

FICHE CONSEIL

QU'EST-CE QUE LE TOURISME GASTRONOMIQUE ?

Symbole de notre art de vivre, la gastronomie française jouit d'une incontestable renommée mondiale. Le repas gastronomique des Français est d'ailleurs inscrit au Patrimoine mondial de l'UNESCO.

Elle doit cette réputation favorable au savoir-faire incomparable des professionnels, agriculteurs, éleveurs, producteurs, restaurateurs et à ses nombreux chefs étoilés



de toutes les régions de France. La Bourgogne, et particulièrement la Côte-d'Or, se distinguent également par la qualité de leur gastronomie, qui représente un attrait considérable pour développer l'activité touristique.

La gastronomie est souvent assimilée à la restauration sous ses différentes formes : gastronomique, traditionnelle, rapide, à thème (crêperies, pizzeria, sushi, etc.), brasseries, bistros, etc. Mais le domaine comprend également l'œnologie, les salons de thé, les cafés-bars... ainsi que les produits du terroir qui sont directement liés à la gastronomie, en particulier en France. Ils incluent à la fois les produits fermiers mais aussi les spécialités des artisans des métiers de bouche.

La popularité du tourisme gastronomique et du tourisme lié aux produits du terroir n'est plus à prouver: sites internet, blogs, magazines, émissions télévisées, etc.

A la recherche de qualité à la fois dans l'origine des aliments mais aussi dans leur préparation, les touristes sont 8 sur 10 à choisir leur destination de vacances en fonction de la cuisine locale.

Les relations entre tourisme, gastronomie et produits du terroir sont étroites. Le repas et ses éléments renforcent, dans le voyage ou le séjour, le processus d'identification et

de distanciation. Au retour de vacances, acheter et ramener chez soi des produits locaux prolonge et renforce le voyage et le souvenir de l'expérience touristique.

Le tourisme gastronomique est avant tout un marqueur d'image et un produit d'appel. Il permet de rendre aux productions



CHIFFRES CLÉS

1/ 87 milliards d'euros de chiffre d'affaires pour les métiers de la restauration.

2/ Part des dépenses des touristes : **13,5 %**.

3/ Le 5^{ème} secteur pourvoyeur d'emplois en France.

Source : www.economie.gouv.fr (2016)

GASTRONOMIE

- QU'EST-CE QUE LE TOURISME GASTRONOMIQUE ? -

locales les qualités intrinsèques qui font souvent leur identité d'un territoire, sans être pour autant toujours rentables. L'expérience culinaire est un faire-valoir des ressources singulières d'une région et de son cadre d'expression. Le visiteur retient bien mieux ce qu'il a goûté que ce qu'il a entendu...

REUSSIR VOTRE PROJET

Pour proposer une offre adaptée à votre cible, voici les principales composantes à prendre en compte :

CONNAÎTRE LES ATTENTES DE VOTRE CLIENTÈLE

Un projet quel qu'il soit, doit correspondre à une attente, rencontrer une demande. Il faut monter votre projet touristique en sachant à quel type de clientèle vous souhaitez vous adresser. La définition de la cible est d'autant plus complexe que le consommateur hypermoderne est exigeant et les attentes multiples et difficiles à cerner.

METTRE L'ACCENT SUR UN AXE OU UN THÈME PARTICULIER

Pour valoriser votre offre gastronomique, il peut être judicieux de mettre l'accent sur une thématique particulière, une ambiance, un design soigné ou encore de proposer des menus régionaux avec des produits du terroir local. Chaque établissement peut choisir de privilégier un axe selon la clientèle ciblée mais aussi en fonction de la personnalité du restaurateur. L'attractivité d'un lieu de restauration ne passe pas uniquement par le contenu de l'assiette.

S'INTÉRESSER AU COURT SÉJOUR

Les courts séjours (moins de 4 nuits) représentent un créneau porteur en Côte-d'Or puisque le département se situe entre Paris et Lyon (moins de 3h de trajet), deux bassins de clientèles parmi les plus importants de France.

