

# SOMMAIRE



## 6 INTRODUCTION

- 6 1. Vigne et vin : images, symboliques et saveurs

## 10 CHAPITRE 1 Définir ses objectifs de développement

- 12 1. Évaluer ses potentiels au vu de la dynamique des marchés touristiques
- 14 2. Connaître les spécificités des clientèles touristiques
- 19 3. Miser sur l'internationalisation de sa fréquentation
- 27 4. Choisir son positionnement marketing et son dimensionnement

## 32 CHAPITRE 2 Construire son projet d'accueil

- 34 1. S'adapter aux attentes touristiques et aux contraintes réglementaires
- 41 2. Innover dans son aménagement
- 52 3. Garantir une qualité d'expérience pour la dégustation

56

### CHAPITRE 3 Accroître ses recettes

- 58 1. Développer son chiffre d'affaires lors de la visite
- 77 2. Utiliser les outils digitaux pour accélérer son développement
- 85 3. Mieux se promouvoir en participant à la dynamique de destination

96

### CONCLUSION

56



96

