IVES Technical Reviews
vigne & vin

https://doi.org/10.20870/IVES-TR.2023.7861

L'œnotourisme : vitrine du développement agro-écologique des vignobles ? Partie 1

Nashidil Rouiaï[1], Ronan Symoneaux[2], Jean-Claude Taddei[3]

[1] UMR CNRS 5219 Passages, Université de Bordeaux, Institut des Sciences de la Vigne et du Vin, 210 Chem. de Leysotte, 33140 Villenave-d'Ornon, France

[2] USC 1422 GRAPPE, INRAE, L'École Supérieure des Agricultures (ESA), SensoVeg, SFR 4207 QUASAV, France

[3] ESSCA Research Lab, 1 rue Joseph Lakanal, 49000 Angers, France

L'étude vise à articuler les enjeux environnementaux de la filière vitivinicole et les dynamiques œnotouristiques sur ces territoires viticoles. Il s'agit de comprendre la manière dont l'activité œnotouristique peut valoriser et favoriser les actions en faveur de l'environnement et de la biodiversité au sein des vignobles. Le travail de recherche intègre plusieurs acteurs et échelles : il interroge de quelle façon la mise en avant des pratiques agroécologiques dans l'offre oenotouristique (notamment le maintien et/ou le développement de la biodiversité) peut à la fois intéresser les touristes, bénéficier aux viticulteurs et favoriser la transition écologique de ces territoires.

Œnotourisme, valorisation des paysages et transition agroécologique des territoires

Au cœur de processus de patrimonialisation et de territorialisation[1, 2], les vignobles sont constitutifs des identités territoriales[3, 4]. En France, les vignobles et les paysages viticoles se sont transformés depuis les années 1950 du fait des profondes mutations qu'a connu la filière vitivinicole[5, 6] : de l'industrialisation de l'agriculture à l'urbanisation et à la progression du bâti en passant par des évolutions dans les modes de consommation, la concurrence mondiale ou encore l'ouverture des vignobles au tourisme[7].

Aujourd'hui, ces enjeux s'enrichissent de nouvelles préoccupations, au sein desquelles le changement climatique ou la préservation de la biodiversité occupent une place centrale[8,9,7]. Les vignerons doivent non seulement s'adapter à ces enjeux pour assurer la viabilité de leur production mais également celle de leur exploitation, dans un contexte où les consommateurs se montrent à la fois plus vigilants qu'auparavant et demandeurs de produits « sains » et « bons pour l'environnement »[10,11,12]. La sensibilité des consommateurs aux questions sanitaires et environnementales, les nouvelles exigences réglementaires, conjuguées à de nouveaux enjeux agronomiques et à la volonté des viticulteurs eux-mêmes de réduire leur exposition aux pesticides, engendrent une transformation progressive des modes de production, une adaptation des pratiques culturales et une modification de la tenue des vignobles. Les paysages traduisent ces changements. Les œnotouristes sont des spectateurs privilégiés de ces changements. Depuis le début des années 2000, la visite des caves ne se cantonne plus à un acte commercial mais est véritablement devenue une activité touristique[13]. L'œnotourisme est aujourd'hui un vecteur de dynamisation et de diversification de l'économie des territoires viticoles et offre de nouveaux débouchés aux vignerons.

La biodiversité au cœur de paysages viticoles attractifs et diversifiés

Les recherches en écologie du paysage montrent la place et l'importance de la biodiversité des espaces du quotidien[14]. D'une nature intouchable et intouchée, d'une biodiversité remarquable, le prisme évolue vers la nécessaire préservation d'une biodiversité ordinaire et fonctionnelle au cœur des activités et des sociétés humaines. Les paysages traduisent ce changement paradigmatique (Fig. 1)[15].

Si le touriste est l'un des spectateurs privilégiés de cette transformation paysagère, c'est parce que, comme le dit le sociologue Jean Viard, il « *rentre dans la société par le paysage et non par l'habitant* »[16].



FIGURE 1. L'œnotourisme, un moyen de valoriser les paysages viticoles et leur transformation (mise en avant des bosquets en lisière de vignobles, des haies, des inter-rangs enherbés, etc.)

Dans le cadre des paysages viticoles français, les touristes sont les témoins d'un rapport consubstantiel entre pratiques viticoles et enjeux paysagers. La réglementation AOC des aires viticoles oblige une forme de conduite de la vigne et des paysages particuliers selon les zones de production.

