



DOSSIER DE CANDIDATURE

DESTINATION

MINERVOIS

SAINT-CHINIAN

FAUGÈRES

et Haut Languedoc



DEMANDE DE RENOUELEMENT
DU DROIT D'USAGE DE LA MARQUE

PARTIE 2
PRÉSENTATION DE LA DESTINATION CANDIDATE
PLAN D' ACTIONS

SOMMAIRE PARTIE 2

PRESENTATION DE LA DESTINATION CANDIDATE / PLAN D' ACTIONS

Déclaration sur l'honneur du porteur de projet	4
Le représentant de la destination candidate.....	5
1. Le nom de la destination	6
2. Le périmètre de la destination.....	6
3. Le bassin viticole.....	9
3.1. Bref historique autour de l'Appellation Languedoc.....	9
3.2. Les appellations viticoles incluses dans la destination candidate.....	10
4. Présentation détaillée de chaque AOC/ AOP sur la destination.....	12
4.1. AOC/AOP Minervois.....	12
4.2. AOC/AOP Muscat de St-Jean-de-Minervois.....	13
4.3. AOC/AOP Minervois – LA LIVINIÈRE.....	14
4.4. AOC/AOP Saint-Chinian.....	15
4.5. AOC/AOP Saint-Chinian - BERLOU.....	16
4.6. AOC/AOP Saint-Chinian - ROQUEBRUN.....	17
4.7. AOC/AOP Faugères.....	18
5. Présentation détaillée de chaque IGP sur la destination.....	19
5.1. Les Indications Géographiques Protégées.....	19
5.1.1. Les IGP Régionales.....	19
5.1.2. Les IGP Départementales.....	20
5.1.3. Les IGP de territoire en Languedoc.....	21
Histoires d'hommes.....	21
○ Côtes de Thongue	
○ Coteaux de Béziers	
Sites et patrimoines.....	23
○ Coteaux d'Ensérune	
Espaces naturels.....	24
○ Haute vallée de l'Orb	
6. Quelques particularités.....	25
7. Chiffres clefs- Les caves viticoles.....	27
8. Les atouts viticoles et touristiques de la destination.....	28
8.1. Le tourisme viticole, une démarche ancienne sur le territoire.....	28
8.2. Spécificités touristiques et viticoles de la destination.....	28
8.3. une richesse minérale qui détermine des paysages viticoles variés.....	29
8.4. une diversité paysagère.....	30
8.5. un climat propice.....	32
8.6. Une terre de passage, d'échange et de refuge marquée par l'histoire viticole.....	32
8.7. Une offre patrimoniale préservée et valorisée	33
8.8. Des outils d'interprétation et de promotion.....	35
8.9. Un tourisme viticole déjà existant.....	36
8.10. Le patrimoine viticole.....	36
8.11. L'architecture viticole	37
8.12. Une belle dynamique territoriale autour des activités de pleine nature.....	38
A pied.....	38
○ Oenorando.....	39
A vélo.....	40

○ Les voies vertes.....	40
○ Le label Accueil Vélo.....	40
8.13. L'activité thermique et le bien être.....	41
9. Les routes du vin.....	42
10. Chiffres clefs.....	44
10.1. Dans l'Occitanie.....	44
10.2. Dans le département de l'Hérault.....	45
10.3. Saisonnalité de la fréquentation touristique.....	47
10.4. Offre en hébergements touristiques.....	47
10.5. Fréquentation des hébergements marchands	48
10.6. Fréquentation des sites de loisirs.....	49
10.7. Sites de loisirs nature, nautisme et fluvial.....	49
10.8. Evènementiel.....	49
10.9. Le Thermalisme	50
10.10. Le Tourisme Fluvial	50
10.11. Fréquentation touristique en Hérault en 2019.....	52
10.12. Evolution de la fréquentation 2019-2020.....	53
10.13. Premiers retours concernant la saison 2021.....	53
11. Les chiffres clefs de l'œnotourisme sur le département de l'Hérault.....	54
11.1. Profil client, comportement et satisfaction.....	55
12. Convention partenariale.....	57
13. Le carnet de route 2022-2025.....	58
14. Une construction collective	59
15. Détails du plan d'actions.....	60
16. Zoom sur quelques actions du carnet de route 2022-2025.....	66
16.1. Une identité visuelle en évolution.....	70
17. les partenaires engagés dans la démarche.....	71

Déclaration sur l'honneur du porteur de projet

DECLARATION SUR L'HONNEUR

Je soussigné, Jean ARCAS, porteur de projet de la destination « Minervois, Saint-Chinian, Faugères et Haut Languedoc » atteste avoir pris connaissance du règlement d'usage de la marque Vignobles & Découvertes et certifie l'exactitude de tous les renseignements portés sur la présente demande et, le cas échéant, la conformité aux originaux des documents joints.

Fait à Saint-Chinian, le 9 décembre 2021.

Signature et cachet obligatoire



Le représentant de la destination candidate

**Organisme représentant de la destination candidate
(porteur de projet) :**

Pays Haut Languedoc et Vignobles

Nom et prénom du représentant statutaire :

ARCAS Jean (Président)

Nom et prénom du représentant technique :

HERPSON Sylvie (Directrice Adjointe) –

Sylvie.herpson@payshlv.com

Nom et prénom du représentant technique 2 :

LEQUEUX APPERT Aurélie (mission œnotourisme) –

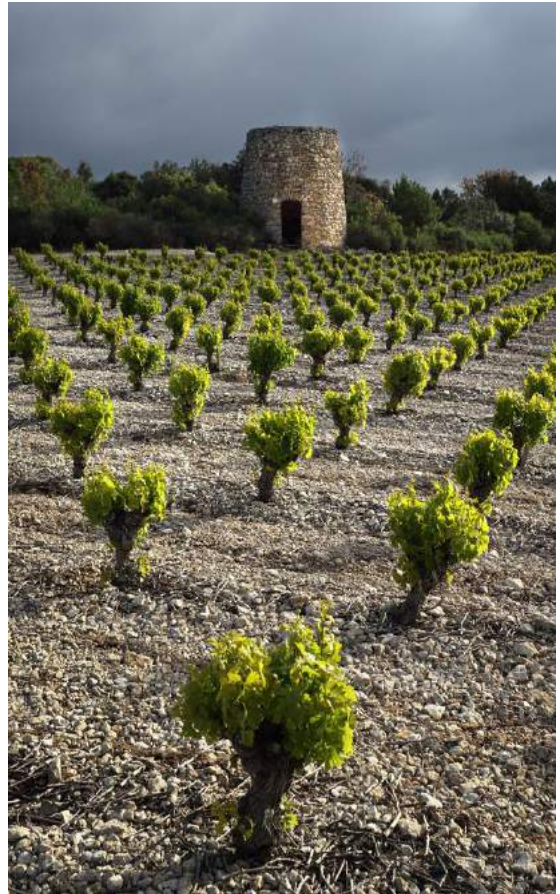
œnotourisme@payshlv.com

Adresse : 1, rue de la voie ferrée

Code Postal : 34 360

Ville : SAINT-CHINIAN

Numéro de téléphone : 04 67 38 11 10



Totalisant ainsi 102 communes et accueillants 78 509 habitants, la destination s'étend sur 1 913km² soit 41 habitants/km².

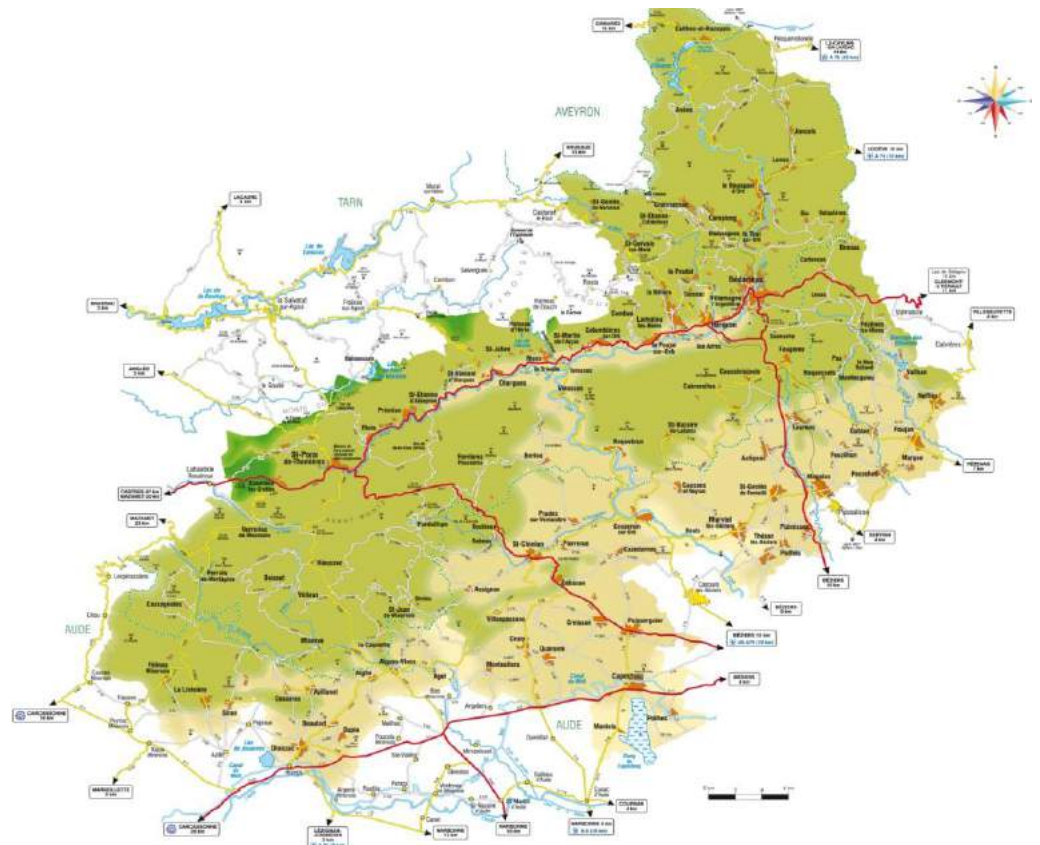
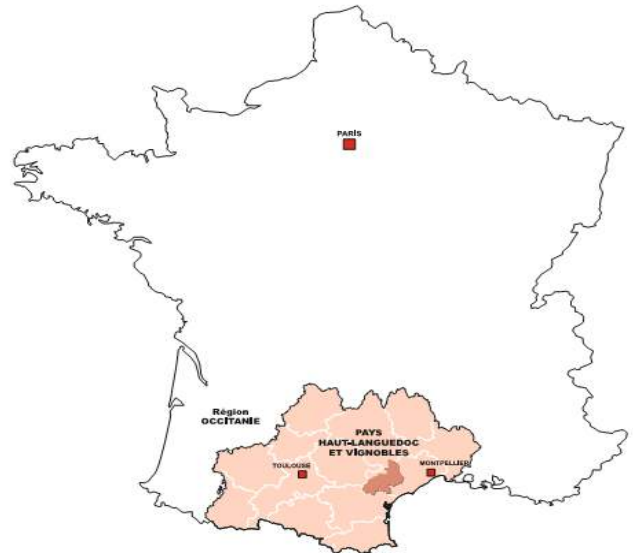
Au cœur de la destination se trouve la commune de Saint-Chinian qui se situe à 32kms d'Olonzac, 38Kms de Lamalou-les-Bains, 16Kms de Capestang, 23Kms de St Pons de Thomières et de 36Kms de Roujan pour ne citer que les extrémités.

Le territoire du Pays Haut Languedoc et Vignobles se situe dans la partie ouest du département de l'Hérault. Il a pour frontière le département de l'Aude avec qui, il partage le territoire du Minervois et les départements du Tarn et de l'Aveyron.

Au sud, il est limité par les deux agglomérations de Narbonne et de Béziers.

Au cœur de la Région OCCITANIE, on peut accéder au Pays par les autoroutes A9 (axe Montpellier – Barcelone) au sud et A75 (axe Millau – Béziers) au nord et à l'est.

L'ensemble des infrastructures (aéroports, liaison TGV ou autoroutes) se trouvent à 45 mn du point le plus éloigné du territoire.





Source : Hérault Tourisme/ Terre de vins

Sur le département de l'Hérault, nous sommes 6 destinations estampillées par la marque nationale. Le secteur de Montpellier est en cours de dépôt de candidature initiale. Ainsi, la totalité du département de l'Hérault sera reconnu nationalement à travers Vignobles & Découvertes.

3. Le bassin viticole

3.1. Bref historique autour de l'Appellation Languedoc



« En Languedoc, on ne naît pas Grand Vin. On le devient »

L'AOC Languedoc a été introduite en 2007 pour remplacer l'AOC Coteaux du Languedoc, qui existe depuis 1985. L'AOC Languedoc est plus vaste que l'AOC Coteaux du Languedoc qui ne couvrait que les terroirs du centre et du nord du Languedoc. Elle fait partie de la 1^{ère} région productrice de vin de France : l'ancienne région Languedoc-Roussillon et s'étend donc sur tout le pourtour méditerranéen, des Pyrénées Orientales au Gard en passant par l'Aude et l'Hérault.

Cette région si variée aux multiples terroirs a vu naître plusieurs appellations au sein de l'appellation régionale, afin que chacune puisse s'assurer une identité propre. Ainsi, les 36 Appellations en Languedoc sont classées de la manière suivante :

- Appellation Régionale : AOC Languedoc (1)
- Dénominations régionales (11)
- Appellation sous régionales (12) dont pour notre destination :
 - AOC Minervois
 - AOC Saint-Chinian
 - AOC Saint-Chinian Berlou (dénomination sous régionale de l'AOC Saint-Chinian)
 - AOC Saint-Chinian Roquebrun (dénomination sous régionale de l'AOC Saint-Chinian)
- Appellations communales (5) dont pour notre destination :
 - AOC Faugères
 - AOC La Livinière
- Appellation du Vin Doux Naturels (4) dont pour notre destination :
 - AOC Muscat de Saint-Jean-de-Minervois
- Appellation de vins effervescents (3)

Les deux noms ont coexisté jusqu'à ce que l'AOC Coteaux du Languedoc disparaisse totalement en 2017.

119 communes, sur les 531 qui composent l'appellation languedocienne, sont héraultaises. Cette appellation régionale permet de produire une diversité de vins selon les terroirs et présentent ainsi des caractères bien distincts. Les vins produits sont très variés : ils vont du fruité (à boire jeune) au robuste avec un potentiel de garde reconnu.

Les vins en AOC Languedoc doivent être un assemblage d'au moins deux cépages

Les cépages principaux :

- Rouge et rosé (min 50%) : Grenache noir, Lladoner Pelut, Syrah, Mourvèdre
- Blanc : Grenache blanc, Bourboulenc, Rolle, Roussanne, Marsanne, Piquepoul Blanc, Clairette, Tourbat

Cépages accessoires :

- Rouge : Carignan noir et Cinsault (max 40%), Counoise, Grenache gris, Morrastel, Piquepoul Noir, Rivairenc, Terret noir.
- Rosé : même chose, plus les cépages blancs en assemblage à la cuve avant fermentation.
- Blanc : carignan Blanc, Macabeu, Terret Blanc, Viognier, Ugni.

La production :

- Vins tranquilles : 93%
- Effervescents : 5%
- VDN : 2%

La production/couleurs :

- vins rouge à 74%
- vins rosé à 16%
- vins blancs à 10%

(source CIVL 2018)

Précisions organoleptiques :

On ne peut pas attribuer une typicité unique à cette appellation régionale, mais les vins de cette dernière ont la caractéristique commune des vins de Méditerranée : charnus, amples, riches et longs en bouche mais leurs arômes (fruits mûrs, réglisse, garrigue, miel) et leur complexité varient d'une appellation et d'un terroir à l'autre.

3.2. Les appellations viticoles incluses dans la destination candidate :

La destination « **Minervois, Saint-Chinian, Faugères** » *et Haut Languedoc* est ancrée sur son terroir viticole. Elle couvre entièrement les 3 appellations d'origine contrôlée phares : Minervois (les 16 communes héraultaises de l'appellation), Saint-Chinian et Faugères.

Ces Appellations sont fortes également de terroir et crus spécifiques comme le Cru La Livinière et Muscat de Saint-Jean-de-Minervois pour l'appellation Minervois, de dénominations sous régionale de l'AOC Saint-Chinian comme Berlou et Roquebrun ou de production spécifique comme la Fine pour l'appellation Faugères.

De plus, des indications géographiques protégées emblématiques participent à la notoriété des terroirs de la destination et à la quête d'excellence portée depuis de nombreuses années par les vignerons comme l'IGP de la Haute Vallée de l'Orb, Côtes de Thongue, Coteaux d'Ensérunes, Coteaux de Béziers, Pays d'Hérault (8 indications de zones).

L'AOC Languedoc et l'IGP Pays d'Oc concernent la totalité de la destination.

