

## RÉPONSE DU CONSEIL D'ETAT

à l'interpellation Patrick Simonin et consorts - "Concept vaudois de développement de l'œnotourisme" : quelles constatations et quelles concrétisations ? Pour quel avenir ?

### **Rappel**

Le Grand Conseil vaudois avait accepté le 1er avril 2014, à l'unanimité, le concept de promotion œnotouristique (exposé des motifs et projet de décret accordant au Conseil d'Etat un crédit non renouvelable de 2,5 millions francs pour soutenir sa mise en œuvre sur cinq ans). Même si cette mise en œuvre se terminera l'an prochain (2018), il m'apparaît important de d'ores et déjà rapporter et analyser toutes les actions qui ont été mises en place afin de pouvoir les pérenniser (ou non) dès la fin du financement de ce projet. Il faut savoir qu'une multitude de nouveaux acteurs se sont investis pour concrétiser l'œnotourisme vaudois et qu'il serait préjudiciable que ces acteurs se retrouvent sans fonds et sans direction dès la fin du projet.

En effet, depuis 2014 :

- une certification " Vaud Œnotourisme " assortie d'une formation existe et fait le plein d'inscrits depuis plusieurs sessions ;
- un réseau d'établissement " Vaud Œnotourisme " (hôtels, chambres d'hôtes, restaurants, lieux de dégustation, manifestations) a été constitué ;
- des balades œnotouristiques interactives (avec Application MyVaud) sont actives ou planifiées dans chaque région viticole ainsi que le Pays d'En-Haut et la Vallée de Joux ;
- des ambassadeurs, via la signature d'une charte, se sont ralliés à la cause ;
- un site internet " Vaud Œnotourisme " à disposition des professionnels de l'œnotourisme a été créé ;
- un univers graphique " Vaud Œnotourisme " a été créé et se déploie exponentiellement bien au-delà du canton via son petit manuel, son journal périodique et sa campagne annuelle ;
- une première édition du " Prix et des Rencontres suisses de l'œnotourisme " a été organisée sous la bannière de " Vaud Œnotourisme " ;
- une forte et positive médiatisation s'est instaurée autour de la thématique de l'œnotourisme, de son actualité et de ses activités.

Par la présente interpellation, le soussigné a ainsi l'honneur de poser les questions suivantes au Conseil d'Etat :

- a) Quel est exactement l'état des actions mises en œuvre par le concept de promotion œnotouristique ?
- b) Quels sont les constats, les forces et les faiblesses de ce projet transversal à l'échelle du canton ?
- c) Au terme du mandat de mise en œuvre, par quels moyens et comment seront pérennisées toutes les actions œnotouristiques existantes ?
- d) Au terme du mandat de mise en œuvre, quelle gouvernance est prévue pour l'œnotourisme vaudois, qui réunit l'ensemble des acteurs de promotion de notre canton ?

## Réponse du Conseil d'Etat

Comme le rappelle l'auteur de la présente interpellation, le Grand Conseil a accepté à l'unanimité, lors de sa séance du 1er avril 2014, l'exposé des motifs et projet de décret (EMPD) accordant au Conseil d'Etat un crédit, unique et non renouvelable, de CHF 2,5 millions pour soutenir la mise en œuvre du concept de promotion œnotouristique pour 2013-2017.

Cet EMPD s'inscrivait dans le cadre des actions prévues sous la mesure 4.5 "Renforcer et diversifier l'économie vaudoise : consolider la place industrielle, mettre en œuvre une politique industrielle cantonale, adapter le secteur primaire aux défis de la future politique agricole et accompagner la mutation du tourisme", retenue par le Conseil d'Etat dans le cadre de son Programme de Législature 2012-2017.

Pour rappel, le Conseil d'Etat définissait ainsi sa vision du concept de promotion œnotouristique : "Faire du canton de Vaud une région d'excellence en matière d'accueil de touristes œnophiles, gastronomes et épicuriens afin qu'il acquière une reconnaissance nationale, puis internationale pour son tourisme "œnophile" et sa production de vins de qualité".

Le Conseil d'Etat note qu'avec l'adoption de ce crédit et le développement coordonné de son offre œnotouristique sur l'intégralité du territoire, le canton de Vaud agit en précurseur au niveau suisse. Le projet fait également office d'étude globale, permettant aux institutions, aux filières, à la promotion ainsi qu'au terrain de bénéficier d'une introspection et d'analyser leur capacité collaborative.