Les paysages viticoles sont soumis à des enjeux réglementaires relativement strictes car ils constituent à la fois l'espace des enjeux et la vitrine des pratiques viticoles. Alors que les paysages sont les reflets de la « *longue temporalité du vignoble français* »[17] et de la diversité de ses terroirs[17], le monde viticole prend conscience de « la valeur des paysages viticoles et des images affectives et culturelles qui y sont liées »[18] car la consommation de vin s'intègre de plus en plus dans un contexte œno-culturel complexe. À côté des perceptions sensorielles qui constituent le socle de la perception qualitative intrinsèque du produit (fondées essentiellement sur l'adéquation terroir/cépage/vinification), la qualité perçue, fondement de l'image et support de la valorisation économique de l'appellation, « *intègre de plus en plus des composantes complémentaires relatives notamment à la santé, à l'environnement et aux valeurs patrimoniales* »[19]. Dès lors, la valorisation de la typicité paysagère constitue « *un support important de communication, par le biais des activités œnotouristiques, mais également par l'intermédiaire des médias* »[19].

Ce travail est disponible sous la licence Creative Commons Attribution 4.0 International.

On comprend d'autant plus l'intérêt pour les vignerons de participer à cette gestion paysagère et de mettre en avant la qualité de leur vignoble et de leur production à travers elle. D'autant que le paysage viticole constitue un média culturel associé au vin qui s'affranchit des contraintes réglementaires liées aux boissons alcoolisées.

C'est ce que met en évidence le rapport de Paul Dubrule (2007)[20] sur l'œnotourisme lorsqu'il dessine l'articulation entre les enjeux de la valorisation du patrimoine et la place qu'occupent les paysages dans la valorisation des territoires viticoles.

Alors que, plus largement, pour les touristes « *le voyage n'est plus seulement quête d'images émouvantes* […] *mais aussi pluralités d'émotions* », *que « les expériences gustatives, auditives et tactiles peuvent ainsi marquer très fortement les souvenirs des nouveaux touristes* »[21], l'œnotourisme valorise les vins et leur dégustation en les intégrant dans un paysage spécifique résultant d'une histoire et d'une géographie singulières. La typicité des savoir-faire, des paysages et du lieu conduit à une valorisation du produit lui-même. Par conséquent, 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* »[22].

Des initiatives multiples

Cette interaction est un terreau fertile qui lie œnotourisme, développement économique de la filière vin, et transition agroécologique des territoires viticoles et de nombreux acteurs du monde vitivinicole français en font déjà le pari. Alors que le livre blanc de l'œnotourisme en Champagne a pointé que l'œnotourisme durable était l'une des quatre attentes principales des visiteurs, l'initiative « Slow Tourisme Lab », créée en 2017 à l'initiative du Comité départemental du tourisme de l'Aube est le premier incubateur au monde d'entreprises souhaitant innover dans le tourisme durable en général et dans « l'éco-œnotourisme » en particulier. Le projet régional Vitirev en Nouvelle-Aquitaine, lancé en 2019 et qui vise à accélérer la sortie des pesticides en intégrant des pratiques agroécologiques dans les vignobles de la région, dispose également d'un axe centré sur le développement d'un œnotourisme durable notamment à travers la création de formations à destination des professionnels de la filière viti-vinicole assurées par les enseignants-chercheurs de l'Institut des Sciences de la Vigne et du Vin (ISVV). D'autres initiatives voient le jour à l'échelle des vignobles. Elles sont aussi valorisées auprès des consommateurs à travers l'offre œnotouristique. ■

Sources : *Article prenant sa source de l'article de recherche " L'œnotourisme, nouvel allié de la transition écologique au sein des vignobles ? exemple en Val de Loire " (Norois, 2021).*

1 Legouy, F., & Vitré, C. (2013). Les appellations d'Origine contrôlée (AOC) viticoles dans la région Centre-Val de Loire et les châteaux : une impossible équation ? *Norois, 226*, 63-77. https://doi.org/10.4000/norois.4595

2 Delaplace, M., & Gatelier, E. (2014). Patrimonialisation individuelle et collective et développement de l'œnotourisme en Bourgogne. Territoire en mouvement Revue de géographie et aménagement. *Territory in movement Journal of geography and planning, 21*, 40-53. https://doi.org/10.4000/tem.2283

