

Wine and Spirit Meet Up

1er au 6 décembre 2026

INTRODUCTION

Sur le même modèle que le *Canadian Top Media Meet Up 2023* qui avait rassemblé une vingtaine de média en France, nous souhaitons organiser une action B2B autour de l'offre œnologique française.

- CIBLE** : 20 TO/AGV généralistes de partout au Canada qui souhaitent enrichir leur programmation et itinéraires d'activités œnologiques / gastronomiques.
Recommandation : recrutement d'un sommelier-vedette canadien pour attirer.
A noter : les voyageurs canadiens ont une appétence grandissante pour la gastronomie.
- PROFILS** : idéalement 3 ou 4 professionnels de l'Ouest canadien, 8 de l'Ontario, 7 du Québec, 2 de l'Est du Canada (Provinces Maritimes).
- DATE** : 3 au 7 décembre afin de tenir compte du **Marché gourmand des vignerons d'Aix-en-Provence**.
- FORMAT** : 1,5 jour de découverte de la région hôte + 1 journée workshop avec exposants français + 1 soirée avec exposants + 1 soirée région/TO + post tours dont 1 hors région hôte.
Moments dédiés à la région hôte, suivis d'un workshop avec exposants de toute la France.
Répartition entre Lubéron, Aix et Marseille à définir par les partenaires hôtes.
- NOMBRE D'EXPOSANTS**: basé sur 3 partenaires hôtes, 2 partenaires supplémentaires région hôte + 15 partenaires hors région ;
A noter : minimum pour la tenue de l'opération.

A noter

Nous comptons 3 post tours, **dont 1 en dehors de la région hôte**. La sélection de la région du dernier post tour se fera sur le mode premier arrivé premier servi.

Le mardi 9 juin nous procéderons à l'envoi du dossier technique et l'ouverture des inscriptions. Si vous souhaitez accueillir un post tour, merci de remplir le formulaire d'inscription dès réception.

ÉTAT DES LIEUX – MARCHÉ DU VIN ET DES SPIRITUEUX AU

Le marché canadien du vin évolue rapidement vers une logique de *premiumisation*, où le consommateur recherche moins la simple consommation que l'expérience et la valeur perçue. Les Canadiens consacrent une part plus importante de leur consommation d'alcool au vin que leurs homologues américains, confirmant l'ancrage du vin dans leurs habitudes de consommation. Cette tendance s'accompagne d'un intérêt croissant pour les cuvées de qualité, les recommandations de sommeliers, les dégustations expérientielles et les événements immersifs comme les festivals et salons spécialisés. Des initiatives comme les événements « *Discover Series* » de la LCBO (*Liquor Control Board of Ontario*) ou Le Grand Apéro de la SAQ (Société des Alcools du Québec) illustrent bien cet engouement : dégustations guidées, accords mets-vins et rencontres avec les producteurs deviennent des leviers d'achat majeurs .

Parallèlement, l'œnotourisme connaît une progression notable au Canada. Des destinations comme la péninsule du Niagara, l'Okanagan Valley, les vignobles du Québec ou encore Vancouver Island attirent une clientèle en quête de séjours viticoles alliant gastronomie, terroir et expériences haut de gamme. L'Okanagan Valley et la Niagara Peninsula demeurent les locomotives de cette tendance, tandis que les régions émergentes renforcent l'intérêt pour les circuits courts et les découvertes locales . Cette montée en puissance de l'offre domestique contribue également à sensibiliser davantage les voyageurs à la culture du vin et à leur donner envie de prolonger cette expérience à l'international.

Dans ce contexte, organiser un événement ciblé auprès des tours opérateurs apparaît particulièrement stratégique. Il s'agit de leur démontrer que l'œnotourisme et le spiritourisme constituent une véritable opportunité de montée en gamme de leurs programmes : ajout de valeur, augmentation du panier moyen, attractivité renforcée auprès d'une clientèle à fort pouvoir d'achat et différenciation face à une offre touristique plus standardisée. Alors que les exportations de vins et spiritueux français conservent une forte valeur perçue sur le marché canadien et que les consommateurs recherchent davantage l'authenticité, la rencontre avec les terroirs, les domaines et les savoir-faire, intégrer l'œnotourisme dans les itinéraires devient un argument commercial puissant. Plus qu'un produit complémentaire, il s'agit aujourd'hui d'un segment porteur, parfaitement aligné avec les nouvelles attentes du voyageur canadien.