Après l'adoption de l'EMPD par le Grand Conseil, un comité de pilotage (COFIL Vaud Œnotourisme) a été mis en place, réunissant les entités suivantes :

- Office du Tourisme du Canton de Vaud (OTV)
- Office des Vins Vaudois (OVV)
- GastroVaud
- Association Romande des Hôteliers (ARH)
- Prométerre
- Régions économiques vaudoises (CODEV)
- Vaud Terroirs
- Etat de Vaud (par l'intermédiaire du DEIS)

Le financement du projet par l'Etat de Vaud consistait en un montant total, unique et non renouvelable, de CHF 2'500'000.- sur une période de 5 ans au maximum. Cette somme était affectée au budget du Service de la promotion économique et du commerce (SPECo) au titre de soutien à l'économie d'exportation, particulièrement touchée par le renchérissement du franc suisse.

Conformément aux règles fixées par la Loi du 12 juin 2007 sur l'appui au développement économique (LADE ; RSV 900.05), l'aide étatique devait s'élever au maximum à 50% du coût de chaque action nouvelle.

Au moment de la présentation de l'EMPD au Grand Conseil, la participation prévue des filières s'élevait donc à CHF 2'925'000.-, démontrant la responsabilité et l'engagement que celles-ci souhaitaient investir dans ce projet.

En outre, il convient de relever que le projet était soutenu par le fonds de la Confédération "Innotour" (Innovation Tourisme), à hauteur de CHF 825'000.-. Le COFIL a axé son travail sur la construction de l'offre (création des outils nécessaires, mise en place du réseau, analyses des forces et faiblesses du canton), tout en mettant en place une promotion conséquente de cette offre.

### A) Quel est exactement l'état des actions mises en œuvre par le concept de promotion œnotouristique ?

Si l'auteur de la présente interpellation a déjà abordé plusieurs actions entreprises par Vaud Œnotourisme, il convient d'en fournir ci-après un état des lieux détaillé.

#### Formation :

- Une formation conduisant à la certification "Vaud Œnotourisme" est organisée par GastroVaud. Délivrée sur 5 jours par divers intervenants, elle permet aux participants d'acquérir les bases nécessaires au développement d'une offre œnotouristique : marketing, vente, accueil, communication digitale, accords vins et mets, produits du terroir, réglementation vaudoise (LADB), réalisation de projets personnels. A ce jour, 132 personnes ont suivi ou vont suivre cette formation.
- Depuis janvier 2018, une nouvelle formation diplômante "Marketing de l'accueil et du goût" est proposée aux acteurs œnotouristiques et aux particuliers intéressés par la thématique. Complémentaire à la formation de 5 jours, elle est davantage orientée marketing et communication. Ainsi, elle est conçue pour répondre aux attentes des professionnels disposant d'un temps plus réduit.
- Le chef de projet est régulièrement invité à présenter le concept Vaud Œnotourisme au sein des différentes écoles des

métiers de la terre du canton. À Changins, par exemple, un atelier sur la thématique de l'œnotourisme a été créé et est dorénavant proposé chaque année aux élèves suivant le cursus de Bachelor en viticulture et œnologie. La jeune génération semble désormais sensibilisée à ces enjeux, comme le prouvent notamment les nombreux travaux de diplôme réalisés dans le cadre de cette thématique.

- Associées aux différentes formations existantes et à la notoriété d'écoles telles que l'EHL, nos formations contribuent à asseoir le positionnement du canton de Vaud comme pôle d'excellence en matière de formation œnotouristique.

#### Certification :

- Une certification "Vaud Œnotourisme" a été mise en place, permettant aux prestataires qui l'obtiennent d'être reconnus comme partenaires du projet cantonal, d'optimiser leur offre, d'augmenter leur visibilité, d'élargir leurs perspectives commerciales et de collaborer avec un réseau intersectoriel et interrégional partageant une ambition commune. Afin d'obtenir cette certification, le prestataire doit suivre la formation de 5 jours délivrée par GastroVaud et répondre à un cahier des charges propre à son secteur d'activités (hôtellerie, restauration, espace de dégustation et lieu de vente de produits du terroir). À mi-janvier 2018, plus de 40 établissements ont déjà été certifiés et une trentaine d'autres sont en voie de l'être.