3 Schirmer, R. (2012). L'identité de la France à travers ses vins. *La Géographie: terre des Hommes*, (1544), 22-24. https://shs.hal.science/hal-00767810/

4 Gibert, H., (2012). *Requalification du vignoble du Beaujolais : une approche systémique*. Thèse de doctorat en géographie, université Lumière Lyon 2. http://www.theses.fr/2012LYO20071

5 Fassier-Boulanger, S. (2014). Les mutations de la filière viticole en France. *Revue géographique de l'Est, 54*(1-2). https://doi.org/10.4000/rge.5165

6 Legouy, F. (2014). La géohistoire de l'espace viticole français sur deux siècles (1808–2010): plusieurs cycles viticoles décryptés. https://www.espacestemps. net/auteurs/francois-legouy. *EspacesTemps*. net. http://www.espacestemps.net/articles/la-geohistoire-de-lespace-viticole-francais-sur-deux-siecles-1808-2010-plusieurs-cycles-viticoles-decryptes/

7 Yengué, J., & Robert, A. (2018). Le vignoble périurbain : entre préoccupations locales et contexte global. exemple de Vouvray (France). *Norois, 249*, 21-42. https://doi.org/10.4000/norois.7133

8 Quénol, H. (2014). *Changement climatique et terroirs viticoles*. Paris, Lavoisier, Tec & Doc, 444 p.

9 Neethling, É., Petitjean, T., Quénol, H., & Barbeau, G. (2016). Assessing local climate vulnerability and winegrowers' adaptive processes in the context of climate change. *Mitigation and Adaptation Strategies for Global Change, 22*(5), 777-803. https://doi.org/10.1007/s11027-015-9698-0

10 Boulanger-Fassier, S. (2008). La viticulture durable, une démarche en faveur de la pérennisation des territoires viticoles français ? *Géocarrefour, 83*(3), 181-190. https://doi.org/10.4000/geocarrefour.6856

11 Mazzocchi, C., Ruggeri, G., & Corsi, S. (2019). Consumers' Preferences for Biodiversity in Vineyards : A Choice Experiment on wine. *Wine Economics and Policy, 8*(2), 155164. https://doi.org/10.1016/j.wep.2019.09.002

12 Ugalde, D., Symoneaux, R., & Rouiaï, N. (2022). French wine buyers' expectations of an environmentally friendly wine. *Journal of Wine Research, 33*(4), 190-213. https://doi.org/10.1080/09571264.2022.2143335

13 Lignon-Darmaillac, S. (2018). Les grandes orientations de l'œnotourisme : modèles européens, modèles californiens. *Territoires du vin, 8*. https://doi.org/10.58335/territoiresduvin.1336

14 Forman, R., & Godron, M. (1986). *Landscape Ecology*. New York, Wiley and Sons, 644 p.

15 Franchomme, M., Bonnin, M., & Hinnewinkel, C. (2013). La biodiversité « aménage-t-elle » les territoires ? vers une écologisation des territoires. Développement Durable et Territoires, Vol. 4, n° 1. https://doi.org/10.4000/developpementdurable.9749

16 Viard, J. (2004). Entretiens. *Revue Pour,* n° 182.

17 Schirmer, R. (2009). *Les paysages du vignoble français*. Archives Ouvertes. https://shs.hal.science/halshs-00442195/

18 Murisier, F. (2000). *Préservation des paysages en Suisse : concilier rationalisation et esthétique*. Conférence Mondiaviti, Bordeaux.

19 Herbin, C. (2013). Paysages viticoles: enjeux pour la filière. *Actes des 1ères Assises des Vins du Sud Ouest, Toulouse*, 43-46. https://urlz.fr/on6A

20 Dubrule, P. (2007). *L'oenotourisme : une Valorisation des Produits et du Patrimoine Vitivinicoles*. Rapport, Ministère de l'Agriculture et de la Pêche, 92 p. https://www.vie-publique.fr/rapport/37896-loenotourisme-valorisation-des-produits-et-du-patrimoine-vitivinicoles

21 Donadieu, P. (2007). « Du pittoresque au durable. Les natures touristiques du paysage », Espaces tourismes et loisirs. *Revue Espaces*, n°254, p. 16-23.

22 Rochard, J. (2014). Bases de l'Eco-oenotourisme: Du paysage à la conception des caves. *CULTUR: Revista de Cultura e Turismo, 8*(3), 47-60. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5314606