La valorisation des territoires ruraux par l'oenotourisme

France Gerbal-Medalle

▶ **To cite this version:**

France Gerbal-Medalle. La valorisation des territoires ruraux par l'oenotourisme. Juristourisme : le mensuel des acteurs du tourisme & des loisirs [Juris tourisme], 2019. hal-02487875

HAL Id: hal-02487875
https://hal.science/hal-02487875

Submitted on 21 Feb 2020

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

TRIBUNE

« La valorisation des territoires ruraux par l'œnotourisme »

FRANCE GERBAL-MEDALLE
CONSULTANTE AOC TOURISME, DOCTORANTE EN GÉOGRAPHIE, UNIVERSITÉ DE TOULOUSE

L'œnotourisme, comme de nombreuses formes de tourisme, est avant tout un hédonisme qui s'inscrit aujourd'hui dans une quête de durabilité, ou tout du moins d'un œnotourisme vertueux. Ce n'est pas seulement un phénomène social et géographique, mais aussi un système de valeurs et le reflet de notre société.

En effet, l'œnotourisme a modifié notre perception du territoire rural mais également des pratiques culturelles. Les travaux de la vigne ont longtemps été perçus comme pénibles : en hiver la taille de la vigne, en plein vent et dans la froidure ; en été le rognage et le relevage sous un soleil de plomb ; à l'automne les vendanges, avec le lourd poids des comportes. Parfois dédaignés par les citadins, ils ont longtemps représenté le passé agricole d'une France qui se voulait industrielle. Aujourd'hui, nombreux sont les œnotouristes qui veulent apprendre, comprendre et faire le vin. En premier lieu, ils souhaitent participer aux vendanges, qui ne sont plus perçues comme « laborieuses » mais « authentiques et conviviales ».

Ainsi, par l'œnotourisme, notre perception du monde viticole et de ses paysages a aujourd'hui glissé d'un territoire de production, l'appellation viticole, vers un territoire de loisirs, la destination touristique. Les usages du territoire et les représentations s'en trouvent modifiés. Le vignoble n'est plus seulement une portion de territoire dédiée à la production du raisin nécessaire à l'élaboration des vins. Il est un témoin civilisationnel et culturel, un lieu à protéger mais également à partager avec les visiteurs. Il y a désormais un changement de regard sur le paysage viticole, qui s'en trouve sublimé. L'inscription d'une douzaine d'entre eux sur la liste des biens du patrimoine mondial par l'Unesco atteste de ce changement.

Les acteurs des territoires ruraux (collectivités territoriales, organismes de gestion, vignerons, opérateurs du tourisme) ont perçu ce changement et se sont saisis de cette opportunité. Les vignobles sont désormais pleinement associés aux démarches d'attractivité territoriale. Leur image est porteuse de valeurs fortes (tradition, innovation, convivialité…), et la vente des vins en France et à l'export en fait de formidables vecteurs de communication. En outre, le développement d'une offre culturelle variée, proposée par les vignerons, participe pleinement au renouvellement des territoires ruraux.

En effet, les vignerons développent spontanément deux types de stratégies œnotouristiques au service de leurs domaines, et plus largement de leur territoire :

- un œnotourisme patrimonial, qui s'appuie sur la rénovation, la médiation et parfois même la création d'un patrimoine, qui est ancré dans le territoire et donné à comprendre et à admirer aux visiteurs ;
- un œnotourisme culturel, consistant à proposer une offre culturelle festive et variée dont profite le visiteur mais également l'habitant.

Ces deux types d'œnotourisme, patrimonial et culturel, participent pleinement à la mise en désir des territoires viticoles et à la valorisation des territoires ruraux, faisant ainsi des vignobles les nouveaux « eldorados » du XXIe siècle. ■

Article extrait de Juris tourisme n° 224 de novembre 2019. Reproduction interdite sans l'autorisation de Juris Éditions © Éditions Dalloz.