La Côte-d'Or peut constituer l'occasion d'escapades gourmandes, le temps d'un week-end ou encore d'un mid-week (départs décalés en semaine pour profiter de la destination en dehors des périodes les plus chargées).

Les perspectives de ce type de séjour sont grandes grâce à la réduction du temps de travail, au développement des transports, à la mobilité accrue, etc. La vie s'accélère et l'envie de multiplier les « breaks » est prégnante. On part plus

souvent mais moins longtemps. La découverte de la gastronomie et des produits du terroir sont des activités particulièrement adaptées.

Ainsi, le marché des courts séjours sur ces thèmes est intéressant à développer. S'il existe des offres de courts séjours autour du vin et de la gastronomie, le plus souvent ce sont davantage des dégustations ou des balades que des séjours. Il pourrait être pertinent de densifier et d'approfondir cette idée de court séjour avec par exemple la mise en place de forfaits tout compris pour des week-ends gourmands, de découverte de la gastronomie côte-d'orienne. Les cours de cuisine, très en vogue, pourraient être inclus dans ces packages.

IMMATRICULATIONS

Attention : si vous commercialisez des prestations dont vous n'êtes pas le producteur, si vous proposez des forfaits (packages) ou des prestations liées, informez-vous sur votre obligation d'immatriculation

► Pour en savoir plus : www.atout-france.fr

LES CIRCUITS LOCAUX EN CÔTE-D'OR

LES CIRCUITS LOCAUX EN CÔTE-D'OR

Bienvenue à la ferme

et les marchés de producteurs

La Chambre d'agriculture 21 s'appuie sur la marque Bienvenue à la ferme et les Marchés de Producteurs pour faire découvrir l'offre des agriculteurs désireux de valoriser leur métier et leurs productions aux yeux des clients en quête d'un retour à la nature, de produits alimentaires de qualité et de relations de proximité. Les producteurs adhérents respectent des chartes qualité garantissant les techniques de production et de transformation des produits de leur ferme.

La vente directe peut prendre plusieurs formes :

- Vente à la ferme avec la cueillette et les magasins à la ferme,
- Marchés et salons de producteurs de pays,
- Magasins de producteurs et/ou points de vente collectifs,
- Vente à distance par internet et/ou par correspondance,
- Paniers fraîcheurs distribués dans les gares,
- Drives fermiers avec le retrait de commandes (numériques) dans des points « drive »,

► Pour en savoir plus : www.chambres-agriculture.fr

GASTRONOMIE

- QU'EST-CE QUE LE TOURISME GASTRONOMIQUE ? -

Vive la Bourgogne

Cette association a été créée dans le but de promouvoir de manière collective les produits du terroir bourguignon. Elle regroupe à ce jour une vingtaine d'entreprises agroalimentaires bourguignonnes dont 17 situées en Côte-d'Or. Parmi celles-ci, on retrouve Veuve Ambal, la fabrique d'anis de Flavigny, Bourgogne Escargots...

► Pour en savoir plus : www.vivelabourgogne-franchemonte.fr

Les productions « Auxois naturellement »

Cette démarche répond à la volonté du Pays de l'Auxois Morvan de valoriser les productions du territoire intégrant une dimension durable, dans le cadre des circuits courts. Plus d'une vingtaine de producteurs y participent (bières artisanales, confitures, légumes, fromages, jus de fruits, miel, ...).

► Pour en savoir plus : www.producteurs-auxois.fr

Les produits Marque « Parc »

Les parcs naturels régionaux peuvent signer des produits, services ou savoir-faire d'un logo propriété du Ministère de l'environnement et du développement durable. Il indique que ces derniers sont issus d'activités respectant l'environnement, la dimension humaine et le territoire vivant. Les professionnels s'engagent à travers une charte à respecter les valeurs de la Marque Parc déclinées pour chaque produit, service ou savoir-faire. Sur le territoire du Parc naturel régional du Morvan, treize produits ont obtenu la marque. Les producteurs marqués « Parc » sont réunis au sein de l'association Morvan Terroirs pour assurer la promotion et la commercialisation de leurs productions.