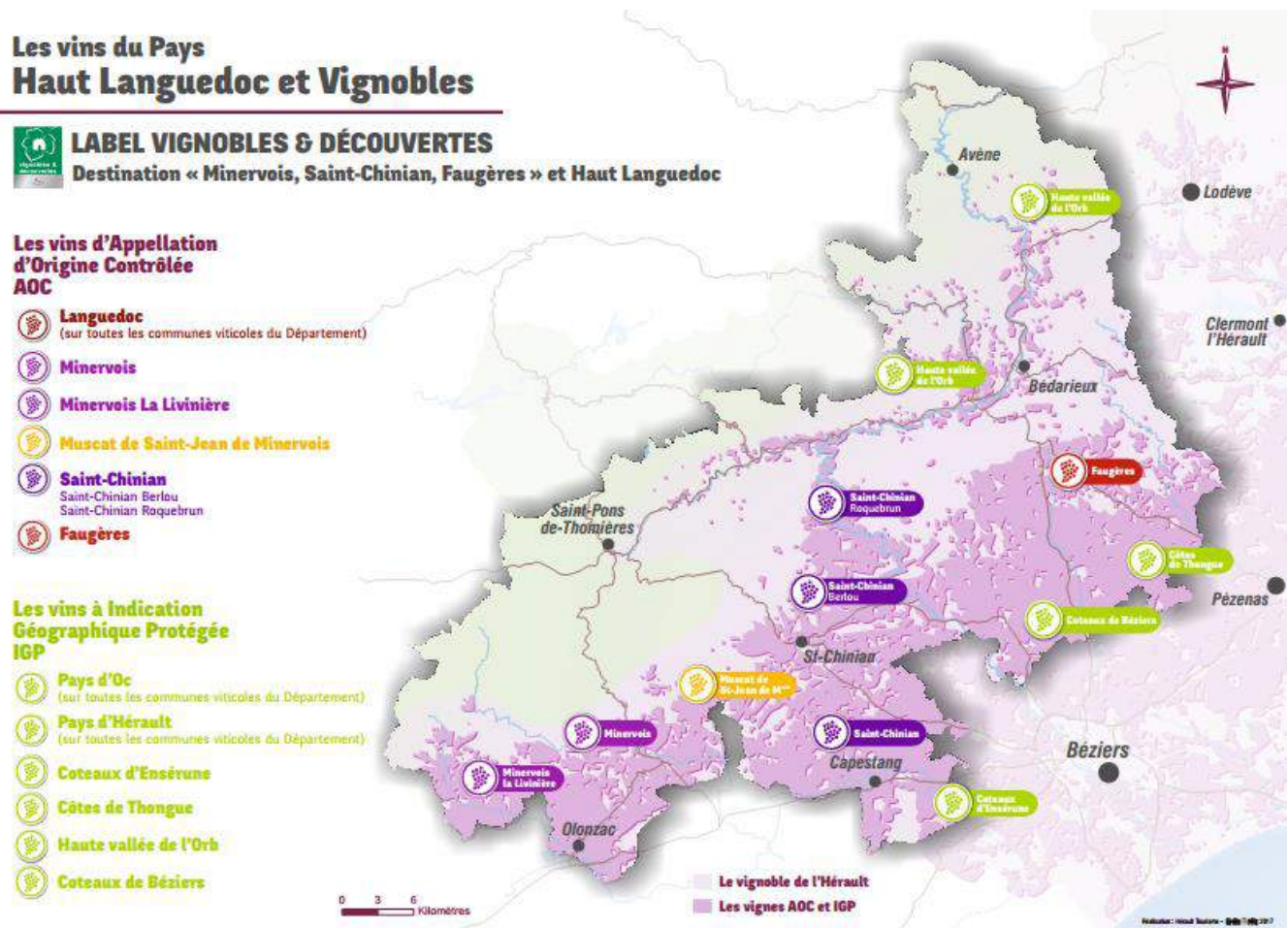
Sur les 102 communes qui composent le Pays et donc la destination V&D, pas moins de 92 communes ont été identifiées comme communes où l'on produit du vin. Ce secteur d'activité, adapté à la géographie du territoire donc à ces reliefs et à son climat, se repartit sur l'ensemble des Communautés

de Communes à l'exception des 10 communes suivantes : Avène, Boisset, Ceilhes-et-Rocozels, Courniou-les-Grottes, Pardailhan, Rieussec, Riols, St-Geniès-de-Varensal, St-Pons-de-Thomières, Vélioux.

(Cf carte ci-après et tableau en annexe ViTi pour plus de détails).

Les vins de ce Pays offrent une telle diversité de goûts, d'arômes et de saveurs qu'ils ravissent les papilles de tout amateur curieux de découverte.

Il y a des crus comme Faugères, seul territoire homogène de schiste en Languedoc, qui apportent aux vins une belle minéralité ; Saint-Chinian aux arômes de garrigue, délicatement puissants, enfin les vins du Minervois « Le Grand vin millésimé par le vent » et son muscat de Saint-Jean-de-Minervois. Des vins IGP (Indication Géographique Protégée) issus de territoires identifiés : Haute Vallée de l'Orb, Coteaux d'Ensérune, Coteaux de Béziers, Côtes de Thongue, Pays d'Hérault... Itinéraires de découverte, visites de caves, balades vigneronnes expliquent l'histoire de ces terroirs hauts en couleurs, riches de saveurs....



4. Présentation détaillée de chaque AOC/ AOP de la destination

4.1.AOC/AOP MINERVOIS



« Le grand vin millésimé par le vent »

Cette appellation, depuis 1985, située à cheval sur le département de l'Aude et de l'Hérault, a la particularité d'être « soufflée » 300 à 350

jours par an par plusieurs vents dont la tramontane, le Cers et le marin principalement. Ce phénomène est dû aux reliefs Nord et Sud qui forment un long couloir.

Vaste amphithéâtre naturel, délimité par le Canal du Midi et adossé à la Montagne Noire, cette terre a depuis toujours inspiré les hommes... Ici, les romains y ont fait pousser leurs premières vignes.

L'Appellation est considérée comme l'un des plus grands vignobles du Languedoc avec pas moins de 6 terroirs différents segmentés en sous-zones afin de mettre en évidence les différents styles de vins produits en plaine et ceux en altitude à proximité de la Montagne Noire :

- Le Canal du Midi
- Les Causses
- Les Mourels
- Coteaux et Contreforts
- Trois Vallées
- Les Terrasses

Les types de sols variés, alliés à une large palette de cépages, produisent des vins aux caractéristiques distinctes : « dominante calcaire, avec une exposition plein sud, ce qui confère aux vins un caractère méditerranéen bien structuré, adouci au nord, par les influences atlantiques ».

Les 16 communes héraultaises sur les 61 communes de l'appellation sont sur la destination « Minervois, Saint-Chinian, Faugères en Haut Languedoc ».

Les cépages cultivés :

- Syrah, Mourvèdre, Grenache, Carignan, Cinsault pour le rouge et le rosé
- Marsanne, Roussanne, Maccabeu, Bourboulenc, Grenache blanc, Lladoner Pelut, Piquepoul, Vermentino et Muscat Petits grains pour les blancs.

La production :

- vins rouge à 94%
- vins rosé à 4%
- vins blancs à 2%.

Précisions organoleptiques :

Des vins fruités et gourmands avec des arômes de fruits noirs ou rouges.

Chiffres clés :

- 81 caves particulières
- 5 caves coopératives.

4.2. AOC/ AOP MUSCAT de SAINT-JEAN-DE-MINERVOIS



Une des plus anciennes appellations du Languedoc (1948) et la seule parmi les muscats qui ne soit pas en bord de mer et aussi le plus petit en surface de vigne. Elle se situe sur une seule commune : Saint-Jean-de-Minervois dont le paysage, minéral et lumineux, apporte une véritable identité à ce terroir composé de calcaire dur.

Vignoble situé à 250 mètres d'altitude sur des sols de calcaire alvéolé. Ce sont des sols très peu profonds où les éclats de calcaire se mêlent à de l'argile rouge. Cette terre emmagasine la chaleur du soleil pour la restituer la nuit, c'est pour cela que les vignerons disent que sur leur terres « le raisin murît même la nuit ».

Les vins de cette appellation sont exclusivement des Vins Doux.

Cépages cultivés :

- 1 seul cépage, le muscat blanc à petits grains.

Précisions organoleptiques :

Naturels aux arômes de fruits exotiques, d'agrumes et de fruits à chair blanche qui offrent en bouche un formidable équilibre, alliant puissance et fraîcheur, harmonie et persistance.

Chiffres clés :

- 6 caves particulières
- 1 cave coopérative.

4.3.AOC/AOP LA LIVINIÈRE



Le village de La Livinière, donne son nom à l'appellation reconnue en 1999. Cette dernière regroupe 6 communes dont 5 sont situées sur le territoire de la destination (Azillanet, Cessero, Félines-Minervois, La Livinière et Siran). La zone de production se situe sur le piémont de la Montagne Noire en plein cœur de l'appellation Minervois avec une exposition sud/sud est. Les règles de cette appellation sont plus strictes que celles de l'appellation Minervois et concernent uniquement les vins rouges marqués par l'originalité de ce terroir.



Cépages cultivés :

- Grenache, Mourvèdre, Syrah, Lladoner pelut, Carignan, Cinsault, Piquepoul noir, Rivairenc, Terret noir, pour les **rouges uniquement**.

Le vin doit être un assemblage d'au moins deux cépages.

Précisions organoleptiques :

Les vins rouges de cette appellation diffèrent de ceux de l'AOC Minervois. Une plus grande proportion de Syrah et de Mourvèdre dans les assemblages, des rendements moyens inférieurs et une période minimale d'élevage de 15 mois, soit en cuve soit en fût. Ainsi, les vins sont qualifiés de complexes, puissants et chaleureux mais équilibrés, évoluant sur des notes épicées de fruits cuits ou confitures aux notes de vanille ou de cacao lorsqu'ils sont élevés en fûts de chêne.

Chiffres clés :

- 32 caves particulières
- 2 caves coopératives.



4.4.AOC/AOP SAINT-CHINIAN



« Schistes & Calcaires »

La vigne s'étend de part et d'autre de l'Orb et du Vernazobre avec en toile de fond les monts du Caroux et de l'Espinouse. Le vignoble de Saint-Chinian qui s'étend sur 20 villages produit des vins parmi les plus réputés de la région. Cette appellation est reconnue AOC depuis 1982 pour ses vins rouges et rosés et depuis 2004 pour ses blancs.

Le terroir du Saint-Chinian est partagé en deux par les cours d'eau de l'Orb et du Vernazobre. C'est d'ailleurs la nouvelle identité marketing de l'Appellation. Au nord, les schistes et les grès dominent donnant un sol très acide où les vignes doivent s'adapter aux grandes sècheresses. Au sud, les calcaires déposés par la mer au secondaire se marient à la bauxite et à l'argile. C'est un ensemble de petits plateaux avec une couche de terre très superficielle nécessitant un long enracinement de la vigne.

Ces deux terroirs sensiblement différents, marquent les paysages et confèrent à chaque vin sa propre originalité. Des vins fruités, souples et généreux pour la partie Nord composée de sols de schistes et des vins aux profils élégants, denses et corsés pour la partie Sud composée de cailloutis calcaires.

Cette appellation est une des plus réputée de la région et dispose même de 2 dénominations sous régionales, reconnaissance de deux petits terroirs à la typicité affirmée depuis 2005 : Berlou et Roquebrun.

Les cépages cultivés :

- **pour les rouges et rosés :** Syrah, Mourvèdre, Grenache, Lladoner Pelut (min 70%) + Carignan Cinsault,
- **pour les blancs** (assemblage d'au moins 2 cépages principaux) Grenache blanc (min 30%), Marsanne, Roussanne, , Vermentino + Viognier, Carignan blanc, Clairette, Bourboulenc et Macabeu

La production :

- vins rouge à 83%
- vins rosé à 30%
- vins blancs à 4%

Précisions organoleptiques :

Les vins de schistes avec une note fumée et une expression franche de café voire de cacao pour la zone Nord de l'appellation et des vins aux profils élégants sur des notes de fruits frais pour les vins sur la zone plus au Sud.

Les chiffres clés :

- 100 caves particulières
- 8 caves coopératives.

4.5.AOC/AOP Saint-Chinian - BERLOU



Les vigneronns ont souhaité une identification de leur meilleur terroir, c'est ainsi que depuis 2005, Berlou bénéficie d'une dénomination sous-régionale de l'AOC Saint-Chinian (zone à haut potentiel qualitatif) sur les rouges uniquement pour 5 communes à 400m d'altitude.

La singularité de Berlou tient du fait que son terroir est composé de sols schisteux de 500 millions d'années.

Les cépages cultivés :

- Grenache, Syrah, Mourvèdre (minimum 20% pour chacun) et Lladoner Pellut supérieur ou égal à 60% au total + Carignan (obligatoire entre 30 % et 40%) rouge uniquement.

Les chiffres clés :

- 5 caves particulières
- 1 cave coopérative.

4.6.AOC/AOP Saint-Chinian - ROQUEBRUN



Bénéficiant d'un microclimat qui fait surnommer Roquebrun « le petit Nice » héraultais, sur un terroir schisteux à la typicité affirmée, cette appellation communale est composée au total de quatre communes. La récolte se pratique à la main exclusivement et l'élevage ne peut se faire que jusqu'au 1er décembre de l'année suivant la récolte.

Les cépages cultivés :

- Grenache, Syrah, Mourvèdre (minimum 70%) ; Mourvèdre et/ou Carignan (maximum 30%) pour le rouge uniquement.

Les chiffres clés :

- 8 caves particulières
- 1 cave coopérative.



4.7.AOC/AOP FAUGERES



« Grands vins de Nature »

Cette appellation s'étend sur 7 communes et leurs petits hameaux, pouvant culminer jusqu'à 500 mètres d'altitude. Elle est également le seul terroir homogène en schiste du Languedoc (schistes jaunes, gris, ocres, orangés et en profondeurs des bleus

splendides, les schistes à Faugères composent un des sols les plus anciens du monde). Schistes gréseux issus de la compression des argiles à l'ère primaire, ils apportent « naturellement », surtout en culture raisonnée, la bonne acidité à des vins qui offrent des tanins fins et élégant dès leur jeunesse.

Les paysages ont la particularité de présenter des plantations en courbes de niveaux et non pas dans le sens de la pente, ce système limite l'érosion tout en retenant l'eau et donne ainsi une singularité propre à ce terroir.

AOC depuis 1982 pour ses rouges et rosés et depuis 2005 pour ses blancs.

Le collectif de vignerons a compris très tôt l'importance de ce terroir de schistes délicat, si bien que le cahier des charges de l'AOC intègre des mesures agroenvironnementales depuis 2011.

Aujourd'hui 80% de ses caves vont au-delà de ces obligations réglementaires et 40% de ses surfaces sont engagées dans l'agriculture biologique ou biodynamie.

Première appellation de France à placer l'agroécologie au cœur de son projet collectif, Faugères soutient le foisonnement d'initiatives et encourage les expérimentations des vignerons, faisant de son territoire un véritable laboratoire à ciel ouvert au service de la production de vins d'excellence.

La fine de Faugères, issue des vins de l'appellation est la première eau-de-vie réglementée du Languedoc (reconnue dès 1948 et maintenant Indication Géographique de Spiritueux) et surtout distillée grâce à un alambic charentais, dit « à repasse » donnant des fines rondes, agréables et complexes. Elle présente un caractère suave et élégant.

Les cépages cultivés :

- Syrah, Mourvèdre, Grenache, Carignan, Cinsault, Lladoner Pelut pour les rouges
- Marsanne, Roussanne, Grenache blanc, Viognier, Vermentino, Clairette et viognier pour les blancs.

La production :

vins rouge à 80%
vins rosé à 17%
vins blancs à 3%.

Précisions organoleptiques :

Vins puissants, amples et ronds aux tanins soyeux pour les rouges. Des rosés aux notes florales et arômes de fruits rouges à contrario des blancs qui expriment parfaitement la minéralité de ce terroir de schiste.

Les chiffres clés :

- 58 caves particulières
- 1 cave coopérative.

5. Présentation détaillée de chaque Indication Géographique Protégée de la destination

Il existe pour les IGP un lien avec le territoire.

La plupart des producteurs de vin en Languedoc-Roussillon sont mixtes, c'est-à-dire qu'ils produisent à la fois IGP et des AOP. Le choix des producteurs de faire un vin en Pays d'Oc IGP plutôt qu'en AOP peut être dû à la liberté d'utiliser 58 cépages différents, un cahier des charges plus flexible ou encore des débouchés commerciaux assurés par la notoriété et la traçabilité du label.

5.1. Les Indications Géographiques Protégées

Cette nomination, initialement appelée Vin de Pays, représente 81% des vins du département de l'Hérault. Les IGP sont subdivisées en 3 catégories principales :

- Régionales
- Départementales
- De territoires (de zones)

La destination est concernée par diverses IGP présentant chacune leurs spécificités :

5.1.1. LES IGP REGIONALES



L'IGP Pays d'Oc est la dénomination la plus importante du Languedoc-Roussillon, représentant la moitié de la production de ce bassin viticole. Cette dénomination offre un rapport qualité/prix excellent sur une large gamme de produits.

Pays d'OC IGP met l'accent à la fois sur l'origine et sur les cépages (58 cépages autorisés sur les 3 couleurs).

Le succès initial a été fondé sur des vins de cépage offrant un excellent rapport qualité/prix et offre aujourd'hui une segmentation attractive.

La zone de production s'étend sur les 4 départements du Languedoc Roussillon et 6 communes de la Lozère.

Production/ couleur :

- 46 % rouge
- 26% blanc
- 28% rosé



L'IGP Terres du Midi est une nouvelle segmentation bâtie afin de consolider le segment IGP du Bassin de Languedoc Roussillon au travers de visions respectueuses des intérêts économiques de tous ses opérateurs (vignerons, négociants, coopératives).

Créée en 2018, l'IGP Terres du Midi se déploie sur la même zone de production que l'IGP Pays d'Oc autour d'une offre exclusive de vins d'assemblage dans les 3 couleurs.

5.1.2.LES IGP DEPARTEMENTALES

Aude, Hérault, Gard. La particularité réside dans le fait que les raisins peuvent provenir de n'importe où au sein des départements figurant sur l'étiquette mais ils ne peuvent pas constituer un assemblage interdépartemental.

C'est une catégorie qui représente 18% de tous les vins du Languedoc-Roussillon.



Avant que la nouvelle législation européenne n'entre en vigueur, le département de l'Hérault contenait 25 Vins de Pays différents. Maintenant, il n'en compte plus que 8 ainsi que 7 IGP de territoires. La production se compose principalement de vins de cépage destinés à une consommation immédiate.

Il y a un certain nombre de sous-zones qui peuvent être mentionnées sur l'étiquette en plus de l'IGP, celles concernées sur notre destination (7) :

- Cassan : couvre 5 communes au nord des Côtes de Thongue, entre Pézénas et Faugères. La production se compose principalement de vins rouges issus de cépages du Languedoc et de Bordeaux
- Cessenon : couvre le village de Cessenon, situé entre Béziers et Siant-Chinian
- Coteaux de Fontcaude : une petite zone couvrant 6 communes entre Cruzy et Puisserguier, à l'ouest de Béziers
- Coteaux de Laurens : couvre la même zone que l'AOP Faugères
- Coteaux de Murviel : couvre 10 communes juste au nord de Béziers
- Monts de la Grage : couvre 6 communes dont Saint-Chinian. Se situe de l'autre côté de l'Orb vis-à-vis des coteaux de Murviel
- Côtes du Brian : couvre 12 communes à l'extrémité occidentale de l'Hérault incluant les parties les plus élevées du nord-est du Minervois et du Minervois La Livinière

C'est une catégorie qui représente 20% de la production totale du département de l'Hérault.

5.1.3.LES IGP DE TERRITOIRE EN LANGUEDOC

Pour faciliter la compréhension et la communication des IGP régionales, depuis 2015 leur syndicat a choisi de les regrouper en 3 catégories en fonction des points forts qui les caractérisent :

- Sites et patrimoine
- Espaces naturels
- Histoires d'hommes

Les raisins doivent provenir de la zone indiquée sur l'étiquette. Représentent 5.2% des vins IGP produites dans le Languedoc-Roussillon (données de 2014.)

Histoire d'Hommes



Le vignoble des Côtes de Thongue est caractérisé par l'enchaînement de petites collines qui rythment ce territoire pour lui offrir un cachet qui lui est propre.

23 communes situées dans le triangle Faugères/Pézenas/Béziers forment cet IGP, caractérisé par des puechs ne dépassant pas les 100 mètres d'altitude. Le terroir des Côtes de

Thongue est composé de marnes sableuses et graveleuses au nord et à l'est de la zone, des argiles dans la partie centrale et des terrasses caillouteuses dans la partie plus au sud.

Le territoire présente un patrimoine bâti riche avec de nombreux châteaux pinardiens du XIX^{ème} siècle. Les vigneron des Côtes de Thongue ont innové et font figure de pionniers dans le domaine de la biodiversité.