- Parallèlement à ce processus de certification, l'offre des partenaires Vaud Œnotourisme s'est étoffée et optimisée. Par exemple, les cartes des mets et des vins des établissements ont été recentrées sur les produits locaux, leurs sites Internet ont été traduits en allemand et en anglais, la description de la provenance des produits s'est vue améliorée et les cours HORECA (formation continue axée sur la découverte des vins vaudois) offerts et organisés par l'OVV ont été intégrés aux cahiers des charges.

#### Réseau :

- Une charte a été créée, dans le but de constituer une communauté œnotouristique rassemblant des personnes et entreprises issues de tous les secteurs concernés. Visant à favoriser une consommation spontanée des vins et des produits du terroir vaudois en faisant connaître les nombreuses opportunités de découvertes offertes par le canton de Vaud, elle est aujourd'hui signée par plus de 390 entreprises, particuliers et associations.

- Un *Petit Manuel* destiné aux acteurs de l'œnotourisme vaudois a été mis à disposition de tout acteur du domaine, offrant un ensemble de bonnes pratiques adapté au contexte vaudois.

- Deux rendez-vous du réseau Vaud Œnotourisme ont eu lieu en 2017, permettant d'offrir une plateforme à ses membres, destinée à l'échange de bonnes pratiques et à la création de synergies.

- Vaud Œnotourisme a organisé la première édition du Prix et des Rencontres suisses de l'Œnotourisme le 8 septembre 2017. L'événement a permis d'une part d'asseoir la position du canton comme précurseur en matière de développement coordonné de cette offre touristique, mais aussi de découvrir les "best practices" élaborées par d'autres régions helvètes.

- Un groupe de travail interrégional a été créé afin d'appuyer le développement du concept dans chacune des régions vaudoises. Utilisé comme relais local du projet Vaud Œnotourisme, il permet aux représentants régionaux – fins connaisseurs de leur terrain respectif – d'agir à un niveau plus réduit pour augmenter le réseau de certifiés et de signataires de la charte. Ceux-ci, en adoptant les outils et la démarche de Vaud Œnotourisme, en deviennent les ambassadeurs spontanés et en assurent la pérennité.

#### Produits œnotouristiques :

- Au total, 8 balades œnotouristiques ont été établies. La balade œnotouristique a pour but de développer un itinéraire d'un point A à un point B, mettant en valeur et centralisant toutes les opportunités œnotouristiques à disposition du visiteur (caves, producteurs du terroir, restaurants, particularités touristiques, transports locaux). L'application Vaud : Guide, développée par l'OTV, permet au public de profiter au mieux de sa balade en étant alerté par son smartphone lorsqu'il entre dans une zone d'activation. Ainsi, des points d'intérêts, des quiz, des indices à trouver par guidage GPS et des partages de photographies via les réseaux sociaux parsèment le parcours.

- Utilisant cette même technologie, un concept de team-building nommé Vinum extasis a été créé. Celui-ci permet d'attirer une clientèle d'affaires dans les vignobles, en offrant une personnalisation en fonction de l'entreprise désireuse d'organiser la balade œnotouristique. L'idée est de compléter cette offre par des possibilités de repas et de dégustations.

- Vaud Œnotourisme a soutenu la première édition de l'événement des "Pintes ouvertes", organisé par GastroVaud et s'inscrivant dans la continuité des "Caves ouvertes". Les vendredi 1er et samedi 2 décembre 2017, l'opération a vu 78 établissements vaudois proposer à leurs clients un forfait comprenant une assiette de saucisson sec et sa baguette de pain frais en guise d'apéritif, suivie d'une fondue accompagnée d'un déci de chasselas – le tout pour 20 CHF par personne. Cet événement mettant en avant des produits 100% locaux a connu un énorme succès et la deuxième édition est déjà annoncée pour le premier week-end de décembre 2018.