► Pour en savoir plus : www.parc dumorvan.org

LES INITIATIVES DE VALORISATION

Accueil Paysan

Créée en 2006, cette association affiliée à la Fédération Nationale Accueil Paysan a pour principal objectif de maintenir un tissu rural vivant par la mise en place d'activités d'accueil basées sur la découverte du milieu rural et la qualité des échanges avec les consommateurs.

Il s'agit d'un groupement de paysans et d'acteurs ruraux qui souhaitent promouvoir une agriculture paysanne et un tourisme durable qui leur permettent de vivre décemment là où ils sont.

Il propose ainsi une offre d'hébergement, de res-

tauration, de visites au sein de fermes et habitats ruraux respectant un cahier des charges rigoureux et une charte éthique

Parmi les prestations labellissables figurent les Tables et Auberges d'accueil Paysan et les Produits Paysans.

En 2019, 28 structures sont membres d'Accueil Paysan Bourgogne dont 3 en Côte-d'Or.

► Pour en savoir plus : www.accueil-paysan.com

L'association Charolais de Bourgogne

Certifiée IGP depuis 2017, cette association regroupe plus de 1 700 éleveurs bourguignons adhérents qui répondent à un cahier des charges commun pour répondre à des objectifs de qualité. La marque « Charolais de Bourgogne » garantit un produit identifié, tracé, de qualité et d'origine 100 % Bourgogne.

► Pour en savoir plus : www.charolaisdebourgogne.org

Gastronomie et Promotion des Produits Régionaux Bourgogne-Franche-Comté

Avec plus de 220 produits sous signe officiel de qualité, la Bourgogne Franche-Comté ne manque pas de saveurs à découvrir !

Promouvoir les richesses agroalimentaires de la région, c'est la mission du comité «Gastronomie et Promotion des Produits Régionaux», un outil au service des filières et acteurs de l'agroalimentaire régional.

De la fourche à la fourchette, le GPPR est le porteur des filières agroalimentaires de Bourgogne Franche-Comté auprès du grand public et des prescripteurs.

► Pour en savoir plus : www.produitsgourmands-bfc.fr

Le Goût d'ici Made in Pays Beaunois

Cette association d'une vingtaine d'éleveurs, née en 2011, a pour volonté de proposer de la viande de qualité 100% locale. Le producteur s'assure que ses animaux soient nés, élevés et abattus dans un rayon de 50km autour de Beaune. En plein air, leurs bovins sont nourris de l'herbe de leurs prairies et des céréales de leurs exploitations garanties sans OGM.

La démarche permet de revitaliser la rentabilité des petits producteurs, et ainsi de maintenir une activité économique vitale à la préservation de la diversité des paysages (prairies, bocages, etc.) et des villages ruraux menacés d'exode.

► Pour en savoir plus : www.paysbeaunois.org

GASTRONOMIE

- QU'EST-CE QUE LE TOURISME GASTRONOMIQUE ? -

LA QUALITÉ DES PRODUITS DU TERROIR

Les labels et appellations garantissant la qualité des produits du terroir (possibilité de détenir un label à la fois Français et Européen) :

Au niveau européen

- L'AOP (Appellation d'Origine Protégée), équivalent européen de l'AOC, protège le nom d'un produit dans tous les pays de l'Union européenne (ex. Roquefort, Epoisses, etc.)
- L'IGP (Indication Géographique Protégée) a été créée dans le cadre de la politique européenne de qualité concernant les produits agricoles et alimentaires (ex. le jambon de Bayonne, la volaille de Bourgogne etc.)
- STG (Spécialité traditionnelle garantie) fait référence à la composition d'un produit, à son mode de production ou de transformation de façon traditionnelle.
- Le Label Bio Européen est une réglementation européenne qui précise notamment les principes de production, d'élevage, de préparation, de distribution et d'importation, les listes positives de produits, additifs et auxiliaires utilisables, les principes de contrôle, de certification, de sanction et d'étiquetage.

