

TERROIRS DE LOIRE

CHARTRE 2010

**Comité Départemental du Tourisme
Cœur Val de Loire**

Contact *Terroirs de Loire*

Anne-Laure BEDOUET

Tél. : 02 54 57 00 44

terroirs-de-loire@cdt41.com

Fax : 02 54 57 00 47

5 rue de la Voûte du Château

CS 4323

41043 Blois Cedex

www.coeur-val-de-loire.com

Cœur Val de Loire
LOIR-ET-CHER ♦ LOIRE VALLEY





PRESENTATION DE LA CHARTE

La tradition de la vigne est très ancienne en Loir-et-Cher puisqu'elle remonte au troisième siècle de notre ère. Quatre bassins viticoles associent aujourd'hui leur nom à de grandes appellations. On recense 6 AOC : **Touraine**, **Touraine-Mesland**, **Cheverny**, **Cour-Cheverny**, **Coteaux du Vendômois** et **Valençay**.

La notoriété de nos produits reste cependant faible. Pour pouvoir palier ce constat, un effort de communication touristique sur la qualité de l'offre et de l'accueil est indispensable.

La charte "Terroirs de Loire" a été élaborée en ce sens. Elle entend valoriser le département et ses producteurs en diffusant des informations sur l'offre terroir.

L'enjeu est double :

1. **Pour la filière touristique :**

- Diversifier l'offre touristique à travers la valorisation d'une offre terroir.
- Proposer à une clientèle intéressée une offre adaptée et structurée.

2. **Pour les producteurs :**

- Bénéficier des supports de communication du CDT.
- Stimuler les ventes.
- Valoriser l'image des produits.

Les critères de cette nouvelle charte ont été élaborés sur la base d'une démarche interrégionale qui vise à garantir une qualité d'accueil et à valoriser l'offre touristique viticole des caves du Val de Loire.

LES ENGAGEMENTS DU CDT

- Communiquer et informer les touristes de la qualité de l'offre des vignerons signataires de la charte (brochures diffusées sur les salons, relations presse sur les plans local, national et international).
- Promouvoir le réseau départemental sur le site Internet du CDT, notamment dans la rubrique "Les saveurs du Val de Loire".
- Effectuer un contrôle qualité.

LE MODE DE SUIVI DES ENGAGEMENTS

L'engagement dans une démarche collective nécessite la mise en place d'un contrôle régulier basé sur le respect des critères. Des visites seront effectuées à cet effet. En cas de non-respect de l'ensemble des critères, l'exploitant devra apporter des solutions pour rester membre du réseau.



**Les 9 critères obligatoires
 d'adhésion à la charte "Terroirs de Loire"**

1.	Faciliter l'accès à l'exploitation et au lieu d'accueil
2.	Garantir des horaires d'ouverture fixes en semaine et le week-end pour les visites
3.	Disposer de moyens de communication
4.	Disposer d'un lieu d'accueil propre, aménagé et sécurisé
5.	Offrir une qualité de prestation
6.	Offrir une dégustation gratuite et pédagogique
7.	Afficher toutes les informations en français et en anglais
8.	Proposer la vente à l'unité
9.	Faire partie intégrante du réseau

Critères obligatoires

1. Faciliter l'accès à l'exploitation et au lieu d'accueil	<ul style="list-style-type: none"> - Abords de l'exploitation propres, en bon état et ne présentant pas de danger pour l'accueil du public - Aire de stationnement à proximité accessible aux cars en cas d'accueil de groupe
2. Garantir des horaires d'ouverture fixes en semaine et le week-end pour les visites	<ul style="list-style-type: none"> - Garantir des horaires d'ouverture fixes en semaine et le week-end : <ul style="list-style-type: none"> • En basse saison : au moins 3 jours sur 7 à raison de 3 ½ journées (4 h) dont 1 à répartir le week-end • En haute saison : au moins 5 jours sur 7 à raison de 5 ½ journées (4 h) dont 1 à répartir le week-end. La saison s'étale du 1^{er} mai au 30 septembre et pendant les vacances de printemps
3. Disposer de moyens de communication	<ul style="list-style-type: none"> - Proposer des flyers avec, comme information minimum, la présentation de l'exploitation - Disposer d'un téléphone avec répondeur et d'un fax - Faciliter la prise de rendez-vous pour les groupes
4. Disposer d'un lieu d'accueil propre, aménagé et sécurisé	<ul style="list-style-type: none"> - Disposer d'un lieu dédié à l'accueil des visiteurs propre, aménagé et sécurisé pour recevoir au minimum 10 personnes avec des chaises pour une clientèle plus âgée - Mettre à disposition des toilettes et un point d'eau clairement signalés - Respecter les critères d'hygiène, de sécurité et de confort relatif à l'accueil de visiteurs - Mettre en place une décoration soignée en relation avec la vigne et le vin



