

« La mise en tourisme de thématiques fortes et identitaires du territoire répondant à des attentes précises de clientèles ciblées est un axe fort de la nouvelle stratégie marketing du Comité Départemental Touristique du Lot.

La thématique du vin et du vignoble qui correspond à une thématique de plus en plus prisée par les clientèles françaises et étrangères entre dans cette logique. »

Livre Blanc du Développement Touristique Lotois – Juin 2007.

L'enjeu est de mettre en œuvre une politique d'offre visant à développer la filière de tourisme viti-vinicole et d'oenotourisme sur l'ensemble du département du Lot en associant l'ensemble des acteurs concernés.

Vous êtes recruté(e) par le CDT du Lot en qualité de coordinateur animateur afin de mettre en place la stratégie définie au travers des axes suivants.

Vous n'oublierez pas tout au long du sujet, en respect de la loi, de porter chaque fois que nécessaire la mention : l'abus d'alcool est dangereux pour la santé. A consommer avec modération.

Axe 1 : Structure et connaissance de l'offre

Afin d'améliorer votre connaissance du marché et des clientèles dans l'objectif de faire évoluer l'offre touristique :

- 1.1. Vous présentez sous la forme d'une note d'une vingtaine de lignes une analyse qui vous permettra d'écrire les caractéristiques de l'activité vitivinicole dans le Lot.
- 1.2. Vous indiquez quelles sont les motivations des viticulteurs vis-à-vis de l'oenotourisme ?

Axe 2 : Stratégie marketing de communication

La communication vous apparaît comme un axe essentiel à renforcer. Dans cette optique, vous développez un portail Internet thématique, destiné à la fois aux touristes et aux professionnels du secteur.

2.1. Vous mentionnez les rubriques de ce portail Internet.

Vous disposez d'une étude sur les comportements et les attentes de la clientèle britannique à l'égard d'Internet réalisée par le CRT Midi-Pyrénées.

2.2. Quelles préconisations pouvez-vous faire aux professionnels du secteur ?

Vous mettez en place une base de données se rapportant aux domaines appartenant au réseau « Vigneron indépendant », qui donnera la possibilité aux utilisateurs du site de faire leur recherche.

2.3. Listez les champs permettant d'identifier les domaines de la table des viticulteurs.

Axe 3 : Animation et accueil à la cave

« La visite traditionnelle des caves évolue aujourd'hui vers davantage de médiation », constat fait par le réseau professionnel viticole des vins de Cahors.

3.1. Vous réfléchissez à de nouvelles animations (3 au minimum) dans l'optique d'optimiser l'accueil des visiteurs. Vous en justifierez la pertinence.

3.2. Quels peuvent être les outils de promotion utilisés par les viticulteurs à l'attention des touristes ?

Un viticulteur indépendant, dont l'épouse exploite le domaine agricole, souhaite ouvrir aux touristes une salle de restaurant, afin de faire déguster ses vins et produits du terroir. Vous l'assistez dans cette étude en vous aidant de l'annexe 6.

3.3. Vous établissez son compte de résultat prévisionnel (l'annexe 7 est à rendre avec la copie).

3.4. A partir de quelle date l'activité commencera-t-elle à être rentable? Justifiez votre réponse.

Axe 4 : Création de produit

En collaboration avec l'Office de tourisme de Cahors, vous envisagez la mise en place d'un VinoRallye à travers la ville de Cahors.

4.1. Vous présentez le principe de mise en œuvre :

- Les objectifs
- Les modalités d'organisation.

4.2. Vous établissez le budget prévisionnel de cette animation (voir annexe 8) et vous en déduisez le prix minimum d'inscription par participant.