Au niveau français

- L'AOC (Appellation d'Origine Contrôlée) : désigne un produit dont toutes les étapes de fabrication sont réalisées selon un savoir-faire reconnu dans une même zone géographique, qui donne ses caractéristiques au produit (ex. le Cantal, la Volaille de Bresse, etc.)
 - Le Label Rouge est l'unique signe officiel qui garantit une qualité supérieure à celle des produits courants de même nature (ex. les Volailles de Loué, etc.)
 - AB (Agriculture Biologique) garantit à la fois un aliment composé à 100% d'ingrédients issus du mode de production biologique ou au moins 95% de produits agricoles biologiques dans le cas des produits transformés.
 - «Nos régions ont du talent», «Reflets de France»: ce label, attestant d'un soin particulier apporté à un produit, met en partenariat les producteurs et les distributeurs.
 - Max Havelaar est une association de solidarité internationale.
- Pour en savoir plus sur les différents labels, consultez le site de l'Institut national de l'origine et de la qualité : www.inao.gouv.fr

LES TENDANCES

Le pique-nique

Le pique-nique revient à la mode et pour l'occasion, les produits du terroir s'invitent dans les paniers des plus gourmands. Finis les pique-niques à la va vite avec le traditionnel sandwich jambon-beurre. Désormais, la tendance est aux pique-niques travaillés et originaux. De nombreuses épiceries fines ont d'ailleurs commencé à proposer à leurs clients des paniers préparés pour l'occasion comprenant de bons produits de nos régions. En Bourgogne, retrouver les « Fantastic Picnic » en septembre. Un bon moyen pour profiter d'un déjeuner en plein air aux délicieuses saveurs bourguignonnes.

Le mouvement slow food

Slow Food, association fondée à Paris en 1989, aide les producteurs-artisans de l'agroalimentaire et encourage les initiatives de solidarité dans le domaine alimentaire. Elle cultive plusieurs objectifs dont entre autres l'opposition aux effets dégradants de la culture fast-food et la sauvegarde et la promotion d'une conscience publique des traditions culinaires.

► Pour en savoir plus : www.slowfood.fr

Le foodsurfing

Après le couchsurfing, le foodsurfing a récemment fait son apparition. Le principe : après inscription sur l'un des sites Internet (comme viensmangeral maison.fr, cookening, etc.), le food surfer est invité à découvrir l'univers culinaire d'un inconnu, qui pourra lui demander une participation aux frais du repas.

Le foodsurfing est idéal pour favoriser la rencontre et le partage dans un environnement convivial.

GOÛT DE FRANCE

Instaurée pour la première fois en 2011, la Fête de la Gastronomie se tient depuis 2019 en mars durant trois jours. Les Français sont invités à descendre dans les rues pour participer aux multiples événements organisés autour du patrimoine culinaire. Cette fête nationale et internationale regroupe des projets et des initiatives à travers tout le territoire, sous la forme de banquets, de pique-niques, d'animations sur les marchés...

La 9^{ème} édition s'est tenue du 21 au 24 mars 2019 sur le thème de « La cuisine responsable ».

► Pour en savoir plus : www.fete-gastronomie.fr

LIENS UTILES

Côte-d'Or Tourisme
www.pro.cotedor-tourisme.com

Facebook pro
www.facebook.com/cotedortourismepro

Bilan statistique
www.pro.cotedor-tourisme.com/etudes-marches

Décibelles Data
www.pro.cotedor-tourisme.com/decibelles-data