

LE COLLECTIF OENOTOURISME JURA

PROGRAMME STRATÉGIQUE DU COLLECTIF OENOTOURISME JURA



- OBJECTIFS :**
- Renforcer l'attractivité touristique du vignoble, tant sur le plan touristique qu'économique, qu'en termes d'opportunités d'emploi.
 - Favoriser la mobilité et l'itinérance au sein du vignoble.
 - Allonger la durée de séjour et capter de la clientèle pendant les ailes de saison.

LES 5 PILIERS DU COLLECTIF OENOTOURISME JURA

STRUCTURATION & DÉVELOPPEMENT

Développer une offre touristique à l'échelle du vignoble.
Accompagnement des porteurs de projets.

- Accompagnement des prestataires dans la création et l'amélioration de leur offre œnotouristique (audit/conseil ; newsletter).
- Qualification et évolution de l'offre grâce au label Vignobles & Découvertes (commissions "Évolution du label" et "Animation").
- Soutien aux projets structurants pour le territoire (ex. Cité des Vins du Jura à Château-Chalon).
- Structurer et valoriser l'offre grâce à des vitrines séjours, pour montrer aux visiteurs qu'il est possible de vivre une expérience complète et organisée.

MOBILITÉ

Faire circuler les flux de visiteurs à l'intérieur du vignoble et capter la clientèle (Dole / Haut-Jura et Pays des Lacs)

- Développement de circuits de balades dans les villages viticoles dans le cadre des fiches "Balade entre les vignes".
- Accompagnement des territoires dans le développement des mobilités touristiques douces (Echappée Jurassienne, Tour du Jura loisirs).

ANIMATION / PROFESSIONNALISATION

Montage d'événements à l'échelle du vignoble. Cohésion culturelle

- Montée en compétence des acteurs via des formations ciblées pour les labellisés Vignobles & Découvertes.
- Organisation d'éducteur pour fédérer et inspirer le réseau.
- Coordination de temps forts fédérateurs tels que :
 - Les Ceps d'Or ;
 - Le banquet des 30 ans du Crémant du Jura x Vignobles en scène ;
 - La programmation globale de Vignobles en Scène (suivi des animations, accompagnement des prestataires).
- Appui sur la Percée du Vin Jaune via les commissions (Sponsors et Communication).

PROMOTION / COMMUNICATION

Outils communs de valorisation de l'offre du vignoble

- Développement de la page œnotourisme et de l'agenda du vignoble sur le site de Jura Tourisme (SEO, référencement) .
- Création de contenus attractifs sur les réseaux sociaux.
- Réalisation de reportages photos dédiés à la filière œno.
- Mise en place de campagnes multicanal (influence, print et digital) et d'actions de street marketing (animation).
- Participation à des événements grand public (SIA, WGCP) et aux tournées dégustations du CIVJ.
- Création de supports valorisant le vignoble : guide, fiches balades, cartes, etc.

COMMERCIALISATION

Production d'offres et mise en marché auprès des cibles clés (tour-opérateurs, agences, clientèle finale).

- Participation à des salons et workshops B2B pour rencontrer des TO.
- Mise en réseau avec des professionnels (guides, prestataires d'activités, notamment bourguignons en 2024).

ÉVALUATION / INDICATEURS DE PROGRÈS



AFFIRMATION D'UN TOURISME ÉCO-RESPONSABLE