Appuyés par la fédération des IGP et le Conservatoire des Espaces Naturels du Languedoc-Roussillon, ils ont mis en place un nouvel outil d'évaluation des exploitations afin de modifier leurs pratiques pour un meilleur respect de l'environnement.

Bénéficiant pleinement du climat méditerranéen mais aussi des évolutions technologiques récentes.

Précisions organoleptiques :

Les vins rouges sont fruités et souples ou corsés et épicés suivant les conditions de vinification.

Les vins blancs et rosés sont équilibrés sur le fruit et l'élégance.

Chiffres clés :

- 5 caves coopératives
- 33 caves particulières.

Particularités :

70% de la production est exportée, principalement en Europe mais aussi aux Etats-Unis et au Japon.



Source : wikipédia

Coteaux de Béziers est le nouveau nom pour ce qui était autrefois connu sous le nom Coteaux du Libron.

L'IGP est situé autour de la ville de Béziers et comprend 17 communes.

Le vignoble se situe entre le Libron (long de 44kms), fleuve qui s'écoule depuis les contreforts des Cévennes jusqu'à la Méditerranée et le fleuve Orb.

Les marnes et les colluvions qui recouvrent la partie nord de la zone ont été formées pendant l'ère tertiaire. Au sud de la zone, les dépôts alluvionnaires de l'ère quaternaire dominent sous forme de terrasses. Les sols sableux représentent des surfaces importantes grâce à une formation géologique remarquable atteignant à certains endroits 40 mètres d'épaisseur.

Ce sont principalement des vins de cépage d'entrée ou de milieu de gamme. La nouvelle nomenclature prend effet à partir du millésime 2011.

Chiffres clés :

- 4 caves coopératives
- 22 caves particulières.

Précisions organoleptiques :

Vins rouges avec une prédominance des notes fruitées et des tanins doux et fins, structure tout en rondeur. Les rosés et blancs sont très fruités et floraux, l'équilibre est assuré par une acidité suffisante et de la fraîcheur en bouche.

Particularités :

Grande distribution et consommateurs locaux.

Sites et patrimoines



Source : Tourisme en Occitanie. com

Située sur une quinzaine de communes entre les fleuves Orb et Aude non loin de Béziers,

le nom vient du fameux oppidum qui surplombe l'étang asséché de Montady, drainé par des canaux radiaux dessinant un « soleil » unique en France, et le Canal du Midi avec le tunnel du Malpas.

Le vignoble des Coteaux d'Ensérune fait partie de ces territoires du Languedoc présentant une grande richesse patrimoniale. Ainsi, il a été fortement marqué par 4 grandes périodes de l'histoire (la civilisation celte au VI^{ème} siècle avant JC qui s'établit sur un oppidum et commerce avec le monde grec, le Moyen Âge et la reconquête des terres par le drainage de l'étang de Montady pour le mettre en culture, le Grand Siècle et le canal du Midi et enfin l'époque moderne avec la création de la 1^{ère} cave coopérative à Maraussen).

La colline qui abrite l'oppidum d'Ensérune est constituée de roche très tendre faite de sédiments du miocène et de sables marins des littoraux

Chiffres clés :

- 1 cave coopérative
- 27 caves particulières
- 2 comptoirs des vigneron du Pays d'Ensérune (Nissan Lez Ensérunes et Cazouls les Béziers).

Précisions organoleptiques :

Les vins blancs présentent une gamme aromatique de fruits mûrs à chair blanche et d'agrumes ainsi qu'une note végétale et légère acidité.

Les rouges ont une couleur intense avec des tanins structurés. Les arômes sont marqués par des fruits rouges et des épices. Les notes minérales en font des vins vifs.

Particularités :

Une grande partie de la production est expédiée vers les pays de l'Europe du Nord avec l'appui du groupe Foncalieu et les vignobles Bonfils.



Etang asséché de Montady/ figure emblématique de l'IGP
(source :vin-vignes.com)

Espaces naturels



Une dénomination marquée par la densité... tant au niveau des paysages que par ses sols et, de fait par ses expressions aromatiques avec une belle minéralité et fraîcheur.

Cette petite zone est nichée dans les collines où la Montagne Noire rencontre les cévennes, et couvre à peu près la même zone géographique que l'AOP Saint-Chinian Roquebrun.

Qualifiée de vignoble de montagne (jusqu'à 400m d'altitude), avec les monts de l'Espinouse et le massif du Caroux, cette longue vallée qui serpente jusqu'à Roquebrun bénéficie également de divers climats (méditerranéen et océanique) favorisant la coexistence de nombreuses espèces floristiques. Ainsi les orangers et les cerisiers voisinent avec les châtaigniers.

Il y a une grande variété de sols naturellement bien définie par les montagnes :

- L'Espinouse et le Caroux au Nord (1065m d'altitude)
- Les Avant-Monts au sud (753 m d'altitude)
- Les monts d'Orb et de l'Escandorgue d'est en ouest.

Sept unités pédo-paysagères ont été ainsi identifiées sur la zone de l'IGP (plateaux sur formations volcaniques, collines sur substrats métamorphiques, versants sur grès et marnes, ruffes du lodévois, plateaux et collines calcaires, plaines colluviales récentes, grès acides).

Trois vallées suivent les failles principales ; l'Orb, la Marne et le Jaur et soulignent le contact brutal des reliefs. La zone de production est marquée par de nombreux substrats et se situe sur la zone de fractures géologiques des Cévennes au sud et du massif Central.

Ce pays de légendes, au pied de la « femme allongée » (nom que l'on donne au Caroux) est la promesse de belles balades et découvertes. Les vignobles de cet IGP occupent une place essentielle dans le développement économique du Haut Languedoc. La plupart de la production est vendue directement aux caveaux des producteurs.

Chiffres clés :

- 3 caves coopératives
- 10 caves particulières

6. Quelques particularités

Les apéritifs à base de vins :

Dans toutes les régions et villages, chacun à sa recette d'apéritif, quinquinas et vins médicinaux.

La cartagène : apéritif autrefois très populaire se produit fleuri chez certains producteurs du territoire.

Créé par mutage, opération qui consiste à mélanger de l'eau-de-vie à du raisin frais appelé moût, en vue d'arrêter le processus de fermentation.

Le résultat est un vin doux autour des 16 degrés d'alcool qui quitte la table de l'apéritif pour s'inviter partout où la douceur est de mise, voire même étonne par une riche alliance avec les fromages à pâte persillée.

La Fine de Faugères : Difficile de donner une indication précise sur la naissance de la Fine Faugères. Première mention en est faite dans l'inventaire des caves de l'Impératrice Joséphine au tout début du XIXème siècle. La première distillation de cette eau-de-vie de vin de terroir remonte donc au moins au XVIIIème siècle.



Le 19 Mars 1948, grâce au travail d'une association de défense des vins de Faugères, dont le Baron Le Roy, fondateur de l'INAO, faisait partie, elle est officiellement reconnue comme Appellation d'Origine Réglementée.

Abandonnée dans les années 1980, sa production est relancée en 2000 par un petit groupe de vignerons attachés au patrimoine qu'elle représente.

L'histoire de l'appellation est en effet intimement liée à celle de la Fine Faugères puisqu'elle lui doit son nom.

Aujourd'hui, tout se déroule chez Martial dans l'Atelier du Bouilleur : passionné de nature et de produits de bouche, il travaille de façon artisanale et il porte une attention toute particulière au respect de l'environnement.

Chaque année, une dizaine de vignerons lui confient quelques litres de vins issus du terroir de Faugères. Il les distille non pas une seule fois mais deux, à l'aide d'un alambic charentais, dit "à repasse", pour n'en extraire que le meilleur.

L'eau-de-vie vieillit et se complexifie en fûts de chêne. Ce n'est qu'après 5 ans au moins, et le plus souvent une dizaine d'années, que la Fine Faugères est mise en bouteilles.

Elle a alors développé des notes étonnamment fruitées, salines et des arômes de feuille de tabac. Sa douceur et sa longueur en bouche la rendent unique.

Confidentielle, la Fine Faugères figure parmi les grands *esprits* - au sens de spiritueux - élaborés artisanalement sur le territoire français.

Source : www.faugeres.com

Les liqueurs : des liqueurs gourmandes fabriquées à partir de fruits sélectionnés et par distillation dans un alambic.

Abricots, poires Williams, Framboises, marc de muscat, fine d'Alexandrie et de Vermentino, Gin aux agrumes...

Des distilleries sont présentes sur la destination et perpétuent avec passion le savoir-faire ancestral (la distillerie du petit grain à Saint-Jean-de-minervois, l'atelier du Bouilleur à Autignac...).

La distillerie du Petit Grain à Saint-Jean-de-Minervois a reçu la distinction du meilleur Gin de France.

En effet, le savoir-faire de cette distillerie locale a séduit l'équipe de François-régis Gaudry pour l'émission « Très Très Bon » sur Paris première. <https://semaineduminervois.com/saint-jean-de-minervois-le-gin-de-la-distillerie-du-petit-grain-elu-meilleur-de-france/>

Certains domaines vigneron ont même lancé leur propre production de bière à base de raisin... et il n'est pas rare d'avoir le privilège de goûter chez certains ambassadeurs des liqueurs locales à base de Plantes Aromatiques et Médicinales issues de recettes familiales que l'on se passe de générations en générations.

Ces dernières années, la destination a vu fleurir de nombreuses brasseries locales proposant des bières mais aussi limonades aromatisées et sodas artisanaux.

Zoom sur le bio :

Avec plus de **1 600 producteurs** et 25 000 hectares de vignobles convertis au bio (soit 36 % des surfaces cultivées en France).

La combinaison d'un climat très propice, de vieilles vignes, de vents soutenus et d'un noyau de producteurs ouvertes et motivés, a contribué à cette croissance exponentielle.

L'Occitanie s'affirme en tant que 1ère région viticole française de vins biologiques et biodynamiques.

7. Chiffres clefs - Les caves viticoles :

Les professionnels du vin

Reflet d'un terroir et d'un pays, le vin en est aussi l'âme, c'est pourquoi les vigneronns l'élèvent avec passion et fierté.

Cette activité, très présente sur la plupart du territoire, en fait sa notoriété par ses Appellations d'Origine Protégées et ses Indications Géographiques Protégées.

Elle façonne ses paysages depuis des décennies, écrit l'histoire, fait vibrer le cœur de chacun au fil des saisons car la culture du vin est ancrée dans l'histoire et les hommes de ce pays.

Il y a actuellement sur le Département de l'Hérault :

- 1300 caves particulières
- 61 caves coopératives
- 721 caveaux ouverts au public ont été recensés sur la base de données Tourinsoft gérée par Hérault Tourisme.

Sur notre territoire (données 2018) :

- 24 caves coopératives dont 12 labellisées et/ou identifiées dans un réseau
- 331 caveaux ouverts au public ont été recensés (domaines particuliers) dont un peu moins de la moitié est dans une démarche qualité d'accueil au caveau.
- 1 maison des vins labellisée.

Nombre de caves intégrées dans la démarche V&D :

Pour plus de détails se référer à l'annexe 1 – AMBASSADEURS -tableau de suivi de destination.

Après analyse des structures et des critères imposés par le label Vignobles et Découvertes, le réseau local pourrait être composé de **60 structures/ lieux d'accueil et de vente du vin** (en attente validation du dossier de renouvellement) :

10 caves coopératives

49 domaines vigneronns

1 maison des vins

8. Les atouts viticoles et touristiques de la destination

8.1. Le tourisme viticole, une démarche ancienne sur le territoire

L'ouest Héraultais, un triangle d'or viticole : Faugères, Saint-Chinian, Minervois.

Outre ces productions à forte notoriété, les vins à Indication Géographique Protégée (IGP) tels que Pays d'Oc, Pays d'Hérault, Haute Vallée de l'Orb, Coteaux d'Ensérune, Côtes de Thongue, Coteaux du Libron confortent la réputation des productions locales.

Une partie du territoire du Pays Haut Languedoc et Vignobles s'est positionnée historiquement sur la démarche « **Tourisme de terroir** ».

Un très gros travail de mise en réseau a été fait avec les professionnels, notamment les syndicats de crus. La qualification des professionnels, toutes filières confondues, a été mise en place par une large sensibilisation aux différents labels qualité. Les objectifs principaux étaient une amélioration qualitative en haute saison ainsi qu'une amélioration quantitative en basse et moyenne saison.

Pour ce faire, une intervention directe par filière professionnelle a été mise en place : des « qualitiens » ont aidé et appuyé les prestataires motivés par cette démarche par des visites individuelles sur les sites.

De cette démarche sont nées plusieurs actions et initiatives qui ont par la suite été confortées par des financements européens mobilisés par le territoire et dédiés au tourisme patrimonial vigneron (Leader 2, Leader+...) et qui sont encore proposées aujourd'hui.

8.2. Spécificités touristiques et viticoles de la destination

Le Pays Haut Languedoc et Vignobles demeure aujourd'hui le dernier espace rural encore préservé du département héraultais.

Le territoire présente deux identités marquées par sa géographie et la pratique d'activités mais ne forme qu'une seule et même destination touristique : le Haut Languedoc attirant une clientèle pratiquant des activités de pleine nature et les Vignobles avec une clientèle plus orientée vers l'œnotourisme.

Le développement touristique est un véritable enjeu pour le Pays et il est perçu comme un des leviers du développement de l'économie locale.

Le Pays offre ainsi :

- **Un art de vivre** : une énergie que l'on puise dans les ressources qu'offrent le territoire et qui allient accueil, savoir-faire et authenticité autour entre autres des productions locales et surtout des appellations à forte notoriété (Minervois, Saint-Chinian, Faugères) sans oublier des Vins de Pays (IGP) de qualité (Haute Vallée de l'Orb, Côtes de Thongue, Coteaux du Languedoc, Ensérune...),
- **Un patrimoine naturel et culturel** : riche et diversifié à valoriser, à promouvoir mais aussi à préserver,
- **Un lieu de découverte, d'itinérance et de pratiques de loisirs** qui se révèle, se partage et s'interprète en famille, entre amis...

Ce positionnement répond pleinement aux tendances actuelles et le territoire doit s'adapter aux nouvelles évolutions technologiques pour répondre à des clientèles à la recherche d'expériences originales, à vivre et à partager.

8.3. Une richesse minérale qui détermine des paysages viticoles variés

Un livre ouvert sur 400 millions d'années

Cette richesse du sol est exceptionnelle car ce territoire constitue une bordure montagneuse parallèle à la mer Méditerranée. Ainsi, il présente, sur une bande très étroite (environ 60 km), un passage de la mer à la montagne et une palette géologique resserrée. Ce territoire est un véritable livre ouvert sur les phénomènes d'érosion et de tectonique.

Des causses calcaires du Minervois au plateau volcanique de l'Escandorgue, des falaises gneissiques du Caroux à la plaine alluviale, roches et paysages dévoilent ici près de 400 millions d'années d'histoire géologique.

Cette histoire où se succèdent surrection hercynienne, érosion, dépôts océaniques et volcanisme a fait du Pays Haut Languedoc et Vignobles une région d'exception. Au cœur des massifs montagneux, domaine privilégié des roches métamorphiques, gneiss, micaschistes et schistes dominant. La plaine alluviale est, comme le Minervois, constituée de calcaires issus de dépôts continentaux ou marins.

Barres calcaires, filon houiller, coiffes basaltiques, ruffes et grès se combinent aux schistes et gneiss des massifs et aux alluvions de la plaine ; l'ensemble formant une incroyable diversité paysagère.

Une histoire mouvementée

Les massifs montagneux, Caroux-Espinouse et Avant-Monts, sont constitués des roches les plus anciennes : il y a 340 Ma, d'importants mouvements tectoniques entraînent la surrection de la Montagne Noire, vestige de la chaîne hercynienne. Les terrains sédimentaires sont alors plissés et des remontées de magma provoquent des phénomènes métamorphiques, la pression et la chaleur transformant les roches en gneiss (gorges d'Héric et flancs du Caroux), schistes (Avant-Monts, Monts d'Orb...) ou marbres (Saint-Pons-de-Thomières, Cessenon-sur-Orb, Saint-Nazaire-de-Ladarez, Félines-Minervois).

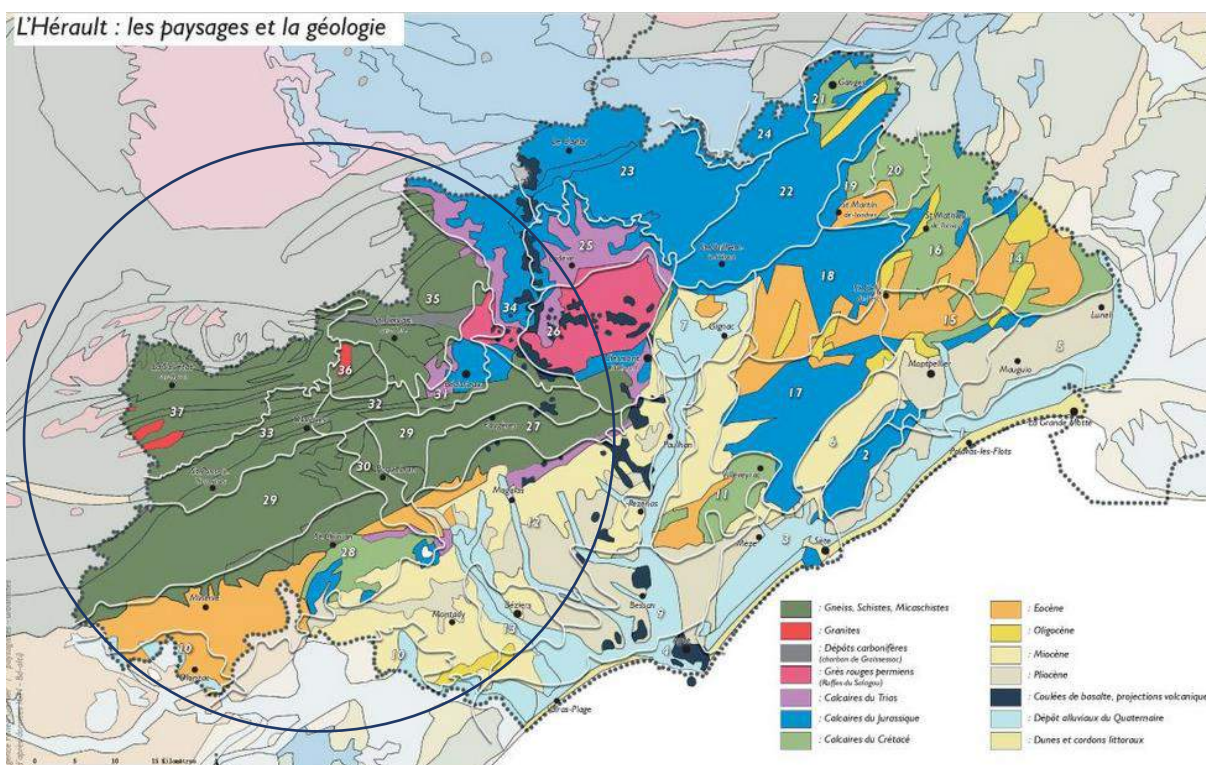
Après cet épisode mouvementé s'ensuit une longue période de calme où le massif est soumis à une érosion intense dont les produits comblent le bassin houiller de Graissessac. Rien ne subsiste de cette immense chaîne de montagnes quand s'ouvre l'ère secondaire (-225 à -65 Ma).

