

Charte « Tourisme de Terroir[®] en Vignoble Gaillacois »

Formalisation du réseau des partenaires ambassadeurs de leurs terroirs

Le partenaire devra mettre en œuvre le dispositif de bienvenue et d'accueil «Tourisme de Terroir au Pays des vignobles Gaillacois» comprenant :

- Le classeur des découvertes « Tourisme de Terroir[®] » qui présente tous les attraits du terroir de Gaillac, les rendez-vous Tourisme de Terroir, les adresses recommandées du réseau et des partenaires...
- L'aménagement visuel du territoire qui met en valeur le patrimoine historique, culturel, naturel, gastronomique, vivant... des terroirs du pays des vignobles Gaillacois.
- L'espace « Tourisme de Terroir[®] », et sa petite vitrine des produits du terroir.
- La charte qualité d'engagement « Tourisme de Terroir[®] » à afficher.
- La fiche d'évaluation à remettre à la clientèle dans le but de parfaire cette charte de qualité.
- Le « carnet de l'ambassadeur » qui facilite la mise en réseau des acteurs du territoire et le renvoi des clientèles.
- Une petite bibliothèque référençant les ouvrages traitant de l'histoire, la culture, la vie et les savoirs-faire, la gastronomie, les paysages et la nature des terroirs de Gaillac et du Pays.
- Le partenaire devra aussi s'investir à un travail collectif en partenariat avec les autres membres du réseau marqués « Tourisme de Terroir[®] »: vigneron, restaurateurs, producteurs, hébergements, offices de tourisme, sites touristiques, prestataires de loisirs, artisans d'art, artistes...

ENGAGEMENT DU VIGNERON, TOURISME DE TERROIR :

La charte spécifique aux vignerons pratiquants la vente au caveau répond à plusieurs objectifs :

- structurer un pôle d'intérêt œnotouristique,
- concrétiser une étape art de vivre,
- développer la notoriété de nos vins, de nos appellations et accroître la vente directe.

Elle vise à certifier la qualité de l'accueil et des aménagements du lieu de vente à la propriété. Cette charte doit servir à mettre en place les formations, les dispositifs et les moyens de financements nécessaires pour faciliter l'accession des vignerons au niveau de qualité exigé.

Mieux accueillir :

Les aménagements pour concrétiser une étape art de vivre

L'établissement doit faciliter l'accès au caveau aux clientèles par un fléchage de proximité de qualité, bien entretenu, respectant les règles d'implantation en vigueur et réalisé dans un style sobre approprié à l'image de l'AOC Gaillac. L'accès ne doit pas présenter de difficultés particulières (réseau routier dégradé, enclavement...). La capacité de stationnement doit être compatible avec la taille de l'établissement et les groupes reçus (bus). Les aires sont propres, bien entretenues et disposent si nécessaire d'équipements de confort (éclairage, fléchage, local à ordures fermé...). Un soin particulier sera apporté à la façade: propreté, état des crépis, harmonie des couleurs, respect de l'architecture locale pour les établissements existants et intégration à l'environnement pour les établissements candidats. L'enseigne en bon état, sera en harmonie avec l'architecture d'ensemble de l'établissement et conservera une certaine discrétion en permettant une lisibilité satisfaisante. La décoration florale et l'aménagement végétal devront mettre en valeur l'établissement en utilisant au maximum les espèces spécifiques caractéristiques du terroir. La mise en scène des espaces extérieurs et intérieurs ne doit pas être négligé car elle permet la valorisation de l'univers de travail du vigneron (vieux pressoirs, barriques...).

En ce qui concerne l'aménagement intérieur, l'établissement devra disposer d'un lieu d'accueil et de dégustation distinct des bureaux et des lieux d'habitations. Comme pour l'aspect extérieur, un effort sera demandé au niveau de la propreté, l'état et l'harmonie du bâtiment (sols, plafonds, murs). La décoration, le mobilier, l'éclairage mettront en avant les produits proposés, l'univers viticole et le style de l'établissement. Les toilettes propres, d'aspect soigné comporteront un équipement minimum (poubelle, savon, porte manteau, serviettes...).

Le caveau sera ouvert toute l'année avec des horaires d'ouvertures en accords avec les attentes des clients et les saisons. Ces horaires devront être respectés et affichés à l'entrée de l'établissement.

Les 4 discours des vignerons Tourisme de Terroir :

Le vigneron devra mettre en avant dans son discours sa passion et son savoir-faire. Les discours seront définis selon 4 thèmes:

✓ **Un discours technique**, qui portera sur la perception gustative et qui fera le lien avec les terroirs, les cépages, les plantes et essences locales, les modes de vinification, les secrets techniques du vigneron, les spécificités de telle ou telle cuvée, la température de service, l'élevage (la justification de certains choix...), la conservation, ...qui influence le goût et l'importance de l'alliance mets et vins. Un rôle que les vignerons doivent savoir tenir pour faire face aux consommateurs et surtout aux prescripteurs d'opinion (journalistes, sommeliers, restaurateurs, élus...). Le vigneron devra d'ailleurs créer des partenariats avec les restaurateurs en créant des fiches de présentation des vins, des cartes de vin, des aménagements visuels...

