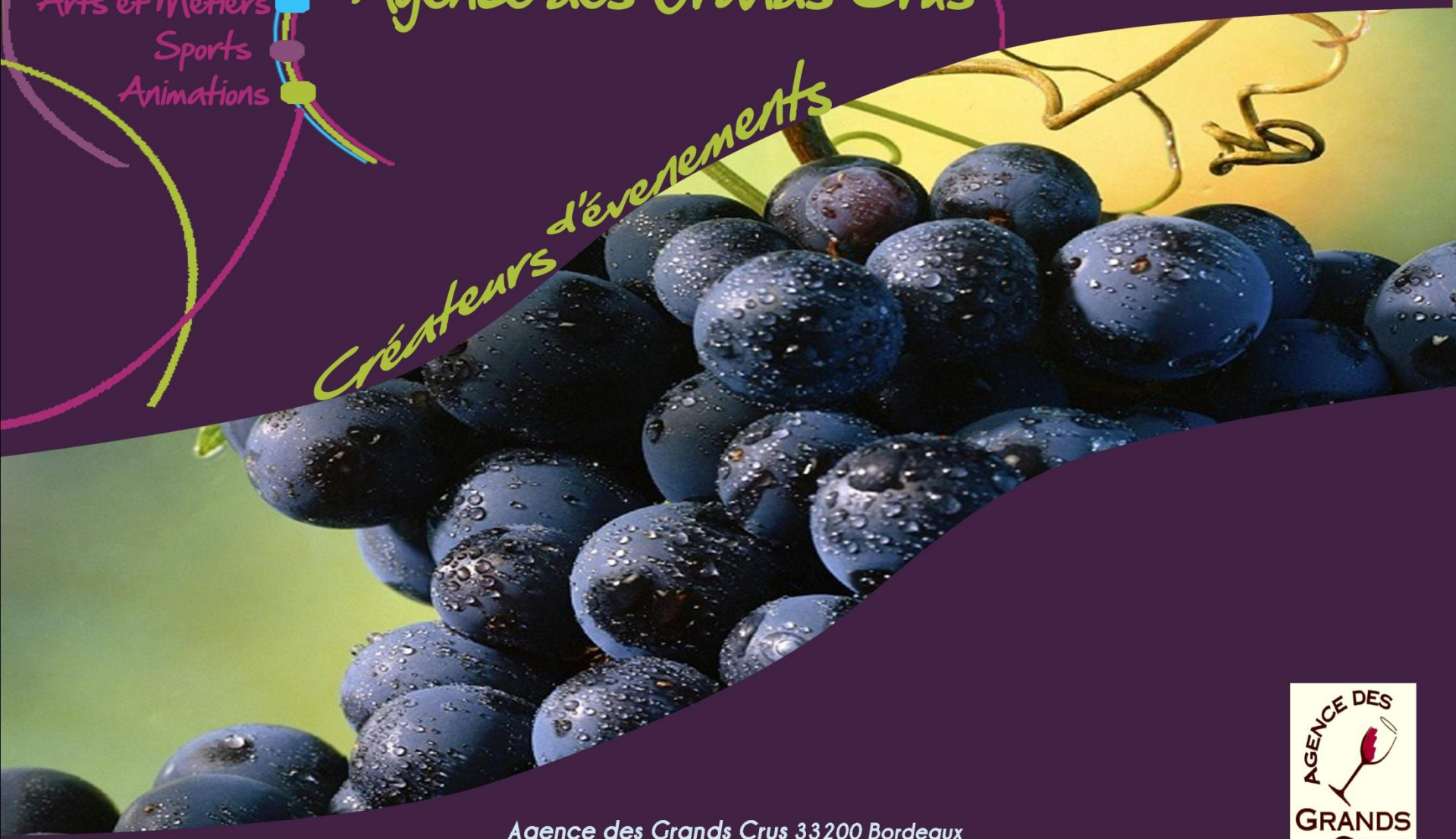
Vin
Gastronomie
Patrimoine
Arts et Métiers
Sports
Animations

Agence des Grands Crus

Créateurs d'événements



Agence des Grands Crus 33200 Bordeaux
TEL : + (33) 05.57.22.16.31 FAX : + (33) 05.57.22.19.24
E-mail : agencedesgrandscrus@orange.fr Site Internet : www.agence-des-grands-crus.com

AGENCE DES GRANDS CRUS

ADGC, agence réceptive tournée vers l'oenotourisme

L'Agence des Grands Crus est spécialisée depuis plus de 10 ans, dans l'organisation de séjours et d'évènements liés au tourisme d'affaires.

- INCENTIVE
- SEMINAIRE
- TEAMBULDING
- CONGRES
- CONVENTION
- VOYAGES D'ETUDES…

Nous intervenons sur plusieurs villes et régions :

- **FRANCE : Bordeaux, Périgord, Pays Basque, Cognac, La Rochelle, Bourgogne, Paris, Toulouse, Pau**
- **ESPAGNE : San Sebastien, Logroño (Rioja)**
- **PORTUGAL : Porto (vinho verde, vinho Douro)**

Nous mettons à disposition une palette d' activités originales et variées classés par thèmes : VIN, GASTRONOMIE,PATRIMOINE NATUREL ET ARCHITECTURAL, ARTS ET METIERS,SPORT ET ACTIVITES LUDIQUES, ANIMATIONS DIVERSES...

Et nous assurons également l'ensemble de la logistique (TRANSPORT, HEBERGEMENT.....)