D'énormes épaisseurs de calcaires s'accumulent ensuite au fond des mers chaudes durant près de 200 Ma et se retrouvent, aujourd'hui, dans les paysages karstiques des environs de Saint-Chinian et de Bédarieux.

C'est seulement à la fin de l'ère tertiaire (vers -3 Ma) que le plissement alpin permet le soulèvement de toute la bordure sud du Massif Central. Les glaciations quaternaires, les transgressions marines et les périodes d'érosion façonnent les paysages de montagne et de la plaine alluviale d'aujourd'hui.

Diversité et richesse géologique se retrouvent dans l'architecture et le bâti traditionnel : marbre ornant monuments et maisons de maître, calcaires et schistes utilisés majoritairement dans les villages et le patrimoine vernaculaire. Les carrières et les mines sont nombreuses dans la région.

De ce substrat géologique exceptionnel est né un environnement d'exception et de cette richesse, une diversité architecturale et paysagère.



8.4. Une diversité paysagère

Une mosaïque de paysages

Entre plaines et collines, montagnes et vallées, la destination révèle une diversité de paysages inattendus aux formes spectaculaires.

Les collines et plaines viticoles : Depuis la basse vallée de l'Aude où s'écoule le ruban vert du Canal du Midi jusqu'au dédale de collines et de puechs (monts), s'étend une vaste plaine alluviale. L'opposition est nette entre les reliefs de proximité où dominent garrigue et pinède et cette plaine où la vigne est omniprésente. En toile de fond, déjà, se révèlent les massifs du Caroux et de l'Espinouse.

Les piémonts et avant-monts : Sur cet espace de transition entre plaine et monts, la vigne se concentre sur quelques petits terroirs précis, isolés parmi ces étendues de garrigue. L'ensemble dessine un décor aménagé, jardiné et plus intime. Puis s'élèvent les avant-monts, espace de moyenne montagne qui bénéficie d'une vue imprenable sur la plaine languedocienne. Sur ces terres agricoles durement conquises, la forêt garde ses droits et voit naître toutes les rivières qui dévaleront ensuite vers l'Orb ou la mer.

Les vallées : L'Orb et le Jaur forment de magnifiques vallées étroites et fertiles où se succèdent, accrochés à flanc de coteaux, villages et hameaux pittoresques. Vers la haute vallée de l'Orb, l'extraction du charbon a créé des paysages particuliers. Quant aux gorges de la Cesse et du Brian, elles sillonnent les causses calcaires du Minervois, site minéral, aux falaises vertigineuses, sculptées par l'eau.

Les paysages de montagne : La Montagne Noire constitue un véritable château d'eau qui alimente la plaine du Lauragais et le Canal du Midi. Les monts du Somail et de l'Espinouse forment la ligne de

partage des eaux entre Atlantique et Méditerranée. Riches d'une incroyable biodiversité, ces paysages de montagnes, de forêts et de lacs s'ouvrent sur des vues saisissantes, parfois jusqu'à la Méditerranée ou la chaîne des Pyrénées...

Les plateaux et sommets de l'Escandorgue : Aux portes du Larzac, l'Escandorgue est un petit massif volcanique, formé d'une succession de plateaux et de profonds vallons. C'est un paysage surprenant où alternent espaces ouverts et fermés, mêlant prairies, landes et forêts.

Le miroir d'un terroir

Le paysage est un livre ouvert sur l'histoire agricole et viticole du Pays, modelé par des générations d'agriculteurs qui se sont succédés. L'homme a ainsi conquis les pentes et élevé des murets de pierre sèche pour soutenir les terrasses qui accueillirent châtaigneraies, oliveraies et vignobles.

Longtemps délaissées, encore menacées, ces constructions de pierre sèche sculptent le paysage et renaissent avec l'aide et le savoir-faire des associations de sauvegarde.

Portraits d'une nature toujours renouvelée, reflets d'une histoire, ces panoramas se découvrent à travers sensations et émotions, entre rêve et révélation. Il existe de très nombreux points de vue remarquables vers la Mer Méditerranée ou vers l'intérieur du territoire, autant de « balcons » qui permettent d'apprécier pleinement cette richesse paysagère...



8.5. Un climat propice

Le climat est principalement de type méditerranéen idéal pour la culture de la vigne.

Avec ses 25 000 h de soleil / an et une pluviométrie assez faible. La présence de nombreux vents dont la tramontane permet de limiter les maladies de la vigne.

Les étés sont très chauds et secs (au-delà de 30°C) avec des automnes et printemps doux, même si quelques gelées matinales sont encore possibles au mois d'avril comme l'a démontré la gelée noire de 2021. Les hivers sont doux, ensoleillés et la température descend peu en dessous de 0°C.

8.6. Une terre de passage, d'échange et de refuge marquée par l'histoire viticole

L'Histoire et le quotidien s'enchevêtrent et contribuent aussi à forger l'identité de ce pays. Le Pays Haut Languedoc et Vignobles dispose de plusieurs espaces muséographiques, monuments remarquables, itinéraires thématiques et lieux de mémoire, témoins d'une histoire locale très riche.

Dès le Néolithique, 3500 ans avant notre ère, l'homme chemine avec ses troupeaux, traçant ainsi, et pour des millénaires, les toutes premières routes ... Puis viennent les marchands phocéens qui s'établissent à Agde, vers 400 avant notre ère, et introduisent sur le littoral l'art de la vigne et de l'olivier. Peuples de la mer et peuples des montagnes se rencontrent et le Haut-Languedoc, frontière de la province, ne cessera jamais d'être à la fois une terre de passage, d'échange et de refuge.

Le brassage continue sous l'influence des Romains, puis des Wisigoths et des Sarrasins chassés par Charles Martel vers 730 : le royaume franc carolingien s'établit alors en Languedoc. En 1224, cette province s'étend de la Garonne au Rhône et entre dans le domaine royal ; la population rurale se regroupe sous une nouvelle forme : les « circulades » comme à Puisserguier, ou plus traditionnellement autour d'un castrum fortifié comme à Olargues. Guerres, famines et peste marqueront le XIVE siècle, avec notamment la chevauchée du Prince Noir qui, depuis l'Aquitaine alors anglaise, ravage le Languedoc. Au XVIe siècle, la langue d'Oc doit officiellement céder sa place au français, mais restera langue d'usage et de cœur pour une grande majorité de la population jusqu'à l'école obligatoire, à la fin du XIXe siècle. Toujours au XVIe siècle, une importante communauté protestante émerge dans le Haut-Languedoc, de Montauban à Nîmes ; Faugères et Bédarieux deviennent ainsi des hauts lieux du protestantisme.

Achévé en 1681, une nouvelle liaison va jouer un rôle fondamental pour le territoire et contribuer à l'essor du Languedoc au XVIIIe siècle : conçu et réalisé par Pierre-Paul Riquet, le Canal du Midi permet en effet de rejoindre désormais la Garonne, reliant l'Atlantique à la Méditerranée où le port de Sète vient d'être fondé. La population augmente, la draperie devient un des points forts de l'économie régionale ; les manufactures se multiplient à Saint-Chinian, à Bédarieux et dans la vallée du Jaur.

Mais, dès la fin du XVIIIe siècle, la vigne attire les investissements alors que le libre-échange avec l'Angleterre met à mal l'industrie lainière. Au XIXe siècle, l'activité florissante du Midi viticole est portée par le développement du chemin de fer et l'industrie minière qui participe également au développement économique du territoire. Malheureusement, la monoculture favorise les ravages de l'oïdium, du mildiou puis surtout du phylloxéra, à partir de 1870. La greffe de plants français sur des cépages américains résistants permettra de reconstituer le vignoble dévasté. Vingt ans plus tard, une nouvelle crise frappe l'économie viticole, fragilisée notamment par la fraude et la concurrence étrangère. En 1907, les grandes manifestations des vignerons marquent un tournant dans l'organisation de la production avec, entre autres, l'apparition des premières coopératives.

Tous ces bouleversements vont fortement modifier la production locale jusqu'à la prise de conscience... la qualité, la viticulture haut de gamme, devront désormais primer sur la quantité. La culture du vin, millénaire, affirme aujourd'hui sa modernité et souligne avec malice un nouvel art de vivre : AOP Faugères, Saint-Chinian, Minervois, Vins de Pays de la Haute Vallée de l'Orb, Cotes de Thongue, Coteaux du Languedoc, des appellations sont nées...

8.7. Une offre patrimoniale préservée et valorisée

Un réseau de sites

L'offre patrimoniale se construit à partir de sites phares et de sites pilotes, fortement attractifs, qui renvoient sur un réseau de sites d'accompagnement et impliquent des cheminements. Tous les sites contribuent, autour des sites phares et sites pilotes, à une offre conséquente, dans laquelle le visiteur fait son choix.



Les sites phares, lieux emblématiques, lieux d'exception, à forte renommée, portes d'entrée sur le territoire :

- La cité de Minerve et les Gorges de la Cesse et du Brian, située dans le Haut Minervois, réputée pour ses vins (AOP, Muscat...), est aussi connue en Languedoc pour son histoire cathare tragique. Au-delà de la seule cité médiévale, l'environnement formé par les entailles des gorges, les ponts naturels, les paysages de cause avec alternance de garrigues, de vignes, de capitelles et de murets en pierre sèche, la nature géologique, et les vestiges archéologiques, représentent un ensemble exceptionnel en plein cœur du Parc naturel régional du Haut-Languedoc et à proximité du Canal du Midi et de la Cité de Carcassonne... **Une Opération Grand Site de « Minerve, gorges et vallées de la Cesse et du Brian » est actuellement engagée sur ce site**
- Le Massif du Caroux et les Gorges d'Héric, site remarquable et majestueux, adossé sur les contreforts Sud du Massif Central, au confluent d'une triple influence climatique (atlantique, montagnarde, et méditerranéenne) et qui bénéficie d'une démarche Site Majeur
- Le Canal du Midi à Poilhes, Capestang, Olonzac, classé au patrimoine mondial de l'UNESCO
- Le Château des archevêques et la collégiale à Capestang, classé MH
- Le château médiéval de Dio et Valquières, classé MH
- Les abbayes de Cassan, de Joncels, de Fontcaude, classées MH
- Le castrum et village d'Olargues, classé MH et Plus Beau Village de France ...

Les sites pilotes sont des repères forts dans l'environnement et dans l'offre touristique. Ils doivent interpeller le visiteur, lui offrir une prestation de qualité, une interprétation du patrimoine et du site, parfois des services d'accueil :

Le château de Puisserguier, l'Hôtel des monnaies à Villemagne l'Argentière, La chapelle castrale de Cabrerolles, le site de Neyran à Saint Gervais-sur-Mare, le Castrum Saint-Michel de Mercaïrol aux Aires, la Tour de Colombières-sur-Orb, les moulins de Faugères, de Saint Chinian, de Félines-Minervois, le site archéologique des Meulières à La Livinière, le cloître de Saint-Chinian, la cathédrale de Saint-Pons de Thomières...

Les sites d'accompagnement, ou sites à potentiel, ne sont pas nécessairement d'importance. Ils peuvent être constitués de témoins modestes ou peu visibles. L'histoire attachée à ces témoins est évoquée à travers des dispositifs de guidage et une signalétique discrète :

Les nombreuses capitelles, les calades, les fours, les béals, les ponts... tout un petit réseau de patrimoine vernaculaire très dense qu'il convient de préserver comme témoins des pratiques anciennes liées à l'agriculture et à la viticulture locale du territoire.

Cette offre et ce réseau de sites sont par ailleurs structurés et valorisés au travers d'itinéraires et outils de promotion thématiques en lien avec des thèmes forts et identitaires du territoire (patrimoine médiéval et le réseau des seigneuries castrales, le patrimoine contemporain et les itinéraires du vin...).

A cette offre patrimoniale très riche, s'ajoutent les lieux de mémoire qui font référence à la mémoire collective (musées et espaces d'interprétation) :

- Le musée archéologique et le musée Hurepel à Minerve
- Le musée archéologique et paléontologique à Cruzy
- Le musée archéologique d'Olonzac
- Le musée archéologique Sainte-grégoire à Villemagne l'Argentière
- La maison du cambrien à Berlou
- Le trésor et musée lapidaire de Quarante
- Le musée de l'Abbaye de Fontcaude à Cazedarnes
- Le château des archevêques de Capetang
- Les moulins de Faugères, Félines et Saint-chinian
- Le musée des arts et traditions populaires à Olargues
- La maison Cévenole des Arts et traditions populaires à Saint-Gervais-sur-mare
- L'espace ressources des Mémoires à Puisserguier
- Le musée du patrimoine et du rail à Bédarieux
- Les lumières de la mine au Bousquet-d'Orb
- Le musée de la cloche et des sonnailles à Hérépian
- La grotte de la fileuse de verre et le musée de la spéléologie à Courniou-les-Grottes
- Le jardin méditerranéen de Roquebrun
- Le centre Cebenna.

Plusieurs de ces lieux de mémoire sont étroitement liés à l'histoire viticole et font référence à la culture du vin :

- La mémoire des métiers anciens (cercliers pour les tonneaux de vins, les piquets en bois pour la viticulture...) à la maison Cévenole de Saint-Gervais-sur-Mare
- Les bannières de 1907 au musée de Cruzy
- Le musée des arts et traditions populaires à Olargues...

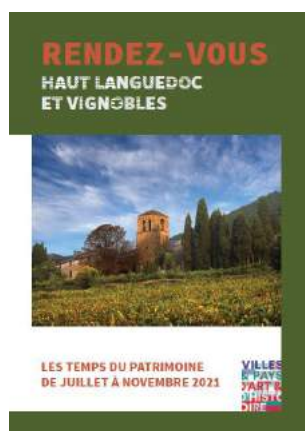
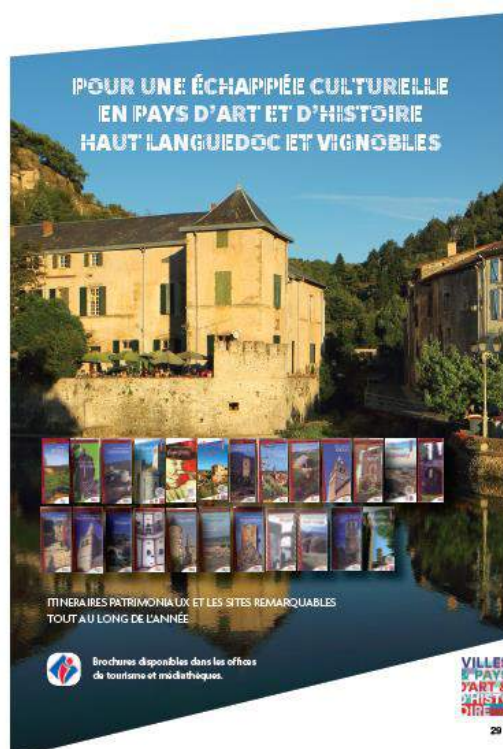
8.8. Des outils d'interprétation et de promotion

La collection des **itinéraires patrimoniaux** invite le visiteur à effectuer une 30aine de parcours de découverte du territoire.

Ces itinéraires ont pour objectifs :

- D'améliorer l'accueil et l'interprétation,
- De promouvoir des lieux moins connus,
- D'offrir une offre patrimoniale complémentaire,
- D'actualiser la mémoire et l'identité.

L'itinéraire patrimonial articule deux supports de médiation : une **signalétique** d'interprétation in situ, offrant un jalonnement dans les villages, et un **dépliant** qui, s'il est un document d'appel, propose un contenu de qualité, attractif, véritable complément d'information des panneaux. Afin d'éviter les redondances et de valoriser la richesse, la diversité du territoire, chaque itinéraire patrimonial propose une entrée thématique spécifique.



A l'initiative du Pays, **La programmation culturelle du Pays d'Art et d'Histoire Haut Languedoc et Vignobles** (« *Les temps du patrimoine* ») est un événement fédérateur, un temps de découverte, de rencontre et de réflexion autour des enjeux patrimoniaux.

En partenariat avec la démarche Vignobles & Découvertes, plusieurs dates sont consacrées au patrimoine viticole avec un cycle de conférences, une initiation à l'œnologie, des ciné-concerts, des soirées autour du conte et du vin...

L'histoire du vin de la destination est une véritable plus-value sur laquelle le Ministère de la culture et de la communication a insisté lors de la présentation en commission de la candidature au label Pays d'Art et d'Histoire.

Ce label national qualifie des territoires qui, conscients des enjeux que représente l'appropriation de leur architecture et de leur patrimoine par les habitants, s'engagent dans une démarche active de connaissance, de conservation, de médiation et de soutien à la création et à la qualité architecturale et du cadre de vie.

8.9. Un tourisme viticole déjà existant

La destination « **Minervois, Saint-Chinian, Faugères et Haut Languedoc** », constitue une entité physique, géographique et économique homogène, sous-tendue par la présence permanente du vignoble, véritable fil rouge de l'histoire et de l'activité de la société rurale locale.

Notre territoire de projets est déterminé par son profil physico-socio-économique, lié au droit fil des paysages de vignobles, de la plaine aux coteaux et à la montagne : c'est une entité effective modelée par une activité séculaire, qui demeure aujourd'hui le vecteur fort de l'économie rurale.

L'identité viticole est ici historiquement et socialement garante de la cohérence et de l'homogénéité du territoire agricole.

La diversité des sites, des paysages, la force des cultures, des patrimoines, la richesse de la gastronomie, des appellations vigneronnes et des produits du terroir font notre identité, notre spécificité, notre typicité.

8.10. Le patrimoine viticole

Le procédé de la chaptalisation permettant de mieux conserver le vin, la rapidité du transport favorisant l'exportation, la crise du phylloxéra qui épargne longtemps le sud : tous ces phénomènes contribuent au développement de la monoculture de la vigne dans la plaine au XIXe siècle.

Sous le second empire, la viticulture est à son apogée dans le Biterrois qui connaît alors un véritable essor économique et une profonde transformation des paysages et de l'urbanisme.



Source : A.C.A.P musée de Cruzy



Désireux d'afficher leur nouvelle fortune, les grands propriétaires se font construire des demeures ostentatoires : **maisons de maître ou châteaux viticoles**.

Les villages se développent et se densifient. L'architecture rurale se modifie avec la généralisation des maisons de vigneron, mais également avec l'implantation d'édifices remarquables. Les communes se dotent d'importantes mairies ou écoles, construites selon des plans-types, ainsi que des caves coopératives.

Et effet, la crise du début du XXe siècle, due à la surproduction, incite les petits vignerons à développer le mouvement coopératif. C'est à cette époque que sont édifiées **caves et distilleries coopératives** à l'architecture monumentale si caractéristique.