✓ **Un discours historique**, décrivant l'histoire du vignoble (son rôle sur l'économie locale, sur l'histoire de l'évolution du village...), sa création et son développement. Il y est aussi question de l'histoire personnelle du vigneron, de sa passion, de sa vie, de la richesse et du prestige des vins, de leur notoriété, de leur importance

dans la gastronomie de qualité à travers les âges, et de leurs consommateurs illustres. Le partage de cette connaissance axé sur l'histoire du terroir, du pays, des grandes fresques historiques, de leurs liens avec la culture de la vigne est aussi un élément déterminant. Ce discours fonde l'authenticité du produit, il est un des piliers de son image. Mais c'est aussi un savoir rare, peu partagé et peu accessible à la masse des consommateurs.

□ **Un discours culturel**, qui est le discours de la vie, d'ouverture contemporaine sur le monde. Il repose sur la connaissance des différents lieux de production du raisin, de l'évolution positive du vignoble du Gaillacois sur le marché français aussi bien en terme de qualité que de notoriété, des spécificités des vins et du paysage viticole. Ce discours consiste aussi à faire partager une culture de pays, à connaître les bonnes adresses, les routes pittoresques, les points de vue panoramiques, les bons produits gourmands du terroir, les "personnages" intéressant à rencontrer, les animations, les services, les randonnées... Les vignerons indiqueront aux visiteurs leurs coups de cœur et mettront en place des partenariats avec les campings (membres du GHPA) pour l'organisation de marchés de terroirs et de "pot de bienvenue". De plus, le vigneron doit s'engager à proposer un rendez-vous dégustation à jour et heure fixe chaque semaine. Il pourra aussi participer à la mise en avant de la culture festive du territoire en proposant chaque année au comité de pilotage des propositions d'animations.

Les informations touristiques et pratiques devront être mises à disposition de la clientèle.

Ce type de discours est le mieux compris et apprécié dans notre société. C'est l'esprit, l'identité de toute une région qui se construit au fur et à mesure de la discussion.

Il peut être produit et compris sans connaissances techniques spécifiques. Le vin qui est sur la table peut donc facilement être relié à des références culturelles de sa région, identifié et aisément visitable, ce qui est le but recherché.

✓ **Un discours santé et environnement**. La santé est le critère le plus important pour notre société. Le vigneron grâce aux "effets" bénéfiques du vin a une carte à jouer exceptionnelle. Encore faut-il qu'il délivre le bon message au bon moment. Si les facteurs de risques égaux, les français ont moins de maladies cardio-vasculaires que la plupart des occidentaux, c'est entre autre, grâce à leur consommation de vin rouge et à un composé aussi précieux pour nos artères que pour la vigne: le resveratrol.

L'espace enfant :

C'est un lieu dédié aux enfants, adapté, ludique et pédagogique (table, chaise, BD, jeux, jus de raisin...).

La thématique du vigneron

La clientèle apprécie de découvrir un thème original dans les caveaux qui facilitent sa communication et son attractivité.

L'idée est de proposer dans les différents caveaux Tourisme de Terroir des thèmes différents qui font de chaque caveau un véritable lieu d'intérêt touristique autour du vin.

L'espace produit du terroir

Les clientèles recherchent des lieux qui offrent une palette des offres gourmandes du pays. Le caveau doit proposer une véritable gamme de produits.

Pour "Tourisme de Terroir en Vignoble Gaillacois"

Fait à Le.....

Jean Marie BEZIOS
*Président du Syndicat
des AOC Gaillac*

Paul SALVADOR
*Président du Pays du
Vignoble Gaillacois,
Bastides et Val Dadou*

Jean Marie FABRE
*Président du Comité
Départemental du
Tourisme du Tarn*

Pour le prestataire:

Je soussigné(e), M., m'engage à :

- Respecter les dispositions de la charte « Tourisme de Terroir® » : développer la qualité, les services et l'accueil pour devenir ambassadeur du Vignoble Gaillacois,
- Recevoir le ou les représentants du Comité d'Attribution de la Marque « Tourisme de Terroir® » et accepter les remarques et les conclusions qui en découlent,
- Appliquer les préconisations qui me sont faites, dans les 3 années suivant mon adhésion au programme, pour mettre à niveau mon établissement selon la charte "Tourisme de Terroir®" de ma filière.

Fait à Le

Signature et cachet de l'entreprise
(précédés de la mention " lu et approuvé ")