#### Communication :

- Le site Internet [www.vaud-oenotourisme.ch](http://www.vaud-oenotourisme.ch) est en évolution constante et constitue un outil fondamental pour informer les professionnels concernés.
- Destiné au grand public, le site Internet [www.myvaud.ch](http://www.myvaud.ch) centralise les nombreuses informations oenotouristiques à l'échelle du canton. Celui-ci continue son expansion et a notamment doublé son nombre annuel de visiteurs.
- Un journal promotionnel de l'oenotourisme a vu le jour en 2016, réalisé par l'OVV. Deux exemplaires annuels sont imprimés à 20'000 exemplaires et traduits en allemand et en anglais.
- Un compte Facebook, centré sur le processus de certification-formation, permet au réseau de certifiés de communiquer en tout temps.
- Un compte Instagram a été créé et est régulièrement mis à jour.
- Une newsletter informant les prestataires oenotouristiques de l'évolution des actions de Vaud Œnotourisme est envoyée trois à quatre fois par année.
- Plusieurs séances de photoshootings spécifiques ont été organisées afin d'alimenter les divers supports de communication.
- L'univers graphique de Vaud Œnotourisme s'est affiné et se déploie à travers les certifiés et partenaires du projet, seuls à pouvoir l'utiliser en suivant une charte graphique officielle. Une signalétique inhérente a également été créée de manière à exploiter l'univers graphique le long des différents itinéraires des balades oenotouristiques mises en place.
- Chaque année, l'OTV, appuyé par l'ARH et l'OVV, organise une campagne de communication spécifique à la thématique de l'oenotourisme, avec pour objectif principal de toucher le marché cible, soit la Suisse alémanique.
- Un important travail de relations publiques et de coordination a été fourni par le chef de projet Vaud Œnotourisme, afin de s'assurer une large couverture médiatique du concept.

## **B) Quels sont les constats, les forces et les faiblesses de ce projet transversal à l'échelle du canton ?**

Le Conseil d'Etat note que le projet Vaud Œnotourisme a suscité beaucoup d'enthousiasme de la part de l'ensemble des acteurs impliqués. De ce fait, le réseau mis en place est d'ores et déjà vaste et bien vivant, ce qui démontre une réelle capacité du canton à se fédérer malgré la diversité des contextes régionaux, le nombre élevé d'entités concernées et une gouvernance de projet tributaire de cette diversité d'acteurs. En ce sens, le Conseil d'Etat constate la valeur ajoutée apportée par le projet, dont il résulte une mise en réseau et la fédération des acteurs de l'oenotourisme.

Le fait que Vaud soit précurseur de l'idée de développement coordonné de l'oenotourisme à l'échelle cantonale constitue également un atout de différenciation vis-à-vis d'autres régions touristiques et accroît sa visibilité.

Par ailleurs, la population vaudoise semble davantage sensibilisée à l'importance des enjeux liés aux vins et produits locaux. L'adhésion du grand public –constatée lors des événements organisés par Vaud Œnotourisme ou via ses outils de communication– paraît garantir la pérennité de telles actions.

La multitude d'outils mis à disposition des prestataires et du "terrain" constitue également l'une des forces du concept. Qu'il s'agisse de formation, de certification ou de promotion, les acteurs locaux disposent désormais, par l'intermédiaire du chef de projet, d'un point de contact auquel ils s'adressent afin de développer leurs activités et toucher un plus large public.

Une des finalités du projet est d'insufler une dynamique commerciale au niveau des filières de promotion du canton, en particulier l'Office du tourisme vaudois.

Le déploiement des actions Vaud Œnotourisme à l'échelle cantonale a permis d'évaluer la relation entre l'offre oenotouristique vaudoise et son public cible, d'une part, et les filières de promotion, d'autre part. Un constat général a été établi : les liens entre ceux qui créent l'offre touristique et ceux qui la promeuvent sont trop faibles. L'identification, l'optimisation et la coordination de l'offre sont des éléments essentiels vis-à-vis du client qui doit non seulement percevoir la qualité et la cohérence de nos produits touristiques, mais aussi y accéder aisément. Vaud Œnotourisme aura permis de combler cette lacune par un travail de terrain qui a clairement renforcé la proximité entre les prestataires et la promotion.

L'introspection opérée par le projet, sans distinction de région et de secteur d'activité, a également révélé l'absence d'une plateforme commerciale à l'échelle du canton, regroupant les différentes offres du Domaine d'Activité Stratégique " Art de Vivre " (dégustations, expériences combinant découvertes, hébergement, gastronomie, lieux touristiques, etc). Cette plateforme devrait offrir à notre clientèle l'opportunité d'acheter un ensemble de prestations, indépendamment des frontières de nos treize destinations touristiques. Le travail de fond opéré par Vaud Œnotourisme a permis de mettre sur pied un outil de commercialisation disponible sur les plateformes des offices du tourisme et d'autres revendeurs potentiels. Si une première étape sera prochainement franchie en matière de commerce en ligne, une réflexion plus approfondie devra se poursuivre dans ce domaine.