8.11. L'architecture viticole

Cette économie viticole florissante, qui modifie profondément les paysages, s'illustre par un patrimoine architectural très divers, du mazet à la « folie vigneronne » :

- Les coopératives viticoles, souvent imposantes, témoins de l'histoire sociale du Midi et représentatifs d'une architecture industrielle contemporaine ; elles constituent aujourd'hui un patrimoine précieux,
- Les mazets servant de remise, d'abri pour les outils ou les travailleurs,
- Les remises agricoles aux larges portes à deux niveaux,
- Les maisons des petits exploitants avec le « magasin » au rez-de-chaussée et le logement au-dessus,
- Les maisons des moyennes exploitations, avec bâtiment agricole et logement contigu,
- Les maisons de maîtres, avec une façade ordonnancée parfois richement décorée,
- Les grands domaines avec la maison du propriétaire, celle du ramonet (contremaître), le logement des ouvriers-journaliers et les différentes dépendances agricoles.
- Enfin les « folies languedociennes », ce terme désigne des édifices de grande taille, aux façades monumentales, aux décors ostentatoires s'inspirant de l'architecture des châteaux et des hôtels particuliers. Construits dans la dernière décennie du XIXe siècle, ces châteaux viticoles sont l'ultime témoignage de l'âge d'or de la viticulture locale.



8.12. Une belle dynamique territoriale autour des activités de pleine nature



Fort d'une diversité d'activités et de paysages préservés emblématiques du sud Massif Central, le territoire « **Montagnes du Caroux** » a été reconnu comme **Pôle de pleine nature** fin 2016 par le GIP (Groupement d'Intérêt Public) Massif Central ; coordonné et animé par le Pays Haut Languedoc et Vignobles, le pôle de pleine nature « Montagnes du Caroux » a pour objectif de faire des activités de pleine nature un véritable levier de développement

local. Sa mise en œuvre est assurée par les communautés de communes Grand Orb et du Minervois au Caroux, avec le soutien du département de l'Hérault et du Fond Européen de Développement Rural du Massif Central. Dans ce contexte 25 projets ont été réalisés, 9 sont en cours ou à venir.

Les Montagnes du Caroux, à la croisée d'influences méditerranéennes, montagnardes et atlantiques, proposent un cadre d'exception pour toutes les pratiques et pour tous les niveaux.

Un réseau d'itinérance particulièrement dense et qualifié

A pied

Le Pays a poursuivi le travail engagé dans le projet « itinérance en Haut Languedoc et Vignobles » qui avait pour objectifs la mise en place d'un maillage d'itinéraires favorisant les modes de déplacement doux et l'interconnexion entre les acteurs du territoire, les sites patrimoniaux, naturels et culturels.

Le territoire se structure aujourd'hui autour de plusieurs grands réseaux :

- 3 grands réseaux « terrestres » Est-Ouest au Nord qui traversent le territoire sur des types de reliefs et de paysages diversifiés :
 - * Les GR 7 et 653 / chemin de St Jacques de Compostelle et voie Nord de la GT 34 :
Sur le GR 7-87 « chemin de Fontcaude », depuis Saint-Gervais-sur-Mare jusqu'à Capestang, les randonneurs peuvent aussi voyager dans le temps, sur les pas des pèlerins de Saint-Jacques-de-Compostelle pour une randonnée de 61 km sur le chemin de Fontcaude, offrant de vaste point de vue sur la plaine viticole jusqu'au littoral méditerranéen.
 - * La voie verte Passa Païs en Haut Languedoc
 - * La GT34 (voie Sud) /trans-équestre (avant-monts)
 - 1 grand réseau fluvial Est-Ouest au sud :
 - * Le canal du midi qui se double d'un réseau terrestre avec les chemins de halage
 - 1 réseau terrestre Nord-Sud qui traverse le territoire à l'Est :
 - * le GR77.
 - Et deux GR de Pays[®] développés par le Pays Haut Languedoc et Vignobles avec les communautés de communes gestionnaires de ces 2 itinéraires :
 - * Le GR de Pays[®] « **Tours dans le Pays Haut Languedoc et Vignobles** » (2014) : Ce sont plus de 300 km de sentiers qui sont proposés dans ce topoguide[®] soit plus de 30 jours de randonnée depuis les monts de l'Espinouse et du Caroux, en passant par les vallées sinueuses de l'Orb, du Jaur et de la Mare, jusqu'aux piémonts et coteaux viticoles qui dominent la riche plaine biterroise.
 - * Le GR de Pays[®] « **Minervois, Saint-Chinian, Faugères** » : Ce sont plus de 300 km de sentiers qui seront proposés uniquement sur la partie « vignobles » du territoire sous forme de boucle (tronçons produits), pour une offre 100% oeno, de la destination et donc totalement complémentaire avec le GR de Pays « Haut Languedoc et Vignobles ».

Cette offre est complétée par 25 boucles de randonnée pédestre à la journée, agréées par la FFRP et inscrites au PDIPR (représentant environ 250 kilomètres).

Dans le cadre de cette offre de randonnée, de nombreux itinéraires parcourent les vignobles et font référence à cette histoire et ce patrimoine viticole dans les documents (topoguide du GR de Pays avec des chapitres dédiés à l'histoire et à l'architecture vigneronne, les rando-fiches avec des zooms sur les caractéristiques des vignobles traversés...).

Le Pays a par ailleurs requalifié (aménagements, balisage, signalétique) **73 sentiers** d'intérêt territoriaux sur l'ensemble de la destination, offrant ainsi 700 kilomètres de réseau complémentaire communiqué dans le cadre d'un topo-fiche.



Oeno-rando



(communication spécifique consacrée à la randonnée au cœur des vignobles du territoire) :

Définition : Une « oeno-rando » est un itinéraire de randonnée pédestre dans les terroirs viticoles du département de l'Hérault (de 3 à 22kms). Elle débute et se termine au caveau.

Marque déposée, Ces balades labellisées par la Fédération Française de Randonnée Pédestre sont réalisées en partenariat avec la filière viticole.

Déjà en place :

- Abeilhan
- St Chinian : PR Notre Dame de Nazareth,
- Azillanet : PR Les Mourels
- Murviels-les-Béziers : PR Les Grandjots
- Capestang : (sortie début 2022)

5 nouveaux projets :

- autour du de Berlou
- autour de la cave de St-Jean-de-Minervois
- autour de Faugères (100% bio)
- autour de la cave d'Hérépian
- autour de La Livinière



Un topo-guide de 34 itinéraires estampillés « Oeno-rando » est prévu par le Département de l'Hérault et le Comité Départemental de la Randonnées Pédestre.

NB : le nouveau plan d'actions doit aider à la structuration et animations de ces itinéraires.

A vélo

Trois bases VTT agréées par la FFC ont également été créées offrant ainsi plus de 500 kilomètres de sentiers VTT qualifiés et labélisés :

- Base VTT sur le secteur Sud Hérault (tous les circuits proposent une itinérance au cœur des vignobles)
- Base VTT sur le secteur Minervois Caroux (certains circuits directement dans les vignobles – Berlou, Roquebrun...)
- Base VTT sur le secteur de Bédarieux et de la Haute vallée de l'Orb.

Les voies vertes :

- Passa Païs (sur la partie nord de la destination)
- Saint-Chinian / Colombiers (sur la partie Sud) – 33kms
- Capestang - Cruzy (sur la partie Sud) – 12 kms

Le label Accueil Vélo

Le **label Accueil Vélo** permet aux cyclotouristes d'identifier le plus simplement possible **tous les établissements et les lieux adaptés à la pratique du tourisme à vélo**. Il s'agit plus précisément d'une marque nationale attribuée à différents prestataires sur l'ensemble des territoires disposant d'itinéraires cyclables touristiques.



Cette reconnaissance est de plus en plus courante sur la destination.

Le lien avec l'œnotourisme se fait naturellement à travers la découverte des nombreux paysages variés. L'Office de Tourisme du Minervois au Caroux a développé une offre identifiée « oenocyclo » sur son territoire en proposant des itinéraires.

Le département de l'Hérault, souhaite compléter son offre autour de la démarche « Oenotour » et a engagé une étude autour d'une offre qualifiée « oenocyclo » également.

8.13. L'activité thermique et le bien être

« Avec un marché en croissance constante d'environ 7 % par an, le bien-être est un marché qui se porte bien. Certains économistes considèrent même que ce marché pourrait dépasser celui de la santé et de l'industrie d'ici quelques années. La recherche du bien-être n'est pas une simple mode, mais une tendance lourde qui s'inscrit de manière profonde dans nos habitudes sociales. Le développement constant et la croissance continue de ce marché depuis 20 ans en sont la preuve. ». (Atout France)

La diversification de l'offre thermique est nécessaire pour dynamiser l'image du thermalisme et l'ouvrir à de nouvelles clientèles. Cette ouverture passe aussi par des liens qu'il convient d'élargir entre l'offre thermique et le potentiel touristique proposé sur le reste du territoire.

Les stations thermales d'Avène et Lamalou-les-Bains constituent deux pôles très attractifs sur le territoire, à qualifier et à développer afin de capter de nouvelles clientèles qu'il conviendra ensuite d'intéresser et amener à rayonner sur l'ensemble du territoire...

Ces stations sont d'ailleurs en demande d'activités complémentaires, notamment oenotouristiques, pour leurs curistes et touristes.



*Thermes de Lamalou-les-Bains
(Thermalisme médical ET Bien-être)*



*Commune d'Avène
(Thermalisme purement médical)*

9. Les routes du vin

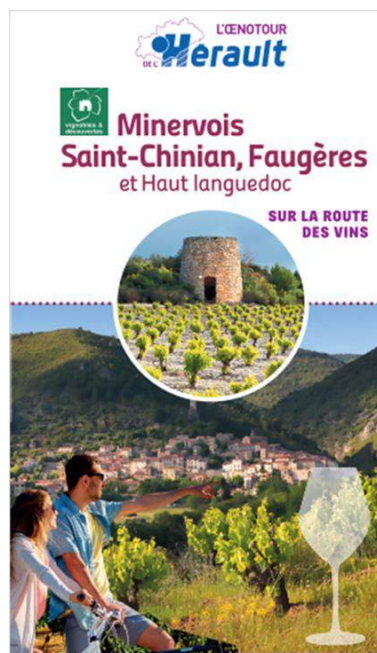
6 Oeno-destinations Vignobles & Découvertes

*Une marque : l'oenotour de l'Hérault.
21 routes des vins en 6 cartes*

Dès 2015, le dialogue du tourisme et du vin s'intensifie par la création du concept de la marque « Oenotour » par le Département de l'Hérault.

Un oeno Tour, qui n'est pas sans nous rappeler la création du mot Tourisme au 18^{ème} siècle avec le grand tour d'Europe et sa commercialisation par l'agence Britannique « Thomas Cook ».

La marque concept Oenotour est suivie par la création des oenorandos®, marque collective déposée, qui présente des randonnées dans les vignobles (randonnées estampillées par la FFRP).

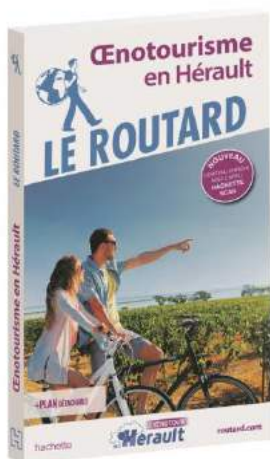


Sur la destination « Minervois, Saint-Chinian, Faugères et Haut Languedoc », 4 routes à parcourir :

- Du Canal du Midi à St Chinian
- Vins et Montagne
- De nature en Châteaux
- D'air et de Pierres

<https://www.herault-tourisme.com/fr/activites/dans-les-vignes/route-des-vins/minervois-saint-chinian-faugeres/>

Fort de ces « oeno-destinations », le département signe le premier guide du routard de l'oenotourisme en 2019.



Le concept Oenotour de l'Hérault, l'ensemble des cartes Routes des vins, viennent renforcer la visibilité de cette offre V&D et son animation. Travaillé en concertation avec les destinations et les filières viticoles, c'est un maillage de 21 routes des vins permettant de découvrir le vignoble au travers des activités de tourisme et de loisirs, et de 24 Oenorandos®, bientôt ce seront des boucles vélo oenotouristiques qui seront proposées. Le nouveau site Web Oenotour de l'Hérault mis en ligne en juin 2021 valorise cette offre sous forme d'expériences adaptées aux différentes cibles.

Les Routes des vins de l'Hérault, des Routes paysagères.

Ici, la vigne s'étire comme un fil conducteur au sein de l'immense variété des paysages du Languedoc ! 21 routes des vins qui racontent cette histoire de l'activité viticole, riche d'hier, à aujourd'hui : du midi rouge au « midi, au sud, pays de vacances et de soleil ». Toutes les routes ont été travaillées dans un vrai dialogue VIN/ TOURIME, et reposent sur la mise en avant, la connaissance et l'exploitation d'un héritage viticole propre à définir un positionnement, viti-Héraultais et à élaborer des récits authentiques, attractifs et passionnants.

Motivation à la labellisation des 21 routes des vins :

Parce qu'il s'agit avant tout de routes paysagères. Elles présentent une multitude de petits et moyens domaines, de caves coopératives ou particulières. Elles offrent une mosaïque de terroirs, des vins de lieux, à la notoriété croissante.

Elles mettent en valeur la géologie, l'histoire, l'économie, les saveurs, paysages, curiosités et positionne l'Hérault comme : la civilisation Méditerranéenne du vin. La vigne est en héritage, et donc prétexte à des récits, de l'authenticité susceptible de redonner goût à des vacances à la campagne et donc de retravailler les flux : sur des axes Littoral / Arrière -pays, et des sites attractif moins connus.

Parce qu'il s'agit de poser une nouvelle définition du tourisme Héraultais, d'en appuyer les aspects culturels, de créer un nouveau rapport des interactions entre espaces, métiers et fonctions.

C'est imaginer de nouvelles temporalités (tourisme des quatre saisons, slow tourisme, le woofing...).

Parce que nous créons, plus de proximité avec le visiteur qui, a enfin accès aux paysages ruraux, nous travaillons à une économie touristique plus vertueuse qui préserve les paysages de vignobles face aux pressions démographiques.

Parce qu'il s'agit, d'une rencontre avec des artisans vigneron, femmes et hommes d'ici ou d'ailleurs, passionnés de leurs terroirs et détenteurs d'un savoir-faire.

C'est aussi une magnifique opportunité de co-création mixte privé/collectivité pour envisager un tourisme plus collaboratif (aménagement régénératif et inclusif ; véritable levier d'action pour les CEnodestinations.

L'imaginaire hédonique est le moteur de l'œnotourisme ... Il se couple d'un fantasme de pureté et d'authenticité.

La quête de sens doit être accompagnée de modalités responsables de déplacement, de fonctionnalités économes pour la planète, de mises en tourisme plus intelligentes et moins prédatrices. Voyager n'est plus synonyme de détruire.

Ces routes mettent en avant les producteurs, le bio, la biodynamie.

Les routes sont travaillées avec le territoire dans un vrai dialogue « vin et tourisme », aujourd'hui la proposition reste principalement le transport voiture, mais la volonté de tous est de continuer ce travail en développant des offres sans voitures.

L'engagement vers un tourisme durable soucieux de limiter son impact énergétique est au cœur des préoccupations.

Labelliser ces routes des vins, c'est agir pour un Tourisme restreint, plus intime, en petit groupe, plus humain, plus ouvert à l'autre, moins consommateur et plus respectueux de la Terre !

Prochaine étape , peut-être si accord entre vignerons et univers touristique , une signalisation de ces routes des vins !

10. Chiffres clefs – TOURISME et OENOTOURISME

Au niveau international, Atout France souligne le dynamisme de l'œnotourisme français, qui a progressé de 33% depuis 2009.

Si les États-Unis occupent la première place mondiale (avec une estimation de 15 millions de visiteurs, américains à 80%), la France arrive ensuite avec 10 millions de visiteurs (dont beaucoup de touristes européens), talonnée par l'Italie et l'Espagne. En France, Bordeaux et la Champagne sont les leaders de l'œnotourisme, suivis par l'Alsace, le Val de Loire, la Bourgogne, portés par le classement à l'Unesco pour les vignobles champenois et bourguignons. (Source : Atout France)

10.1. Dans l'Occitanie

Le tourisme s'affiche comme l'un des moteurs de l'économie régionale.

Avec 14 milliards € de consommation touristique, soit 10 % du PIB régional, le tourisme fait partie des trois secteurs économiques phares de la région avec l'agriculture-agroalimentaire et le bâtiment.

La variété de ses territoires, de son relief et de ses paysages permet à l'Occitanie de répondre à toutes les attentes, toutes les envies.

Entre mer et montagne, plaine et campagne, c'est un panel unique d'ambiances, de climats et d'activités que l'on y trouve.

87 appellations, dont 51 AOP cohabitent en Occitanie.

Avec 19 vignobles labellisés **Vignobles & Découvertes**, l'Occitanie, plus vaste vignoble au monde (260.000 hectares) et premier vignoble bio français, s'affirme comme une destination majeure pour l'amateur de vins, de terroirs et de culture viticole.

Source 2017 :



<https://www.ladepeche.fr/article/2017/07/09/2609475-bonnes-vacances-en-occitanie.html>



Source : journal Vign'ette

Les activités principales sont (des profils différenciés selon les filières touristiques) ;

1. les activités balnéaires
2. visites de villes et villages
3. visites culturelles
4. visite de parents ou amis
5. OGS grands sites naturels
6. Oenotourisme
7. APN

Même si les deux dernières activités ne sont pas les plus plébiscitées sur le Département, la situation sanitaire et économique a provoqué des changements dans les attentes de consommation et de pratique. L'œnotourisme vécu comme une véritable expérience est de plus en plus demandé et attendu.

10.3. Saisonnalité de la fréquentation touristique :

Une fréquentation en fonction des saisons... l'été reste incontestablement le moment phare de l'activité touristique du département mais également de la destination oenotouristique.

Le positionnement et l'offre de la destination « minervois, Saint-Chinian, Faugères et Haut Languedoc » intéresse une clientèle très différente de celle fréquentant le littoral.

Notre destination attire principalement une clientèle désirant pratiquer des activités de pleine Nature et découvrir les produits du terroir autour de patrimoines riches.

Les ailes de saison (avant et après saison) connaissent également un bon niveau de fréquentation, du notamment à la présence de jours fériés et de ponts, ce qui intéresse fortement les clientèles de proximité.

Economie touristique du territoire (données 2020 – source Hérault Tourisme) :

- **68 420** lits en résidences secondaires
- **16 000** lits touristiques marchands
- **215 000** nuitées en hébergements marchands
- **130 400** visiteurs dans les sites, musées et festivals du territoire



10.4. Offre en hébergements touristiques

La Destination Haut-Languedoc et Vignobles offre une capacité d'accueil de près de **84 420** lits touristiques (75 320 lits touristiques en 2017).

