivialité des acteurs permet de **beaux moments de partage** autour du vin, **en toute simplicité**. À l'échelle régionale, cet élément est partagé par toutes les destinations œnotouristiques du Sud de la France.

## PILIER 3 : DIVERSITÉ ET QUALITÉ

Le territoire de la métropole offre une très grande **diversité** d'acteurs de la filière : vins, produits locaux, terroirs, profils de clients, paysages, appellations AOP et IGP, patrimoines, ambiances (urbaine/nature) et de l'offre œnotouristique. Cette diversité fait la richesse de cette destination et lui donne une **place centrale** dans le paysage œnotouristique régional.

Tous les acteurs s'accordent aussi à mettre en avant la **qualité** de leurs produits et de leurs services. Depuis le XX<sup>e</sup> siècle, l'histoire viticole régionale s'articule autour d'une dynamique moins quantitative et d'une reconnaissance de la qualité des vins en appellations AOP et IGP. La dernière phase de cette transition viticole s'opère depuis le XXI<sup>e</sup> siècle avec l'explosion du nombre de domaines viticoles engagés dans des démarches environnementales.

Cet **engagement vers la qualité** se traduit par ailleurs sur le territoire par le nombre d'acteurs labélisés sur des démarches qualité d'accueil (Qualité Tourisme, Bienvenue à la ferme, Maître Restaurateur, Maître Cavistes, Gîte de France, Clé verte...) et qualité des enseignements de formation autour du monde du vin.

## PILIER 4 : ENVIRONNEMENT ET BIODIVERSITÉ

La destination œnotouristique de Montpellier est une destination engagée pour la sauvegarde et la protection de ses espaces naturels et agricoles.

Ce pilier du positionnement a depuis longtemps été intégré par la filière viticole locale, **près des 2/3 des vigneronns et caves coopératives** sont engagés dans une **démarche viti-vinicole respectueuse de l'environnement**, pour préserver la nature et ses vignobles.\*

Les autres acteurs de la filière œnotouristique (agences réceptives, activités de loisirs, hébergeurs, restaurateurs...) sont eux aussi parties prenantes en proposant des visites en mobilité douce, en luttant contre le gaspillage alimentaire, en favorisant les circuits courts ou en optant pour des solutions écologiques en matière d'énergie.

\* Étude œnotouristique réalisée par le Cabinet Atout Terroir en 2021.



# LES AXES STRATÉGIQUES

## UN VIGNOBLE AUX PORTES DE LA VILLE ŒNOTOURISME URBAIN

- Associer l'image urbaine de Montpellier à celle du vin, à ses vignobles et à ses paysages
- Valoriser le lien entre ville et nature à travers l'histoire viticole de la destination et la découverte de ses vignobles
- Développer une offre œnotouristique à l'échelle de la destination
- Valoriser la proximité de l'offre œnotouristique avec la ville, destination urbaine reconnue pour son attractivité culturelle et événementielle et facilement accessible (gares, aéroport, autoroute)
- Faire des habitants de véritables ambassadeurs de la destination



## MONTPELLIER, PLACE CENTRALE DE L'ŒNOTOURISME RÉGIONAL

## UNE DESTINATION DURABLE ET UN VIGNOBLE ENGAGÉ

- Valoriser les engagements des acteurs de la filière œnotouristique en matière de viticulture durable, d'adaptation aux changements climatiques, de tourisme durable, d'éco-responsabilité et de consommation responsable
- Valoriser la biodiversité présente sur le territoire
- Affirmer le positionnement de la destination à travers ses valeurs d'engagement et de durabilité
- Encourager les pratiques d'un tourisme plus durable auprès des différentes clientèles
- Structurer l'offre autour d'une mobilité douce et d'un tourisme durable tout en favorisant le développement économique des acteurs de la filière sur le territoire



- S'inscrire dans les schémas stratégiques de l'œnotourisme du Département et de la Région, en tant que destination phare à l'échelle du bassin viticole Languedoc
- Faire de la destination un lieu incontournable de la découverte de l'offre œnotouristique régionale
- Participer au développement de la notoriété des vins du territoire en valorisant la qualité et la diversité de l'offre
- Développer les flux touristiques entre Montpellier et les destinations Vignobles & Découvertes régionales tout en développant un tourisme durable et responsable