ADGC, agence réceptive tournée vers l'oenotourisme

Sandrine Lignac (directrice associée)

-10 ans d'expérience en cabinet d'expertise comptable,
-10 ans à la direction de l'agence des grands crus
- En charge de la création de concepts et de la supervision de tous les dossiers depuis leur conception jusqu'à leur réalisation.
- Co-fondatrice de la Sarl Cali Consultant
- Consulting en Oenotourisme

Marc Cabanas (gérant associé)

-Dégustateur de vins depuis près de 20 ans,
-Intervenant dans le cadre des animations oenologiques de l'agence.
- Co-fondateur de la Sarl Cali Consultant - Consulting en Oenotourisme

Cécile Bonin (chef de projet)

-Diplômée d'école de commerce et de l'ESTHUA d'Angers en Master Management de Produits Touristiques
-Forte de différentes expériences à l'étranger (Royaume-Uni, Mexique et États-unis)
-En charge de la conception et du suivi des programmes jusqu'à leur réalisation.

Oenotourisme

« Par oenotourisme, on entend désigner toutes les activités touristiques, de loisirs et de temps libre, dédiées à la découverte et à la jouissance culturelle et oenophile de la vigne, du vin et de son terroir ». Il s'agit donc bien d'organiser et d'animer des activités liées à la découverte d'un vignoble et de ses vins, dans un environnement touristique – culturel – social et économique.

L'activité oenotouristique devenue incontournable dans toute région viticole, rassemble l'offre des acteurs des 2 filières : viti-vinicole et touristique, dépendantes l'une de l'autre suivant des intérêts économiques et d'image qui ne peuvent qu'être partagés. Les 2 filières ne peuvent évoluer indépendamment pour développer leur visibilité.

Le marché oenotouristique est d'une grande diversité si l'on considère l'ensemble des publics se rendant sur des sites viti-vinicoles en y consommant des prestations à la fois œnologiques et touristiques plus ou moins en lien avec le vin.

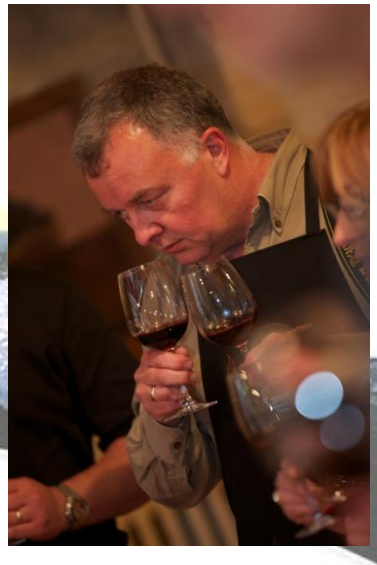
Oenotourisme

On recense 9 types de prestations oenotouristiques :

1. routes des vins
2. sentiers et chemins de randonnées viticoles
3. circuits ou séjours organisés dans le vignoble
4. stages d'oenologie
5. visites et autres prestations des exploitations viticoles
6. musées, écomusées du vin
7. maisons du vin
8. fêtes et festivals
9. salons professionnels, foires au vin locales, ventes aux enchères.

Nos activités Oenotouristiques

- Visites des propriétés viticoles à thèmes
- Initiations à la dégustation à thèmes
- Rallyes touristiques et incentives
- Ateliers Œnologiques
- Animations au cours de repas
  - Bars à vin
  - Animations Jeux concours de table à table
  - Commentaires des vins servis
  - Casino du vin….



Les manques de l'offre oenotouristique

Du point de vue de la demande :

La demande principale des visiteurs des vignobles dépend de leur « imaginaire » et/ou de leur définition personnels du vin :

- **Le vin est un produit qui s'appréhende avec ses sens (« Epicuriens »)**
- **Le vin est le fruit de secrets (de mythes ???), de traditions… (« Explorateurs »)**
- **Le vin est le cœur d'une culture (« Classiques »)**
- **Le vin est la résultante d'un processus scientifique, technique et technologique (« Experts »)**

Le vin est tout cela a la fois !!!

Les manques de l'offre oenotouristique

Du point de vue de l'offre :

Le rapport du 02/04/2007 pointait les difficultés suivantes en matière de cohérence de l'offre oenotouristique :

- **Difficulté à définir les concepts traduisant l'offre caractéristique d'un vignoble c'est-à-dire la difficulté à définir les « emblèmes » qui font sens dans l'esprit du visiteur et constituent les accroches d'un séjour ;**

- **Difficulté à définir le périmètre du processus identitaire : quel territoire ? Quelles caractéristiques ? Quelles dénominations de référence ? Quelles règles de garantie…?**

Le vin est tout a la fois une « culture » mais aussi un élément indissociable d'une culture locale

Propositions générales

La définition d'un socle culturel commun des vignobles Bordelais et déclinable en autant de territoires viticoles pertinents.

Ce qui implique préalablement le recensement des critères d'identification de cette culture :

- **Histoire**
- **Géographie/paysages : fleuve, plateau, croupes…**
- **Climatologie**
- **Patrimoine architectural**
- **Alimentation/Gastronomie**
- **Fête…**

Propositions générales

La définition des moyens de sa valorisation en partant des moyens existants :

- **Centre(s) d' « interprétation »**
- **Routes et sentiers**
- **Contes et légendes**
- **Maillage d'écomusées, de propriétés viticoles, de lieux d'expositions…dont les fonds de collection auront fait l'objet d'une mise en perspective (mise en réseau) les uns avec les autres…**
- **Animations…**