Avec plus de 13 680 résidences secondaires, soit **68 423** lits, la Destination Haut-Languedoc et Vignobles représente 11% du parc héraultais en résidences secondaires.

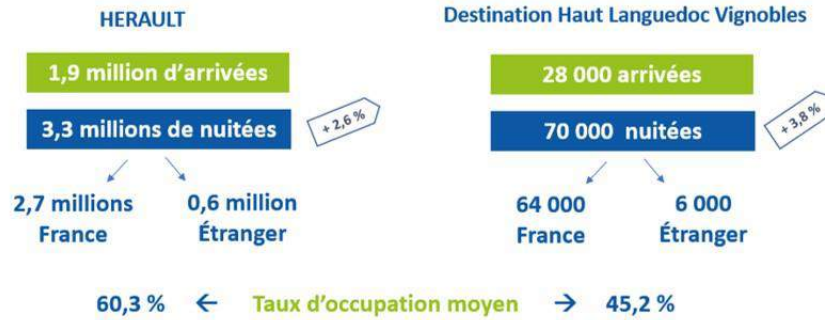
Avec 16 000 lits touristiques marchands, le territoire de la Destination représente 8% de la capacité d'accueil du département.

Données 2020	Nombre d'établissements	Nombre de lits
Campings classés et non classés	40	5 016
Meublés de tourisme non classés et / ou non labellisés	664	3 430
Meublés de tourisme classés et /ou labellisés	891	3 416
Chambres d'hôtes non labellisées	151	912
Résidences de tourisme classées et non classées	6	890
Hôtels classés et non classés	23	790
Villages de vacances	5	612
Gîtes de groupe	33	585
Chambres d'hôtes labellisées	43	230
Aires de camping car	3	114
TOTAL	1 859	15 995

10.5. Fréquentation des hébergements marchands

Source : INSEE / Hérault Tourisme *Enquête de fréquentation de l'hôtellerie et de l'hôtellerie de plein-air*

LA FREQUENTATION DANS L'HOTELLERIE* Chiffres clés 2019



Source : Hérault Tourisme / INSEE 2019



LA FREQUENTATION DANS L'HOTELLERIE DE PLEIN AIR Chiffres clés 2019



Source : Hérault Tourisme / INSEE 2019



10.6. Fréquentation des sites de loisirs

CHATEAUX, EDIFICES RELIGIEUX ET MOULINS	
Collégiale Saint Etienne à Capestang	2 015
Moulin de Faugères	5 095
Abbaye de Fontcaude à Cazerdanes	4 274
Château des archevêques de Narbonne à Capestang	1 250
Château de Puisserguier	2 600
GROTTES, SITES ARCHEOLOGIQUES ET JARDINS	
La Fileuse de Verre Grotte de la Devèze à Courniou les Grottes	11 429
Jardin Méditerranéen à Roquebrun	7 922
SITES TECHNIQUES ET ENVIRONNEMENTAUX	
Centre Multimédia Cebenna à Olargues	6 062
MUSEES	
Musée de la Spéléologie à Courniou les Grottes	11 429
Musée Maison Cévenole à Saint Gervais sur Mare	3 384
Musée de la Cloche et de la Sonnaïlle à Hérépian	4 016
Musée d'archéologie et de paléontologie à Minerve	3 912
Musée de Cruzy à Cruzy	1 157

10.7. Sites de loisirs nature, nautisme et fluvial

Type d'activités	Sites de loisirs nautiques	
Canoë	Canoë Tarassac à Mons La Trivalle	9 650
Canoë	Reals Canoë Kayak à Cessenon sur Orb	5 825
Professionnels du tourisme fluvial		
	C.A.N.A.L. à Puisserguier	1 168

10.8. Evènementiel

Manifestations oenotouristiques*	2019
Fête du cru à Saint Chinian	4 500
Rendez vous au Pays Haut Languedoc et Vignobles - Saint Chinian	2 942
La fête du Grand Saint Jean - Faugères	880
Circuit des côteaux languedociens en voitures anciennes - Laurens	400
Les vin'dredi de Bédarieux	400
Fête du cru - La Livinière	330

*Nombre de personnes ayant acheté 1 verre ou 1 ticket pour 1 dégustation.

10.9. Le Thermalisme

La présence de **deux stations thermales** sur le territoire : Avène et Lamalou les Bains permet justement de préserver un bon positionnement de fréquentation sur les ailes de saison même si celles-ci ne bénéficient pas encore de la renommée des thermes de Balaruc-les-bains, plaçant cette station au 2^{ème} rang des cures thermales françaises.



En 2019, **15 800 curistes** ont été accueillis dans les 2 stations thermales du territoire.

L'activité thermique reste stable par rapport à l'année précédente.

**accès aux équipements collectifs et prestations individuelles dans les centres thermoludiques, espaces forme et bien-être et établissements thermaux*

Source : Hérault Tourisme / Stations Thermales.

*nombre de curistes, toutes cures confondues.

La station thermique de Lamalou-les-bains s'adresse à 3 types de pathologies : neurologie, rhumatologie, traumatologie... mais aussi des cures de « remises en santé ». Le centre a refait « une peau neuve » en 2015 et propose depuis un espace de qualité pour l'ensemble des curistes et clients.

Le SPA qui a ouvert ses portes en 2010, permet de toucher une clientèle plus large sur la thématique du bien-être (+ de **2 600 entrées** en 2016).

La station thermique d'Avène est entièrement dédiée à la dermatologie et aux traitements des affections cutanées depuis 1743 avec une moyenne de séjour de 18 à 21 jours.

Cette station n'a toujours pas vocation à ouvrir ses espaces thermaux en dehors de la cure à vocation purement médicale. L'espace bien-être est actuellement entièrement réservé aux curistes de la station. Néanmoins, des travaux ont été menés afin de doter la station d'un hôtel éco-responsable de 60 chambres avec deux piscines et un espace de remise en forme, bar et restaurant. Ce site est un lieu idéal pour les séminaires et team-building.

Avène est la 1^{ère} station ayant reçu en 2010 la certification Acquacert HACCP Thermalisme®.

10.10. Le Tourisme Fluvial

Source : Voies Navigables de France 2020

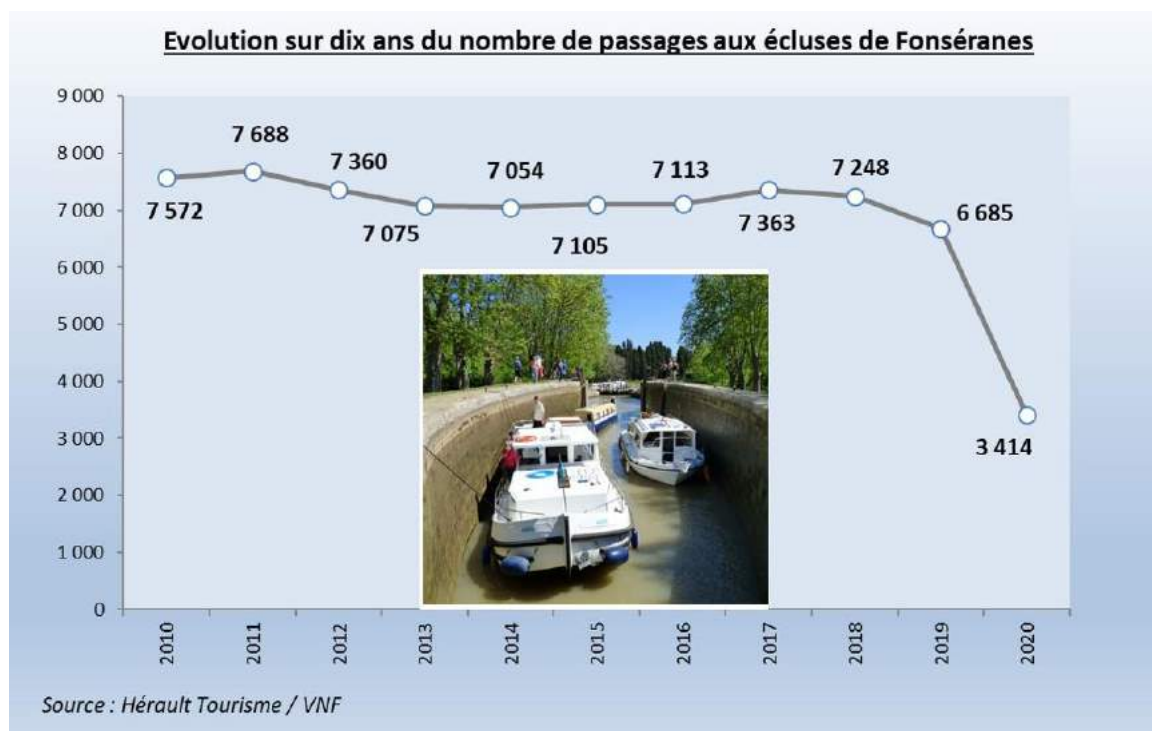
L'Hérault est traversé par le Canal du Rhône à Sète et le Canal du Midi, ce dernier est classé au Patrimoine Mondial de l'Unesco.

En 2020, **3 414** passages ont été comptabilisés aux écluses de Fonséranes de Béziers, soit une baisse de près de 8% par rapport à l'année précédente.

Répartition du trafic par type de bateaux :

- 666 bateaux à passagers
- 2 316 bateaux de location
- 421 bateaux de plaisance privée
- 11 autres embarcations

En cette année exceptionnelle de pandémie, la majorité de ce trafic (près de 70%) est réalisée par la clientèle française.

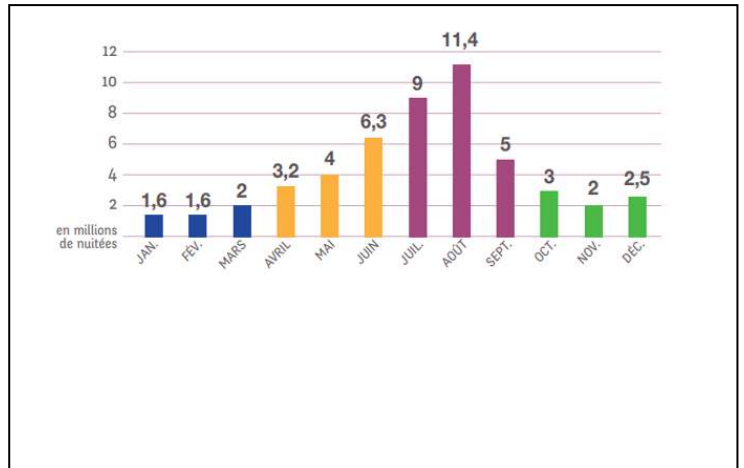


10.11. Fréquentation touristique en Hérault en 2019*

Avec 52 millions de nuitées touristiques en 2019*, l'Hérault représente 26 % de la fréquentation touristique en Occitanie :

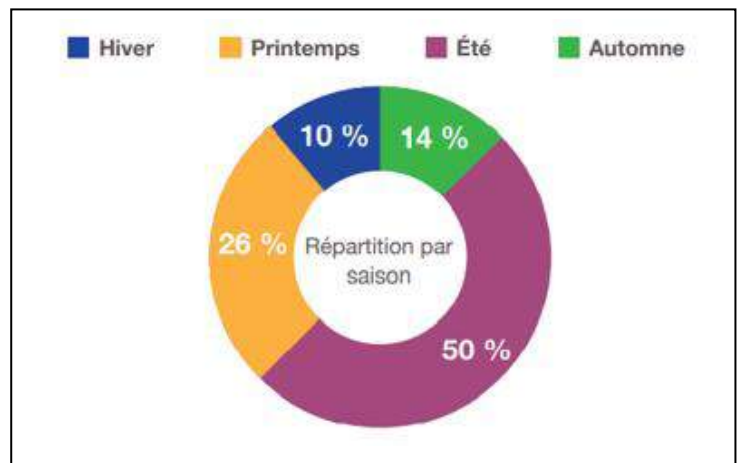
-> 33,7 millions de nuitées françaises

-> 18,3 millions de nuitées étrangères



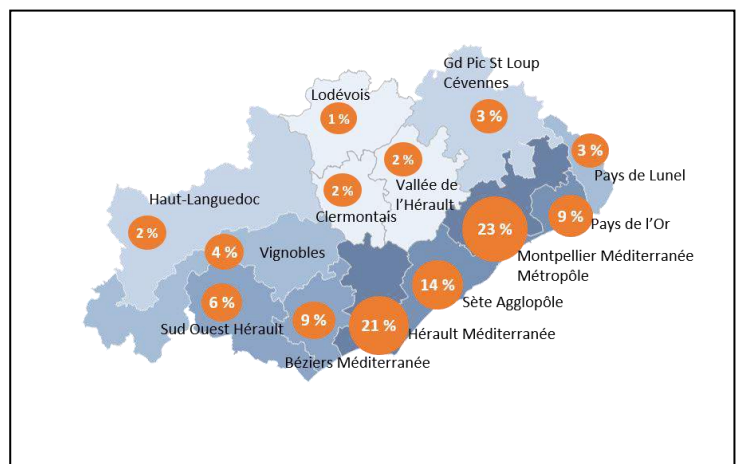
Les nuitées réparties selon les saisons

Les nuitées touristiques réalisées durant les périodes du printemps et de l'été se partagent près de 80 % du nombre total de nuitées annuelles.



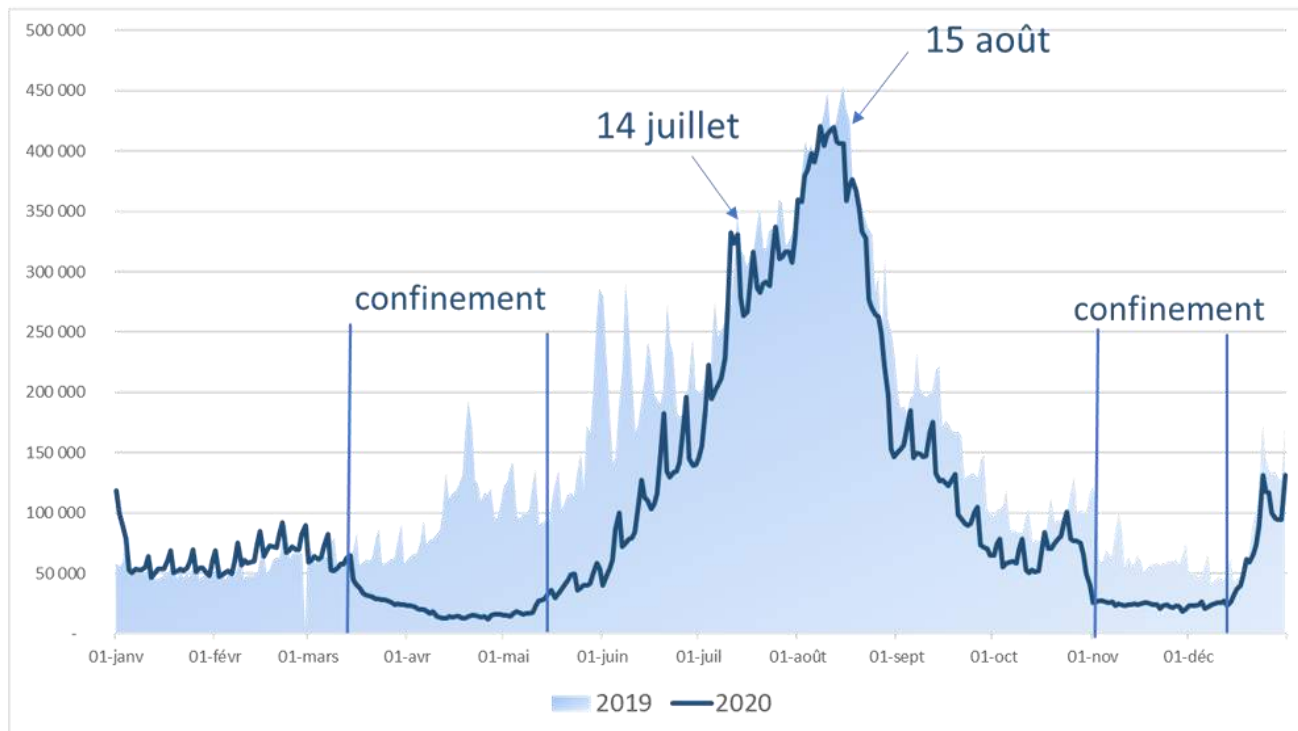
Répartition des nuitées par destinations touristiques en 2019

Les nuitées enregistrées sur les destinations littorales représentent près de 70 % des nuitées totales du département.



10.12. Evolution de la fréquentation 2019-2020

Avec un volume global de nuitées de 37 millions en 2020, l'Hérault enregistre une perte de 15 millions de nuitées par rapport à 2019.



Faits marquants :

- Un volume de nuitées en hausse sur le 1er trimestre 2020 par rapport au 1er trimestre 2019
- Durant le 1er confinement, l'Hérault enregistre une perte de 4 millions de nuitées
- A partir du déconfinement, la reprise est progressive, les nuitées sont à deçà de l'année dernière, on note une perte de 5 millions de nuitées
- Sur la saison estivale, la fréquentation française se maintient
- Durant le confinement de l'arrière-saison, on constate une perte de 1,8 million de nuitées
- Pendant les vacances scolaires, la fréquentation se maintient à un bon niveau.

10.13. Premiers retours concernant la saison 2021

Dans un contexte sanitaire toujours compliqué, une majorité de professionnels confirment que la fréquentation touristique de la destination Hérault a été au rendez-vous. L'Hérault a en effet connu un très bon niveau de fréquentation équivalent à celui de 2019 et supérieur à 2020 sur la période estivale. Une hausse de la fréquentation française soutenue également par le retour en force des clientèles étrangères... la majorité des professionnels du tourisme héraultais ont témoigné d'un niveau d'activité très satisfaisant, car équivalent voire supérieur aux saisons d'avant pandémie.

De bons résultats ont également été constatés dans les commerces de proximité et les caveaux de dégustation, où 43 % des établissements ont fait part d'une activité supérieure au mois d'août 2020 et

34 % équivalente. Certains caveaux ont même noté une hausse du panier moyen de leurs clients. (Sources : conjoncture estivale – Hérault Tourisme)

11. Les Chiffres clefs de l'œnotourisme sur le département de l'Hérault :

- **1er département viticole de la région Occitanie**
- 2ème département français après la Gironde, avec environ 100 000 ha de vignes, soit 11 % de la superficie viticole nationale
- 288 communes viticoles (sur un total de 343) offrant des paysages favorables au développement de l'œnotourisme.
- 55 % de la surface agricole du département dédiée au vignoble, avec 7 IGP et 12 AOP
- 61 caves coopératives et 800 caves particulières ouvertes au public
- 6 destinations labellisées « Vignobles et Découvertes » et 600 professionnels adhérents
- 24 œnorandos
- 21 routes des vins pour découvrir le vignoble (avec les routes de Montpellier, nous en aurions 25)
- Plus de 500 manifestations toute l'année pour une mise en valeur originale des vins héraultais.



Source : Hérault Tourisme

L'œnotourisme : un enjeu paysager, un enjeu économique !