“ LE VIGNOBLE  
MONTPELLIÉRAIN  
A TOURNÉ LE DOS  
AU PRODUCTIVISME  
ET À SON EMPREINTE  
ENVIRONNEMENTALE  
POUR DEVENIR CHAMPION  
DE L'AGRICULTURE  
BIOLOGIQUE ”

Isabelle TOUZARD

*Vice-présidente de Montpellier Méditerranée Métropole,  
Déléguée à la Transition écologique et solidaire, Biodiversité,  
Énergie, Agroécologie et alimentaire*

## INCONTOURNABLE DE L'ŒNOTOURISME MONDIAL

- **Affirmer une place centrale** et incontournable passée/présente et future, des acteurs du territoire dans la création, **le développement et la préservation de la viticulture mondiale**
- Affirmer le positionnement de la destination sur la scène internationale, **unique et distinct des autres grandes villes de vin**
- **Structurer des offres valorisant le patrimoine œnologique unique** de la destination autour des savoirs du vin et de la recherche scientifique

## UNE DESTINATION 4 SAISONS

- Développer une offre œnotouristique à l'année afin de **générer de l'activité économique sans saisonnalité** et permettre la création d'emplois annuels pérennes
- Développer une gamme complète d'offres sur différentes cibles : locale, régionale, nationale, les étudiants et les touristes d'affaires
- **S'appuyer sur les grands événements du territoire** (congrès, séminaires, événements sportifs et culturels...) et proposer des offres adaptées
- Encourager une répartition sur l'année des événements viticoles et œnotouristiques organisés sur le territoire
- **Associer l'œnotourisme et le tourisme gourmand** (gastronomie)
- **Affirmer** le positionnement à travers **les valeurs de convivialité**, partage et **art de vivre du Sud de la France**



# LE PLAN D'ACTION

➤ **Un programme opérationnel dédié aux labellisés Vignobles & Découvertes «Destination Vignobles de Montpellier»**

## ANIMATION DU RÉSEAU

- Rencontres annuelles des labellisés Vignobles & Découvertes
- Accompagnement sur des démarches de qualification et de labellisation
- Programme de formation (présence en ligne, réseaux sociaux, concevoir une offre œnotouristique rentable, connaître les vins du territoire pour mieux les vendre...) et ateliers thématiques (durabilité, éco-responsabilité, consommation responsable...)
- Guide du labellisé Vignobles & Découvertes pour permettre aux labellisés de s'approprier l'identité de la destination et le fonctionnement du réseau



## DÉVELOPPEMENT DE L'OFFRE ŒNOTOURISTIQUE

- Création de Routes de vins
- Développement des « œnorando »
- Création d'un circuit œnotouristique en centre-ville
- Développement d'une offre adaptée aux familles

## ANALYSE ET SATISFACTION

- Réalisation d'un benchmark de l'œnotourisme mondial
- Suivi des actions et bilan des opérations menées

# S 2022-2025



## COMMUNICATION, PROMOTION

- Édition de la Carte « Routes des vins »
- Catalogue de l'offre œnotouristique et des labellisés Vignobles & Découvertes
- Objets promotionnels éco-responsables à l'effigie du territoire
- Campagne de communication digitale (web et réseaux sociaux)
- Organisation d'accueils presse / influenceurs pour faire découvrir le territoire
- Communication dans la presse spécialisée

## ÉVÉNEMENTS

- Organisation des Rencontres de l'œnotourisme sur le territoire
- Participation au Fascinant Week-end
- Organisation des Rencontres Vignerones
- Participation au salon Destination Vignobles



*Rejoignez la Destination Vignobles de Montpellier*

>>> [vignoblesetdecouvertes@montpellier3m.fr](mailto:vignoblesetdecouvertes@montpellier3m.fr)

## CONTACT

**Floriane FREULON**  
vignoblesetdecouvertes@montpellier3m.fr



REJOIGNEZ-NOUS



[entreprendre-montpellier.com](http://entreprendre-montpellier.com)