La maîtrise de l'offre et le suivi permanent d'un réseau de prestataires de qualité sont des éléments fondamentaux assurant une alimentation performante et continue d'un outil de commercialisation. C'est là l'un des atouts de Vaud Œnotourisme, qui a initié ce développement. Il faut toutefois réaliser qu'une telle démarche commerciale dépasse les seuls intérêts de l'oenotourisme et va sans aucun doute contribuer à la mutation du secteur touristique en général.

De nombreux acteurs ont adhéré très tôt au projet et s'y sont vite impliqués, car ils ont saisi l'importance de son enjeu fédérateur, dont les effets, une fois encore, servent les intérêts de tous les secteurs du tourisme. La nécessité de pérenniser le projet est donc partagée par tous, filières de promotions et prestataires confondus. Assurer une coordination post-projet apparaît dès lors essentiel, faute de quoi tous les efforts et financements investis risquent de s'essouffler voir disparaître à court terme.

Finalement, l'un des défis sera également de faire évoluer la dynamique instaurée et les projets qu'elle génère dans un cadre législatif parfois complexe pouvant nécessiter des arbitrages. Qu'il s'agisse de la réglementation relative aux auberges et débits de boissons ou à l'aménagement du territoire, il y a lieu de s'assurer que les principes d'égalité de traitement et de proportionnalité sont respectés.

### **C) Au terme du mandat de mise en œuvre, par quels moyens et comment seront pérennisées toutes les actions œnotouristiques existantes ?**

Les actions générées par Vaud Œnotourisme se distinguent en deux volets : les actions non-commerciales (certification-formation-charte-univers graphique, etc.) et le développement de la commercialisation. Ceux-ci sont intrinsèquement liés et ne peuvent évoluer efficacement l'un sans l'autre.

Si le volet de la commercialisation a pour objectif de pouvoir évoluer de manière autonome à moyen terme, à tout le moins sous la forme d'un partenariat public-privé, celui des actions non-commerciales ne peut survivre sans financement des filières concernées.

Aujourd'hui, l'enveloppe annuelle nécessaire à la couverture des actions non commerciales de Vaud Œnotourisme est estimée à CHF 220'000.-. Ce montant permet d'assurer la pérennité des actions suivantes :

- Coordination/surveillance générale : coordination/surveillance actions non-commerciales et commerciales VOE – représentation générale – développement projets spéciaux – administration (budget, correspondance, rapports, etc.) – coordination groupe de travail œnotourisme – (destinations) – relations presse – relations publiques
- Gestion de la certification VOE
- Coordination formation (certification VOE et marketing accueil & goût)
- Gestion de la charte VOE
- Gestion des comptes réseaux sociaux VOE
- Gestion de l'univers graphique VOE
- Gestion du site internet vaud-œnotourisme.ch
- Gestion du produit balade œnotouristique
- Gestion du réseau VOE – organisation d'événements
- Communication institutionnelle – newsletters
- Suivi du Prix et des Rencontres suisses de l'œnotourisme

Les filières à l'origine du projet ont donc accepté de financer cette enveloppe annuelle sur 3 ans à partir de 2019.

Les actions suivantes seront directement sous la responsabilité et le financement des filières :

- Journal Vaud Œnotourisme : Office des Vins Vaudois
- Promotion œnotourisme : Office du tourisme du canton de Vaud – Office des Vins vaudois – Vaud Terroirs
- Formation Vaud Œnotourisme (incluant organisation/coordination des sessions) : GastroVaud
- Petit Manuel destiné aux acteurs de l'œnotourisme vaudois : GastroVaud

### **D) Au terme du mandat de mise en œuvre, quelle gouvernance est prévue pour l'œnotourisme vaudois, qui réunit l'ensemble des acteurs de promotion de notre canton ?**

Afin de faciliter la gouvernance post projet, le Comité de pilotage actuel a décidé que la poursuite des activités non-commerciales de Vaud Œnotourisme se réfèrera à un seul organisme : l'Office du Tourisme Vaudois. L'OTV a dès lors pour mission de rassembler l'enveloppe nécessaire au financement du mandat auprès des filières partenaires ainsi que de protocoler le mandat de gestion des actions non commerciales de Vaud Œnotourisme sur les trois prochaines années.

Les filières partenaires et les services concernés de l'Etat seront informés régulièrement de l'avancée des travaux par l'intermédiaire du coordinateur.

Ainsi adopté, en séance du Conseil d'Etat, à Lausanne, le 13 juin 2018.

La présidente :

*N. Gorrite*

Le chancelier :

*V. Grandjean*