

Table des matières

Introduction

| | |
|---|----|
| Quelles stratégies œnotouristiques adoptent les vignobles méconnus pour mettre en désir leurs territoires ? | 11 |
|---|----|

Partie 1 / Mise en désir des territoires par l'œnotourisme

| | |
|-------------------------|----|
| Chapitre 1 | 17 |
|-------------------------|----|

Panorama des approches de l'œnotourisme

| | |
|---|----|
| L'œnotourisme dans le marché international du vin | 17 |
| Essai de définition de l'œnotourisme | 19 |

| | |
|-------------------------|----|
| Chapitre 2 | 23 |
|-------------------------|----|

L'œnotourisme : un tourisme hédoniste

| | |
|------------------------------------|----|
| L'altérité des lieux | 23 |
| La rupture de la temporalité | 27 |
| La recherche d'un hédonisme | 28 |

| | |
|-------------------------|----|
| Chapitre 3 | 31 |
|-------------------------|----|

Le paysage : facteur d'attractivité pour l'œnotourisme

| | |
|--|----|
| Paysage et tourisme, des relations contingentes et nécessaires | 31 |
| La mise en tourisme des vignobles | 38 |
| L'artificialisation des vignobles, par et pour l'œnotourisme | 39 |

| | |
|-------------------------|----|
| Chapitre 4 | 45 |
|-------------------------|----|

Comprendre le processus de mise en désir des territoires par l'œnotourisme

| | |
|--|----|
| Le processus de la mise en désir | 45 |
| Objectifs et hypothèses d'une recherche sur la mise en désir des territoires par l'œnotourisme | 48 |

Partie 2 / Points d'observation et terrains de recherche

| | |
|---|----|
| Chapitre 5 | 59 |
| Les terrains de recherche | |
| Proximité et similitudes des terrains observés | 60 |
| Chapitre 6 | 63 |
| Le vignoble de Gaillac | |
| Présentation du vignoble | 63 |
| Terroirs et paysages du Gaillacois..... | 67 |
| Les vins de Gaillac | 69 |
| Le tourisme en Gaillacois..... | 71 |
| Chapitre 7 | 73 |
| Le vignoble du Languedoc | |
| Présentation sommaire du vignoble du Languedoc..... | 73 |
| Paysages du Languedoc..... | 74 |
| Les vins du Languedoc | 77 |
| Le tourisme en Languedoc | 78 |
| Chapitre 8 | 81 |
| Le vignoble de l'Empordà | |
| Présentation du vignoble | 81 |
| Paysages de l'Empordà..... | 82 |
| Les vins de la DO Empordà et leur positionnement..... | 83 |
| Le tourisme en Empordà..... | 84 |

Partie 3 / La construction d'une destination œnotouristique

| | |
|--|-----|
| Chapitre 9 | 93 |
| De la visite-dégustation à la destination œnotouristique | |
| La visite-dégustation ou la « monade » de l'œnotourisme | 94 |
| L'expérience œnotouristique : de la visite-dégustation au produit touristique expérientiel..... | 99 |
| Les destinations œnotouristiques | 102 |
| Chapitre 10 | 109 |
| Les expériences de destinations « intra » et « supra » appellations | |
| Vignobles & Découvertes® : | |
| des destinations œnotouristiques intra-appellation..... | 110 |
| L'Itinéraire culturel européen « Iter Vitis, les chemins de la vigne », une destination européenne supra-appellation..... | 114 |
| Synthèse | 118 |

Partie 4 / Les conditions de l'attractivité d'une destination œnotouristique

| | |
|--|---------|
| Chapitre 11 | 127 |
| La créativité des opérateurs individuels au service de l'attractivité d'un territoire | |
| Activités de pleine nature | 128 |
| Activités culturelles..... | 131 |
| Activités gourmandes | 138 |
| Autres activités..... | 143 |
| Synthèse | 147 |
| Chapitre 12 | 149 |
| Les démarches collectives motrices de l'attractivité territoriale | |
| Les activités itinérantes de l'œnotourisme..... | 151 |
| Les activités festives de l'œnotourisme | 158 |
| Sites de visite..... | 168 |
| La structuration touristique | 174 |
| Synthèse | 178 |
| Chapitre 13 | 183 |
| Entre patrimonialisation et médiation culturelle, la destination œnotouristique remodèle l'attractivité d'un territoire | |
| L'œnotourisme culturel..... | 185 |
| L'œnotourisme patrimonial..... | 189 |
| Le risque de disneylandisation et/ou de muséification des territoires œnotouristiques..... | 193 |
| Synthèse | 197 |
| Conclusion générale | 201 |
| * * * | |
| Bibliographie..... | 207 |
| Table des illustrations..... | 223 |
| Liste des acronymes utilisés | 225 |