Sources :

- https://www.lcbo.com/content/lcbo/fr/corporate-pages/about-LCBO/media-centre/press-releases/2025/12-04.html?srsId=AfmBOoqbYYQuA1NKOpwwquVhA7YJrJjxuqTg5sfJks0GHNHfr4Yx5PH_
- <https://www.logic-wine.fr/exportations-de-vin-francais-2025/>
- <https://www2.bmocm.com/2025-wine-report>

PROGRAMME PRÉVISIONNEL

Le détail des activités / lieu sera précisé par la région hôte.

Activités incluant les exposants français.

Activités incluant les exposants français qui souhaitent proposer un post tour.

JOURNÉE 1 – MARDI 1 DÉCEMBRE – DÉPART DU CANADA

Départ des TO depuis le Canada

JOURNÉE 2 – MERCREDI 2 DÉCEMBRE – ARRIVÉE EN FRANCE

Arrivée pour tous en matinée

Après-midi, programme dans Marseille pour tous les TO

Nuitée sur Marseille

JOURNÉE 3 – JEUDI 3 DÉCEMBRE – FOCUS DESTINATION

Journée sur Marseille pour tous les TO

Arrivée sur Aix en fin d'après-midi

Soirée de bienvenue au Marché Gourmand des Vignerons en compagnie des partenaires français

Nuitée Aix-en-Provence

JOURNÉE 4 – VENDREDI 4 DÉCEMBRE – WORKSHOP

Matinée : workshop

8h00 – 9h00 : petit-déjeuner avec présentation ou conférence.

9h00 – 10h30 : première partie workshop avec rendez-vous individuels.

10h30 – 11h00 : pause café sponsorisée.

11h00 – 12h30 : deuxième partie workshop avec rendez-vous individuels.

12h30 – 14h00 : lunch avec tous les TO, exposants... avec animation.

Suggestions

Ajouter des activités exemple : dégustation de vin avec sommelier, pique-nique lieu atypique, fabrique calisson...

Après-midi : départ en **éductour** avec 5 pax dans le Luberon, 5 pax sur Aix et 5 pax dans une autre destination française

Nuitée Luberon et nuitée Aix

JOURNÉE 5 – SAMEDI 5 DÉCEMBRE – POST TOUR

Journée entière pour les deux éductours

Nuitée Luberon et nuitée Aix

Programme et nuitée dans la région hors région hôte.

JOURNÉE 6 – DIMANCHE 6 DÉCEMBRE – POST TOUR

Départ pour le Canada

Programme et nuitée dans la région hors région hôte.

Suggestions

- **Durée** : post tour de 3 à 4 nuitées – possibilité de garder son groupe jusqu'au lundi.
- Prévoir nuitée supplémentaire pour que le TO puisse prendre son avion, notamment pour les TO de l'Ouest du Canada soit pour rejoindre son post tour ou pour rentrer au Canada.

BUDGET

Forfaits

Participation soirée jeudi 3/12+ workshop 4/12, 1 table pour 1 représentant	5 200 CAD
Participation soirée jeudi 3/12+ workshop 4/12, 1 table pour 1 représentant <i>Tarif partenaire région hôte</i>	4 460 CAD
Représentant additionnel	2 850 CAD
Accueil post tour (du vendredi 4/12 après-midi au lundi 7/12)	1 485 CAD
Sponsor niveau 1	6 000 CAD
Sponsor niveau 2 - conférence	2 000 CAD
Sponsor niveau 3 - pause café	500 CAD + 500 CAD in-kind

A noter que le transport et l'hébergement sont à la charge de l'exposant. Des tarifs préférentiels pour des hôtels à Aix-en-Provence sont en cours d'élaboration.

**Atout France,
#ActivateurDeTourismes**

Atout France Canada