L'œnotourisme peut se définir comme l'ensemble des prestations relatives aux séjours touristiques dans des régions viticoles permettant la découverte conjointe du vin, des terroirs et des hommes sur le territoire où ils se situent. La diversité des prestations qu'inclut l'œnotourisme est à l'image de la diversité de nos terroirs viticoles : si cette activité est essentiellement centrée sur la découverte du vin via la rencontre entre touristes et vignerons, la dégustation, la vente de vin et les activités de découverte du vignoble, le périmètre de l'œnotourisme peut aller bien au-delà et englober des produits ou activités tels que des visites de villages viticoles ou de sites culturels, la participation à des événements, l'accueil en chambre d'hôtes chez les exploitants, etc...

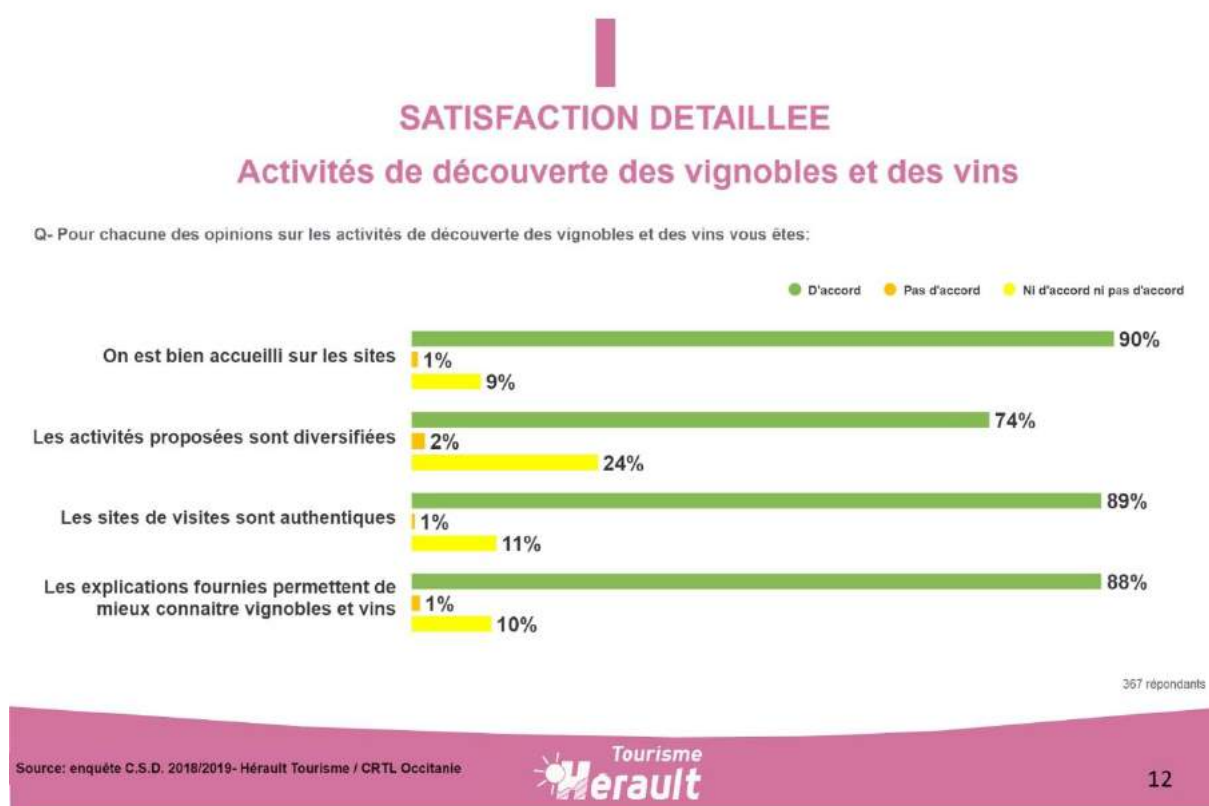
Source : Article- Cahier ESPACE – Novembre 2021 - Guillaume Lemièrre et Martin Lhuillier

11.1. Profil client, comportement et satisfaction

Profil : hommes, plus de 50 ans, CSP A et retraités, couples, touristes étrangers.

Pour l'œnotourisme, la satisfaction globale est supérieure à 85% en moyenne.

La satisfaction concerne : la qualité d'accueil, l'intérêt des informations fournies, l'authenticité des sites...avec toutefois des opinions plus nuancées sur la diversité des activités proposées.



Le niveau de satisfaction progresse ainsi largement auprès des touristes ayant pratiqué une activité de découverte des vignobles et des vins (8,4/10) participant pleinement alors à leur satisfaction globale.

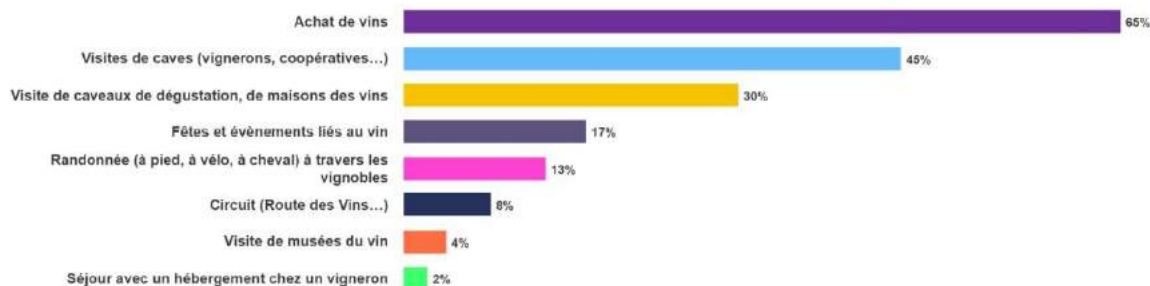
Les activités liées à l'œnotourisme restent centrées sur la visite de caves et caveaux avec, au final, l'achat de vins.

Les autres activités sont restituées à un niveau moindre : randonnées à travers les vignobles, musées du vin, Routes des vins, fêtes et événements liés aux vins...

ACTIVITES AUTOUR DES VIGNOBLES ET DU VIN

Q- Durant votre séjour, quelles activités autour des vignobles et des vins avez-vous réalisées ?

Réponses effectives : 367



Le nombre de citations est supérieur à 100 % car plusieurs activités ont pu être pratiquées.

Source : enquête C.S.D 2019/2019 - Hérault Tourisme / CRTL



13

Au final, il apparaît un potentiel de communication notoriété/valorisation pour les filières œnotourisme, APN et festivals de l'Hérault.

Le résultat de perception des activités pour enfants obtient la note de 8/10. Celle-ci montre qu'un réel effort a été mené depuis 2016 (7.2/10) et contribue ainsi à la satisfaction globale.

Certains professionnels souhaitent se positionner sur l'offre activités enfants et l'accueil des familles. En termes d'œnotourisme, c'est 26% de la clientèle dans les caveaux, il est donc important de structurer une réelle offre de qualité.

Sites œnotouristiques et caveaux labellisés

Cave des vignerons de Saint Chinian	25 000
Cave de Roquebrun	7 455
Les vignerons d'Alignan du Vent / Neffies - caveau de Neffies	3 330
Domaine Ollier- Taillefer à Fos	2 000
Abbaye Sylva Plana à Laurens	5 422
Château de Gourgazaud à La Livinière	1 000
Château Coujan à Murviel les Béziers	900
Cailhol Gautran à Aigues Vives	600
Château La Dournie à Saint Chinian	320
Domaine de Cebene à Faugères	100

12. Convention partenariale :

Le règlement d'usage de la marque Vignobles & Découvertes précise :

2.3 - la convention partenariale et la désignation de référents : « *la convention partenariale est une convention d'acteurs associant un ou plusieurs représentant(s) du monde du vin et du tourisme et précisant la définition précise du rôle, des missions et des engagements de chacune des parties au sein de la destination candidate ou bénéficiaire de la marque* ».

Cette convention doit donc être signée par le porteur de projet, une instance touristique et une instance viticole compétente(s) au niveau départemental, régional ou interrégional.

Depuis la candidature initiale en 2014, la convention tripartite était composée de la manière suivante :

- Porteur de projet : Pays Haut Languedoc et Vignobles
- Représentant filière tourisme : Hérault Tourisme
- Représentant filière vin : Conseil Interprofessionnel des Vins du Languedoc

Cette convention était ensuite signée par l'ensemble des ambassadeurs Vignobles & Découvertes. Ce schéma est le même pour toutes les destinations héraultaises.

Depuis notre renouvellement en 2017, de nombreuses évolutions ont eu lieu sur notre destination. Un de nos partenaires a fait le choix de ne plus être représenté par le CIVL, leur engagement pour la destination et son développement oenotouristique restant néanmoins inchangé : L'AOP Minervois, n'étant en effet plus représenté par le CIVL, a donc envoyé une demande écrite au Pays sollicitant la mise en place d'une convention de partenariat spécifique pour l'appellation afin d'aborder les questions oenotouristiques en direct avec eux (et non plus par l'intermédiaire du CIVL).

Une nouvelle convention de partenariat, tenant compte de ce changement, a donc été élaborée et validée le 9 décembre 2021 par le Comité Syndical du Pays Haut Languedoc et Vignobles.

La convention pour le dossier de renouvellement 2022-2025 est donc signée dans un premier temps entre :

- Porteur de projet : le Pays Haut Languedoc et Vignobles
- Référent tourisme : Hérault Tourisme
- Référents vin : Conseil Interprofessionnel des Vins du Languedoc et l'AOP Minervois.

Les autres représentants de la filière vin ont également émis le souhait de formaliser leur soutien. Il a donc été proposé d'ajouter au dossier de renouvellement un courrier commun actant leur engagement, signé par les partenaires volontaires (cf. annexes).

Par ailleurs, dès 2022, en complément du courrier, un document cadre (type charte d'engagement...) sera travaillé puis signé avec tous les partenaires concernés (OT, AOP et IGP) afin de formaliser et renforcer les engagements et partenariats.

Pour plus de détails, consulter l'annexe 0 – Conventions et déclarations sur l'honneur

13. Le carnet de route 2022- 2025

Dans le cadre de son nouveau projet territorial 2021-2026, l'un des objectifs stratégiques du Pays vise à consolider le tourisme et les loisirs comme leviers de développement économique et d'attractivité territoriale.

Le territoire s'affirme en effet comme une véritable destination touristique du sud de la France. A la croisée des enjeux d'un tourisme « de sens » basé sur la découverte des patrimoines et des savoir-faires locaux, la destination est structurée à travers quatre filières touristiques majeures bénéficiant chacune d'une reconnaissance, d'un label thématique garantissant la qualité de l'offre et de l'organisation touristique du territoire :



* La filière « produits locaux » structurée autour du label Vignobles et Découvertes :

Riche d'un patrimoine et d'une culture vigneronne ancienne avec la présence d'Appellations d'Origine Protégée renommées et de productions agroalimentaires hautement identitaires, le Pays possède un véritable potentiel œnotouristique. Dans ce cadre, la marque nationale « Vignobles & Découvertes » est un outil qui permet aussi de développer et structurer l'œnotourisme sur la destination. Les actions engagées dans ce contexte ont donc pour objectif de conforter l'offre existante et surtout accompagner la mise en réseau des professionnels concernés pour créer une offre complète et lisible.

« Vignobles & Découvertes » est octroyée à une destination et ses professionnels partenaires pour 3 ans, actuellement dans sa dernière année, il est temps d'envisager le renouvellement pour 2022-2025.



* La filière « patrimoine » structurée autour du label Pays d'Art et d'Histoire :

Labélisé en 2016, le territoire accorde une attention particulière au patrimoine en tant que vecteur d'attractivité et de cohésion sociale. Atout touristique important, la reconnaissance « Pays d'Art et d'Histoire », répond à un enjeu fort de sauvegarde, de valorisation et de promotion du patrimoine.



* La filière « thermalisme » structurée autour de deux stations classées :

La nouvelle région Occitanie-Pyrénées Méditerranée est la première région thermale de France.

Deux des trois stations thermales de l'Hérault se situent dans le PHLV et spécifiquement dans le périmètre du PPN : Lamalou-les-Bains et Avène.

Globalement, la filière thermalisme du territoire représente près de 400 emplois directs et accueille, chaque année, plus de 15 000 curistes.



* La filière « activités de pleine nature » structurée autour du Pôle de Pleine Nature (PPN) :

Reconnu Pôle Emergent en 2015, le territoire des Montagnes du Caroux (périmètre du PPN) offre un véritable espace de pratique et de découverte des activités de pleine nature : à pied, à vélo, sur l'eau ou à bout de bras. Lieu de pratique, mais aussi espace naturel fragile, les Montagnes du Caroux sont également une occasion privilégiée d'aller à la rencontre de la nature préservée notamment le mouflon.

14. Une construction collective

Le bilan du plan d'actions 2017-2021, élaboré dans le cadre de démarche du 1^{er} renouvellement à la marque nationale « Vignobles & Découvertes », a permis d'identifier de nouveaux enjeux pour le territoire et le développement de l'offre œnotouristique de la destination.

Des thématiques, des axes de travail et une nouvelle gouvernance ont pu être identifiés et élaborés de manière collective, afin que chaque partenaire puisse s'investir pleinement.

Ce bilan, associé aux nombreuses réunions de travail avec les Comités Techniques Vin et Tourisme, aux échanges avec le référent tourisme Hérault Tourisme, aux stratégies Régionales et Départementales se mettant en place, a fortement contribué à l'identification des axes stratégiques et opérationnels permettant de poursuivre et réajuster la stratégie de développement et de structuration de l'œnotourisme sur la destination afin de poursuivre la reconnaissance de celle-ci.

Le plan d'actions proposé est donc la traduction des besoins du territoire sur la thématique de l'œnotourisme.

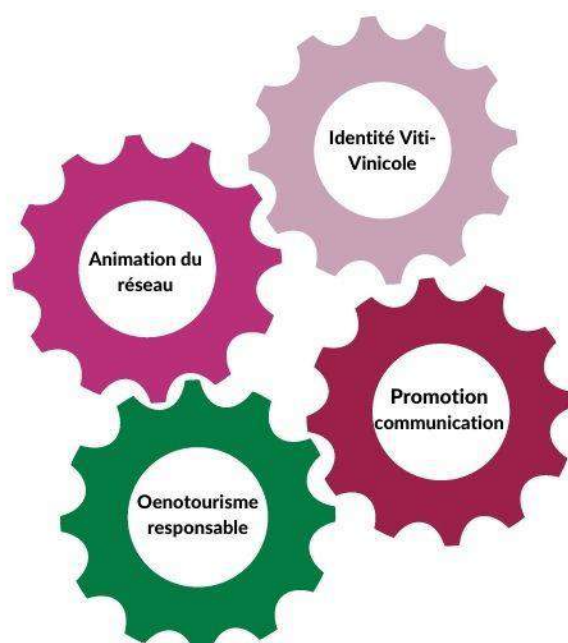
Celui-ci s'organise en 4 axes stratégiques et axes opérationnels :

Axe 1 - L'animation du réseau V&D, *pour un œnotourisme local à impacts positifs*

Axe 2 - Vers une identité viti-vinicole locale affirmée

Axe 3 - Vers une approche œnotouristique plus responsable

Axe 4 - La promotion et la commercialisation de la destination, *vers une destination œnotouristique à (re)découvrir*



15. Détails du plan d'actions

Le plan d'actions co-construit et présenté en détails ci-dessous définit le programme d'animations autour de la marque nationale Vignobles & Découvertes pour les trois prochaines années.

LES 4 AXES STRATÉGIQUES ET AXES OPÉRATIONNELS



AXE 1

L'animation du réseau V&D

Pour un oenotourisme local à impacts positifs

- Renforcer l'animation pour un meilleur équilibre territorial & maillage
- Structurer l'offre à travers la construction, mise en place et suivis de plans d'accompagnement et formation
- Accompagner les professionnels du tourisme et du vin vers la qualité
- Observer et évaluer

AXE 2

Vers une identité viti-vini locale affirmée

- Valoriser notre histoire du vin
- Valoriser l'art de vivre (produits locaux, gastronomie, savoir-faire)
- Dynamiser par une offre événementielle et festive
- Favoriser l'émergence d'expériences à vivre avec les membres du réseau

AXE 3

Vers une approche oenotouristique plus responsable

- Accentuer l'engagement dans un oenotourisme responsable et durable
- Poursuivre l'offre oenotouristique et d'itinérance (rando, cyclo, nature)
- Accentuer l'offre oenotouristique Famille
- Continuer le travail engagé autour de la consommation responsable

AXE 4

La promotion et commercialisation de la destination

Vers une destination oenotouristique à (re)découvrir

- Construire un plan marketing partagé
- Communiquer la destination globale via des outils et contenus inspirants et innovants
- Proposer des offres oenotouristiques expérientielles à communiquer et commercialiser

PLAN D' ACTIONS

2022-2025 **Grandes orientations*



DESTINATION
MINERVOIS
SAINT-CHINIAN
FAUGÈRES
et Haut Languedoc



AXE1/ Objectifs : POUR UN OENOTOURISME A IMPACTS POSITIFS				
AXES STRATEGIQUES	AXES OPERATIONNELS	ACTIONS PRIORITAIRES et OPERATIONELLES	Chef de file de l'action	Priorités
Animer, qualifier, professionnaliser un réseau d'ambassadeurs	Renforcer l'animation pour un meilleur équilibre territorial et maillage	Déploiement du groupe référents oeno (type guichet unique sur le territoire) à travers les missions de l'animation locale : <ul style="list-style-type: none"> • Coordination et animation V&D locale auprès des ambassadeurs (création et diffusion des outils d'animation du réseau...) • Evolution du label V&D local (identification/ expertise nouveaux pros pour renforcer le réseau) • Communiquer avec le réseau (renforcer les outils existants et imaginer de nouveaux outils collaboratifs : groupe fcbk, slack, WhatsApp...) • Rassembler/ réunir le réseau V&D annuellement et créer une dynamique (oenomeeting, rencontres de l'oeno, ateliers thématiques...) 	Groupe référent oeno (OT/PaysHLV)	1
		Coordination oeno V&D à différentes échelles : <ul style="list-style-type: none"> • National (Atout France / Fédération V&D) • Régional (CRTL Occitanie + V&D Région) • Départemental (ADT/ CD 34 + V&D 34) • Tous les autres partenaires (chambre Agriculture, Vigneron Indépendant, CIVL...) 	PaysHLV	1
	Structurer l'offre à travers la construction, mise en place et suivi de plans d'accompagnement et de formations	Elaboration d'un plan d'actions de formation et d'accompagnement coordonné des professionnels vers la qualité et le développement économique (Mooc, physique, eductours...) <ul style="list-style-type: none"> • Passeport de dégustation • Accueil famille • Œnotourisme durable • Loi Evin pour les professionnels du vin ET du tourisme ... 	Groupe référent oeno	1
		Création d'un plan d'accompagnement pour aider les professionnels à mieux structurer leurs offres : <ul style="list-style-type: none"> • Etat des lieux • Diagnostics flash • Design de l'offre • Pistes de développement ... 	PaysHLV	2
	Accompagner les professionnels du tourisme et du vin vers la qualité (ingénierie de projets)	Poursuite de l'accompagnement, appui conseil, AMO et suivi des dossiers sur des projets et dossiers oeno / Aide à la mobilisation de financements	PaysHLV & CC	1
	Observer et évaluer	Mise en place un suivi e-notoriété et des retours clients oeno	OT	1
		Evaluation du réseau V&D local	Groupe référent oeno	1

