

« Vignobles et découvertes » : la belle cuvée de l'Office Grand Carcassonne

L'Office Grand Carcassonne porte, depuis quatre ans, le label « Vignobles et découvertes » délivré par Atout France. 70 professionnels sont associés à ce label. Un travail récompensé par le renouvellement du label pour trois ans.

La renommée de Carcassonne et son territoire repose sur ses deux stars que sont la Cité et le Canal du Midi ! Depuis cinq ans avec la création de l'Office de Tourisme Grand Carcassonne, ce territoire à la fois sauvage et identitaire se fait aussi connaître pour sa vocation pleine nature et l'œnotourisme.

Le travail de fonds de l'Office, réalisé auprès des professionnels du tourisme paye.



Grand Carcassonne, ses 7 AOP et ses IGP est désormais une destination œnotouristique de plus en plus connue pour ces séjours clef en main.

« Grand Carcassonne dans la cour des grands »

La preuve ! En mars, après avoir présenté le bilan de quatre ans d'actions dans le domaine de l'œnotourisme, la destination a été renouvelée par Atout France et le conseil

supérieur de l'œnotourisme pour trois ans avec le label « Vignobles et découvertes ». Une marque aujourd'hui reconnue, qui permet à Grand Carcassonne de proposer son offre aux côtés des prestigieux Bordelais, Bourgogne

ou encore Champagne. « Grand Carcassonne joue dans la cour des grands. Le jury nous a attribué ses félicitations, se réjouit Sophie Bonzom. La force de l'Office, c'est d'être compétente sur l'accueil, la promotion et la coordination. Nous sommes un metteur en scène du territoire. » « Vignobles et découvertes », c'est l'assurance pour les touristes amateurs de vins de trouver une offre de produits (restaurations, visites, dégustations...) variés et de séjours à la carte et

Un réseau de 70 professionnels

Aujourd'hui, « Vignobles et découvertes », ce sont 90 offres pour 70 professionnels qui représentent les six appellations protégées et les IGP. Tous ces professionnels engagés ; caveaux, hébergements, restaurations, activités de loisirs, animations répondent à la fois à un cahier des charges et surtout sont mobilisés. Cela se traduit d'abord par les balades vigneronnes au nombre de 30 dates cette année. Des balades à réserver sur le site de l'Office (*), encore à la baguette pour la création de séjours ; de l'offre familiale d'autres plus VIP.

(*) grand-carcassonne-tourisme.fr

LE CHIFFRE

60

C'est le nombre de randonnées répertoriées sur l'appli Rando Grand Carcassonne (Android ou Apple store). Sous l'impulsion de l'Office et du service randonnée de Carcassonne Agglo, 83 sentiers ont été aménagés et entretenus, et 70 sont à consulter sur le site rando.grand-carcassonne-tourisme.fr ou l'application. Pour chaque sentier, les randonneurs retrouvent la distance, le niveau de difficulté, la durée du parcours et nombre infos pratiques.

INTERVIEW « La saison devrait être très bonne »



Sophie Cabié Bonzom, directrice de l'Office de tourisme Grand Carcassonne

Comment se présente la saison ?

La saison devrait être très bonne. Il existe un vrai besoin de s'oxygéner de la part des français. Ils seront très présents cette année encore, les réservations le confirment. A l'Office, nous avons aussi déjà constaté le retour de la clientèle étrangère, notamment d'américains et de canadiens.

Quels sont les atouts que l'Office met en avant ?

Parmi les destinations privilégiées, les sites classés à l'Unesco sont en bonne place. Le territoire de Carcassonne bénéficie de cette notoriété. Depuis cinq ans, notre travail a consisté à raccrocher les wagons pleine nature, gastronomie, œnotourisme aux locomotives que sont la Cité et le canal. Ici, nous offrons un terroir préservé et identitaire.

Quels sont vos coups de cœur pour cette saison ?

Parmi les nouveautés, je peux citer la vino spéléologie proposée par le Gouffre de Cabrespine. Je citerai aussi les sorties nature proposées par Laura, du « Chant des grenouilles » et celles d'Aude d'« Esprittélurique » ; du yoga en pleine nature.

Des vigneronnes en force à la fashion week du château Comtal

La première fashion week historique s'est déroulée les 4 et 5 juin dans la cour d'honneur du château Comtal. Quatre troupes pour quatre époques des étoffes de la mode gallo-romaine aux dentelles du début du XX^e. Un événement, voulu par Christophe Varennes, administrateur du château et des remparts

et mis en scène par son équipe. Un vrai succès qui devrait appeler d'autres éditions. L'Office était partenaire de l'événement et a mobilisé sept vigneronnes pour les sept appellations et IGP du territoire. Une première aussi qui a permis d'associer « Vignobles et découvertes » à un monument historique.



Grand Carcassonne à l'heure du Grand rendez-vous

Les Assises du Tourisme du Grand Carcassonne se sont tenues, le 17 juin au théâtre Na Loba de Pennautier devant une centaine de professionnels. L'occasion de confirmer la force d'une stratégie de réseau et d'un tourisme durable d'expérience.

L'Office de Tourisme Grand Carcassonne a tenu, le 16 juin à Pennautier ses Assises, « Le Grand Rendez-Vous ». Un temps fort pour « prendre de la hauteur sur les grands enjeux et informer les professionnels des actions menées par l'Office et les grandes tendances », comme le résume la directrice de l'Office, Sophie Bonzom.

Une centaine de professionnels avaient répondu présents : des hébergeurs, des vigneronnes, des créateurs d'activités en passant par des élus de l'Agglo et des témoins. Tous ont pu notamment découvrir les futures tendances présentées par Didier Arino du cabinet Protourisme.



Le Grand Rendez-Vous a confirmé qu'en tourisme comme au rugby, il faut jouer collectif.

La force du réseau. Depuis 5 ans, l'Office suit sa stratégie de changement d'image de la destination et communique sur les autres atouts du territoire. Un espace pleine nature et une vraie destination en

œnotourisme. Pour atteindre cet objectif, la force du réseau construit avec les partenaires et les professionnels est essentielle. L'Office a multiplié les rendez-vous, les animations et les formations !

Des séjours d'expériences.

Fini les vacances passives, serviette sur la plage pendant quinze jours, les vacanciers veulent vivre des expériences. Certains professionnels l'ont

compris et proposent déjà à leurs clients des activités avec d'autres acteurs locaux. Les balades vigneronnes en sont une belle illustration. Et c'est une voie à suivre.

Tourisme durable et vertueux.

Protourisme confirme aussi la tendance du retour à un tourisme local pour les Français. Un phénomène lié à la volonté de limiter les transports (avion, long trajets...) doublé par un désir de tourisme durable auprès de professionnels écoresponsables. Le Comité régional du tourisme a d'ailleurs présenté les aides financières de la Région afin de proposer un tourisme « plus vertueux ».