5. Offrir une qualité de prestation	<ul style="list-style-type: none"> - Accueil personnalisé et chaleureux - Prestation offerte par une personne compétente en matière d'accueil, de vigne et de vin - Informations complémentaires fournies en fonction des attentes du visiteur
6. Offrir une dégustation gratuite et pédagogique	<ul style="list-style-type: none"> - Assurer la gratuité de la dégustation (possibilité de la rendre payante pour les groupes) - Proposer une dégustation pédagogique (informer le visiteur sur toutes les questions relatives au vignoble, au métier, au terroir, aux produits, etc.) - Les vins doivent être servis à température idéale (présence d'un réfrigérateur pour les blancs et les rosés) - Mettre à disposition un verre propre par personne, adapté à la dégustation, un crachoir et de l'eau - Respecter et rappeler les règles de consommation d'alcool (0,5 g.) et inviter les visiteurs à utiliser le crachoir à disposition
7. Afficher les informations en français et en anglais	<ul style="list-style-type: none"> - Afficher les horaires d'ouverture et périodes de fermeture à l'entrée de l'accueil - Afficher les tarifs des prestations et des produits de façon claire et précise, dans les espaces qui leur sont dédiés (lieu d'accueil, boutique, etc.) - Traduire ces informations au minimum en anglais
8. Proposer la vente à l'unité	<ul style="list-style-type: none"> - Conseiller le visiteur au moment de la vente - S'adapter aux quantités souhaitées par le visiteur - L'achat de vin ne doit en aucun cas être obligatoire
9. Faire partie intégrante du réseau	<ul style="list-style-type: none"> - Répondre, dans les délais requis, au questionnaire annuel de mise à jour d'information de l'établissement, envoyé par le CDT - Accepter les démarches d'évaluation (visites pour le contrôle du respect des critères de la charte) - Communiquer régulièrement toute nouvelle information au CDT - Fournir à InterLoire une estimation de la fréquentation touristique - Mettre, au minimum, à disposition du visiteur la brochure <i>Terroirs de Loire</i>, du Comité Départemental du Tourisme de Loir-et-Cher, la carte <i>Sur la Route des Vins de Loire</i> et le guide <i>Invitation dans le Vignoble de Loire</i> d'InterLoire.



Recommandations

L'aménagement	<ul style="list-style-type: none"> - Exploitation clairement indiquée de la route principale (s'informer auprès d'InterLoire) - Avoir des panneaux : au moins un à l'entrée du domaine qui informera le visiteur que l'exploitation est une "cave touristique" (Cf. proposition de kit d'InterLoire) - Avoir un fléchage et éventuellement un éclairage qui indiquent clairement l'entrée du caveau - Ne pas laisser de matériel agricole dans la cour - Pour le lieu dédié à l'accueil et/ou à la dégustation, compter environ 3 m² par personne pour une clientèle individuelle et 1 m² par personne pour une clientèle groupe
L'accueil et la visite	<ul style="list-style-type: none"> - Proposer, dans la mesure du possible, une visite effectuée par le viticulteur et de manière vivante et animée (découvertes, historique, anecdotes, etc.) - Mettre en valeur la production de l'exploitation - Disposer d'une documentation à jour sur l'exploitation en anglais - Pratiquer des langues étrangères : au moins l'anglais viticole - Pouvoir renseigner sur les principaux sites touristiques du territoire à l'aide d'une documentation départementale fournie par les Offices de Tourisme, les Syndicats de Pays et le CDT - Faciliter la mise en réseau des touristes avec d'autres prestataires
La dégustation	<ul style="list-style-type: none"> - Associer une visite à la dégustation apporte une valeur ajoutée à la prestation - Servir le vin dans des verres INAO et les rincer entre chaque vin - Proposer des dégustations associées à des produits locaux (vins et fromages, etc.) - Mettre à disposition les outils d'évaluation de la consommation d'alcool : "réglettes 0,5 g.", éthylo-tests, etc.
La vente	<ul style="list-style-type: none"> - Disposer d'un système de paiement par Carte Bancaire - Proposer des packagings pour la vente en adéquation avec les besoins de la clientèle (vente à l'unité, coffret, etc.) - Envisager l'expédition éventuelle des produits vendus
La communication	<ul style="list-style-type: none"> - Dès l'arrivée dans la cave, faciliter le contact avec le viticulteur ou une personne de l'accueil en cas d'absence (numéro de téléphone, interphone, etc.) - Indiquer les horaires d'ouverture sur le répondeur - S'engager à répondre dans les 48 h aux sollicitations - Disposer d'une adresse e-mail pour permettre à l'internaute de faire part de ses souhaits et remarques - Posséder un site Internet, vecteur de communication efficace pour générer du trafic et fidéliser ses visiteurs
Le suivi	<ul style="list-style-type: none"> - Prendre l'initiative d'évaluer la satisfaction du visiteur (à l'aide de 3 ou 4 questions) "Un client satisfait en parle à 1 personne, un client insatisfait en parle à 10"