AXE 2/ Objectifs : VERS UNE IDENTITE VITI-VINI LOCALE AFFIRMEE				
AXES STRATEGIQUES	AXES OPERATIONNELS	ACTIONS PRIORITAIRES	Chef de file de l'action	Priorités
Valoriser notre identité vitivinicole	Valoriser notre histoire du vin	Valorisation, vulgarisation et partage du travail autour de l'histoire du vin et des patrimoines vitivinicoles avec le Pays d'Art et d'Histoire	PaysHLV	2
		Réalisation d'un outil autour de la récolte de mémoires vives et du storytelling local (ex : une carte dématérialisée « boîtes à histoires »)	PaysHLV	2
		Réalisation d'un outil sur l'identité vitivinicole locale spécifiques à chaque terroirs, IGP et AOP (dans un esprit de gamme)	AOP/IGP & PaysHLV	1
	Valoriser l'art de vivre (produits locaux, gastronomie, artisanat local)	Mise en place d'actions avec les restaurateurs (valorisation des vins locaux à travers une carte des vins, animations spécifiques ...)	AOP/IGP	1
		Valorisation des productions locales à travers le Projet Alimentaire de Territoire, Cliketik, RVZ au Pays		
	Dynamiser par une offre événementielle et festive	Poursuite de la programmation « Rendez-vous au Pays »	PaysHLV & OT	1
		Mise en avant de la destination globale en capitalisant sur des événements déjà existants comme les « Rendez-vous au Pays , Fascinants Week-ends, ... »	Cotech	1
	Favoriser l'émergence d'expériences à vivre avec les membres du réseau V&D	Animation d'ateliers conviviaux chez des ambassadeurs autour de la création d'expériences permettant l'élaboration d'offres oeno identitaires	Groupe référent oeno	1

AXE 3/ Objectif : VERS UNE APPROCHE OENOTOURISTIQUE PLUS RESPONSABLE				
AXES STRATEGIQUES	AXES OPERATIONNELS	ACTIONS PRIORITAIRES	Chef de file de l'action	Priorités
Développer une offre slow terroir, un œnotourisme plus responsable sur la destination	Accentuer l'engagement dans un œnotourisme responsable/durable	Actions avec le Parc Naturel Régional du Haut Languedoc (en attente)	PNRHL	1
		Slow terroir : <ul style="list-style-type: none"> • Privilégier la qualité de l'expérience par des rencontres et des échanges personnalisés (valorisation du métier, transmission, respect du produit...) • Restauration : un engagement dans les circuits-courts • Favoriser les échanges sur la destination et sur d'autres territoires pour s'inspirer des motivations individuelles et dynamique collective (pratiques culturelles, mouvement collectif, initiatives...) Ex : paysages et environnement, une démarche collective : <ul style="list-style-type: none"> - Eductour (AOC Ventoux : études, paysage/œnotourisme, guide de bonnes pratiques, charte d'engagement...) 	AOP/IGP & Ambassadeurs & PaysHLV	1 2 3
		Inciter aux déplacements « doux » rézo pouce, covoiturage, Hérault Mobilité...	PaysHLV & CC	1 2 3
		Implication et relais dans les actions de nos partenaires régionaux et départementaux : <ul style="list-style-type: none"> • Actions CRTL (Green new deal régional : plan d'actions Régional) • Actions CD34 (schéma Hérault Tourisme en cours) • Charte des évènements responsables CRTL Occitanie 	PaysHLV & OT avec ADT, CRT...	1
	Poursuivre l'offre œnotouristique et d'itinérance (rando, cyclo, nature...)	Interprétation thématique de certains sentiers de randonnées (in situ) en fonction des différents secteurs	CC	2
		Animation des œnorandos	OT & AOP & IGP	1 ou 2
		Vélo/œno : s'engager auprès des Com. Com et du CD34 sur la mise en place d'une offre thématique et valoriser les sentiers existants	CC	1 ou 2
		Animation locale de l'outil « Le COMPORTE » (projet de coopération)	Pays HLV & ambassadeurs	1
	Accentuer l'offre œnotouristique famille	Mise en place une chasse aux trésors simple et ludique (démat ou pas)	Projet de OT Avant-Monts	1
		Accompagnement pour favoriser la mise en place d'actions ludiques et pédagogiques autour de la vigne (cluedo géant, escape game, parcours sensoriel du paysage...)		2 ou 3
	Continuer le travail engagé autour de la consommation responsable	Déploiement et relais des outils existants	Pays HLV	1
		Signature du manifeste « Vin et Société » au nom de la destination globale	Pays HLV	1

AXE 4/ Objectif : VERS UNE DESTINATION OENOTOURISTIQUE A (RE) DECOUVRIR				
AXES STRATEGIQUES	AXES OPERATIONNELS	ACTIONS PRIORITAIRES	Chef de file de l'action	Priorités
Communiquer, promouvoir et commercialiser notre destination	Construire un plan marketing partagé	Elaboration d'un plan marketing oeno : <ul style="list-style-type: none"> • Définir le branding de la destination • Identifier les cibles et niches de clientèles de la destination • Définir les outils et le mode de diffusion en fonction des cibles 	coTech	1
		Construction, animation et participation aux actions mktg partagées avec nos partenaires (Fédération, Région, Département, local) : <ul style="list-style-type: none"> • Accueil presse, influenceurs • Salons • Publi-rédactionnel • ... 	PaysHLV	1 2 3
	Communiquer la destination globale via des outils et contenus inspirants et innovants	Promotion via des outils de communication dédiés à la destination globale Ex : @mag + annuaire ambassadeurs + cartes	Groupe référents oeno	1
		Développement du numérique en se dotant d'une banque d'images et de vidéos partagées (en fonction du branding + niches de clientèles)		2 3
		Animation des réseaux sociaux de la destination globale (page facebook, instagram et pinterest)		2 3
		Elaboration d'un « kit de survie pour oenotouristes débutant... ou pas » Ex : Outil print (le plaisir de déguster un vin, les repères de consommation responsable, quelques mots en patois local, vocabulaire de base : lexique du vigneron, les cépages méridionaux, liens vers les bonnes adresses V&D...)	AOP/IGP & Groupe référents oeno	1
	Proposer des offres oenotouristiques expérientielles à communiquer et commercialiser	Accueils influenceurs/ presse sur l'expérience à vivre « <i>tourisme pour parler du vin car la cible est plus grande</i> »	OT	1 2 3
		Commercialisation d'expériences à vivre (offres packagées) via les réceptifs locaux partenaires (OT) et par les structures habilitées	OT & réceptifs	2

16. ZOOM sur quelques actions du carnet de route 2022-2025

Le programme d'animation du réseau « Vignobles & Découvertes » proposé pour ce renouvellement repose sur divers types d'actions :



L'axe 1 regroupe toutes les actions concernant l'animation du réseau Vignobles & Découvertes, la qualification des professionnels du tourisme et du vin, la structuration de l'offre et l'observation/évaluation.

La nouvelle gouvernance et le groupe référent oeno

Ce groupe, constitué courant mai 2021 suite à une réunion bilan avec les Offices de Tourisme et à la demande de ces derniers, réunit un représentant de chaque OT et l'animateur Vignobles & Découvertes qui assure la coordination du groupe. Il permet la mise en place d'une sorte de « guichet unique » sur le territoire autour du label Vignobles & Découvertes, avec des démarches facilitées, plus de concertation et une animation locale collective renforcée, plus efficace et qualitative pour un impact positif sur l'ensemble de la destination oenotouristique.

Les référents oeno de chaque OT ont en effet une parfaite connaissance de leurs adhérents et peuvent ainsi identifier les potentiels ambassadeurs Vignobles & Découvertes ou répondre aux demandes des professionnels du tourisme et du vin, en matière de qualification et de montée en gamme.

Comment? Des missions partagées?



Pour être V&D un professionnel du tourisme et du vin doit impérativement être adhérent à un Office de Tourisme de la destination oeno.



L'axe2 concerne les actions favorisant l'émergence et le renforcement de notre identité vitivinicole spécifique. Le travail réalisé sur les précédents plans d'actions oenotouristiques avec le Pays d'Art et d'Histoire doit être vulgarisé, valorisé et partagé. Dans ce cadre, la réalisation d'une carte dématérialisée est envisagée pour compiler et valoriser le storytelling propre à notre destination via le format audio. C'est un travail de récolte de « mémoires vives » qui pourra être utilisé sur divers outils de diffusion.

L'axe opérationnel autour de la valorisation de l'art de vivre sera mené en collaboration avec les AOP et IGP du territoire avec la réalisation d'outils dédiés à la filière restauration, bars à vins et cavistes type PLV.

Des animations spécifiques pourront être mise en place afin de faciliter les interactions entre les filières, valoriser les domaines et professionnaliser la vente de vin dans les restaurants.

Une offre événementielle et festive à dynamiser sur la destination.

Les événements sont indispensables car ils sont synonymes de rassemblement, partage et convivialité, des valeurs fortes portées par la marque nationale.

La situation sanitaire, la difficile mobilisation du public, les couts financiers et techniques rendent difficile la création d'un gros évènement spécifique à notre destination. Ainsi, le souhait de poursuivre une programmation festive s'appuyant sur des événements locaux existants semble plus réaliste actuellement.

La destination V&D va donc poursuivre le travail engagé autour des Rendez-vous au Pays et des Fascinants Week-end avec une construction collective de ces animations.





L'axe 3 L'engagement vers un **tourisme durable et responsable** est aujourd'hui indispensable. La Covid19 a bousculé les pratiques et les attentes des touristes et des « consom'acteurs » ; de véritables prises de conscience ont émergé et les partenaires institutionnels élaborent leurs stratégies dans ce sens, en incitant les destinations Vignobles & Découvertes à faire de même.

Au-delà du relais local et de l'implication dans les actions des partenaires régionaux et départementaux, la destination œnotouristique souhaite s'engager et soutenir les actions déployées avec le Parc Naturel Régional du Haut-Languedoc et renforcer les échanges d'expériences sur ce thème avec d'autres destinations œnotouristiques.

Promouvoir un œnotourisme durable et responsable, c'est aussi privilégier l'expérience par des rencontres et des échanges personnalisés, valoriser les circuits-courts, préserver nos paysages, inciter aux déplacements doux (Hérault mobilité, rézo pousse, ligne ferroviaire Béziers/Neussargues...) et construire des animations œnotouristiques autour de ces modes de déplacement.

L'offre d'itinérance œnotouristique doit également être qualifiée et animée par la mise en place d'une interprétation thématique (prioritairement sur les œnorandos®).

L'accueil des familles.

Cette niche de clientèle est de plus en plus déployée sur notre destination. De nombreux outils ont été réalisés comme le carnet des Petits Curieux ou le sac « Le comporte » et d'autres sont en cours de finalisation afin de proposer aux ambassadeurs des outils adaptés (l'histoire à colorier ; le diplôme pour l'accueil des familles). Au-delà de la mise à disposition d'outils gratuits, il s'agit aussi de former les ambassadeurs pour un accueil de qualité, adapté aux familles (session de formation réservé aux caveaux).

Dans le cadre du projet de coopération « Le comporte », de nombreuses actions partagées vont être poursuivies et menées : la présentation officielle du concept et la diffusion des sacs sont envisagées en avril 2022. Au programme : conférence de presse, accueil presse/influenceurs.

Des actions d'accompagnement et de formation seront menées individuellement, avec chaque ambassadeur proposant le sac afin de qualifier son discours et imaginer une offre structurée, qualifiée et commercialisable. Des eductours sur les trois destinations sont prévus avec les ambassadeurs concernés (échanges d'expériences et de bonnes pratiques).

La consommation responsable, action incontournable dans le règlement d'usage de la marque nationale, sera poursuivie avec le déploiement des outils existants et des formations dédiées (loi Evin).



L'axe 4 concerne toutes les actions dédiées à la **promotion, communication et commercialisation** de la destination globale.

La question du nom de la destination est un point évoqué de manière récurrente lors des réunions. Le Pays Haut Languedoc et Vignobles, porteur de projet Vignobles & Découvertes, est parfaitement conscient que le nom ne peut satisfaire tout le monde et qu'il est complexe pour certains partenaires et ambassadeurs de se reconnaître autour de « *Minervois, Saint-Chinian, Faugères et Haut Languedoc* ». Il est donc important de trouver des solutions afin que tous les partenaires s'identifient et se mobilisent autour des outils et de la communication déployés ; une réflexion et construction d'un plan marketing partagé autour de V&D apparaît donc comme une nécessité.

Les actions existantes (offres de séjours, circuits, événements) seront poursuivies mais la destination se fixe comme objectif de créer de nouveaux produits œnotouristiques : séjours, activités, expériences sur la base des « pépites » et spécificités du territoire et de ses patrimoines vitivinicoles.

Il est aujourd'hui possible de définir, en fonction des segmentations de clientèles :

- des produits très « pointus », segmentés, et en assurer la promotion et la commercialisation auprès des cibles concernées,
- des produits œnotouristiques multi-facettes, en mettant à profit la richesse du territoire (activités de pleine air et nature, patrimoine, produits de terroir...).

Un produit œnotouristique doit raconter une histoire et offrir une expérience.

La communication de la destination globale doit se faire à travers des outils et contenus inspirants permettant une meilleure séduction, suscitant l'intérêt des consommateurs et touristes pour les structures labellisées.

Plusieurs outils sont en cours de renouvellement : le magazine digital @-mag « s'évader dans nos vignobles » (présentation globale et transversale de la destination à travers l'histoire, le patrimoine, les paysages... suggestions de séjours, idées, bons plans à faire dans nos vignobles...), la carte « un jour, un terroir, nos routes du vin », l'annuaire des ambassadeurs.

Les produits envisagés s'adresseront aux trois types de clientèles œnotouristiques (selon la typologie d'Atout France) : les « érudits » (qui apprécient les patrimoines), les « experts en vins » et les « explorateurs », avides de découverte. Mais nous souhaitons aussi nous adresser aux familles et aux « tribus » (groupe sénior et jeune cadre).

L'offre œnotouristique ne peut en effet se satisfaire d'une clientèle dont l'objet principal du séjour est la découverte du vin et des vignobles. Elle doit utiliser les flux touristiques dédiés à d'autres activités touristiques pour inciter en parallèle à la découverte des vignobles.

Il s'agit donc de capter des clientèles différentes (un tourisme de conquête), moins centrées en première découverte sur les vins : par exemple, une clientèle amatrice de sports, la visite de vignobles bio dans le cadre de séjours « écologiques » ...etc.

Le « **kit de survie pour œnotourisme débutant...ou pas** » est un outil qui sera réalisé en partenariat avec les AOP et les IGP : l'objectif est de partager et rendre accessible au plus grand nombre (et non uniquement les experts) les offres dédiées au vin.

16.1. Une identité visuelle en évolution...

Chaque partenaire territorial à sa propre identité et sa propre communication. Le label Vignobles & découvertes permet de co-construire une identité commune autour de la thématique de l'œnotourisme, autour de la destination « Minervois, Saint-Chinian, Faugères, et Haut Languedoc ».

Le nom de la destination constitue une marque forte à laquelle s'ajoute une signature, un slogan, une « baseline », autant de composantes dont la cohérence est indispensable pour construire cette image forte.

Dans le cadre d'ateliers de concertation, avec l'outil marketing « prisme de KAPFRER », 6 éléments ont été abordés donnant ainsi les premières pistes de réflexion autour d'une nouvelle identité de marque de la destination « Minervois, Saint-Chinian, Faugères et Haut Languedoc » :

1. Physique : destination œnotouristique (offre tourisme + vin = œnotourisme)
2. Personnalité : épicurieuse, sincère, dynamique, relaxante, joyeuse, éclectique, hétérogène
3. Culture : authenticité, donne du sens, sincère, qualité, prendre le temps
4. Relation : les œnotouristes font confiance à la marque pour leur offrir une « respiration » dans leur quotidien, en les transportant rapidement hors du temps à travers des découvertes, des rencontres et des expériences en lien avec une grande diversité de vins de qualité
5. Reflet : « je peux vivre une multitude d'expériences pleines de sens et en lien avec le vin, en un laps de temps restreint sans avoir à courir dans tous les sens ou perdre du temps sur ma journée »
6. Mentalisation : grâce à l'offre de la marque « *Minervois, Saint-Chinian, faugères et Haut Languedoc* », je donne du sens à mes voyages et je m'autorise une vraie pause dépayssante de qualité, dans mon quotidien.

De nombreux éléments ont également été abordés qualifiant l'univers autour de la destination :

- Accueil convivial et sincère
- Diversité de producteurs (vin et produits du terroir) de qualité
- Tourisme « à la française » représentant le terroir, le soleil, les produits de qualité et l'ambiance (dépaysement)
- Notion de contact direct avec les producteurs (le soutien local un système de valeur)
- Slow tourisme
- Lien avec les accueillants, organisation du « petit plus » qui permet les partages et donne l'envie de revenir
- Valeur, qualité de l'œnotourisme expérientiel basé sur la sincérité (nature, démarche) et sur l'authenticité (sens)
- Confiance plurielle, entre vigneron, découverte de la nature et du terroir (multitudes de vins et d'espaces)
- Hors du temps
- Une grande inspiration
- Richesse géologique, il est possible de voyager dans le temps en l'espace d'une journée

Il s'agit donc d'approfondir ces pistes de réflexion afin de conforter et affiner le travail mené depuis 2014 sur cet axe, afin d'assurer une promotion efficace et régulière qui donnera à notre destination une lisibilité nationale et internationale.

Actuellement, le **visuel/logo** a été « modernisé » avec une nouvelle police et une grappe de vin pour marquer clairement la thématique. L'aspect tâche de vin a été conservé (visuel qui représente la destination depuis sa création).



Le slogan :

La promesse client a été conservée,

Savourez ... tout simplement !

Savourez les produits mais aussi la destination dans son ensemble, le temps qui passe, les moments partagés, les rencontres, les échanges...

Profiter d'un séjour oenotouristique sur la destination « **Minervois, Saint-Chinian, Faugères** et Haut Languedoc », c'est prendre le temps de TOUT savourer... sans artifices.

Des actions de **promotion** vont donc accompagner l'ensemble de cette démarche.

Les réseaux sociaux sont désormais incontournables et très efficaces : les accueils instagramer et blogueur vont être poursuivis poursuivre avec une entrée marquée « **Tourisme expérientiel** ».

17. Les partenaires engagés dans la démarche :

Merci de vous reporter à l'annexe - tableau de suivi de la destination (Ambassadeurs V&D)