Liste des annexes

- Annexe 1** : « Cahors Malbec de légende », pages extraites du guide de l'Union Interprofessionnelle du Vin de Cahors (9 pages : annexes 1-1 à 1-9)
- Annexe 2** : « Vignobles et tourisme » pages extraites du guide des Vignerons Indépendants du Lot (2 pages : annexes 2-1 à 2-2)
- Annexe 3** : Documentation Office de Tourisme de Cahors
- Annexe 4** : Le cycle vertueux de la rencontre entre vin et tourisme – Cahier Espaces n°76
- Annexe 5** : Vin et tourisme, pour un meilleur accueil – Cahier Espaces n°76
- Annexe 6** : Etude pour l'ouverture d'une salle restaurant
- Annexe 7** : Compte de résultat prévisionnel (annexe à rendre avec la copie)
- Annexe 8** : Eléments du budget prévisionnel
- Annexe 9** : Enquête « Les Anglais partent avec le web ! » (Magazine Comité Régional du Tourisme Midi-Pyrénées).

Avertissement :

Dans le souci du respect de la propriété intellectuelle et du droit d'auteur, les extraits d'articles de presse spécialisée ou non sont reproduits en leur état original. Ils sont donc susceptibles de comporter des mots ou expressions *de style oral ou professionnel*.

« CAHORS IS CAHORS ! »

Créée en 1971, l'Appellation d'origine contrôlée Cahors a connu une croissance exceptionnelle jusqu'au début des années 2000. Aujourd'hui, elle fait son grand retour avec l'ambition de marquer sa différence mais aussi de s'internationaliser davantage grâce à son identité.

Liée au Terroir, au Malbec et au Noir, l'identité du Cahors résonne à nouveau auprès de nos contemporains.

L'enjeu est donc clair : mêler l'authenticité du vignoble de Cahors à la modernité, faire corps avec elle, et donc profiter du monde tel qu'il est et tel qu'il va, sans se renier.

Ainsi, réaffirmons que le Cahors n'est pas un vin industriel. Il est un vin de terroirs, propices à la production de grands vins, de vins uniques. Qu'il n'est pas non plus un vin à base de Cabernet, de Grenache ou uniquement de Merlot. Il est à base de Malbec, aujourd'hui très tendance sur tous les continents. Enfin, qu'il n'est pas rose, blanc, jaune ou même rouge. Il est noir. Il est « The Black Wine » comme disent les anglais depuis le 13^e siècle... Or, le noir est tendance, de plus en plus en tendance, avec désormais une connotation positive et moderne dans le monde entier.

CAHORS IS BACK !

Alain JANICOT
Président de l'Union
Interprofessionnelle
du Vin de Cahors
contact@vinedcahors.fr



Jean-Marie SIGAUD
Président
du Syndicat de Défense
de l'AOC Cahors



B.T.S. – A.G.T.L.

E5 – Étude d'opérations touristiques

Session 2009 - ANFOT

SUJET

« CAHORS IS BACK! » ANNEXE 1-1

« Vin noir par excellence, le cahors est inscrit dans la légende. Mais loin de certains clichés, c'est surtout un vin aux talents multiples qui revient sur le devant de la scène mondiale en même temps que grand OY L'Y dit la notoriété de son cépage historique, le Malbec ».

Revue Contact Pro du Guide Hubert, novembre 2007

« Cahors revient sur le devant de la scène !... »

Revue Rayons Boissons, septembre 2007

« Le Lot abrite dans ses méandres l'appellation Cahors, aujourd'hui en plein renouveau avec une nouvelle génération de vignerons (...). Du grand art ! »

Magazine Cigare et Sensations, juillet-août 2007

« Cahors, entièrement rayée de la carte à la fin du XIX^e siècle par le phylloxéra, opère une lente renaissance depuis les années 1950. Dans les méandres de la vallée du Lot ou sur les causses caillouteux, des viticulteurs exigeants rendent au robuste black wine et au cépage malbec, prisé des Anglais et de François I^{er}, ses lettres de noblesse »

Magazine L'Express, août 2007

« CAHORS IS BLACK! »

« Il se passe des choses, oui, et l'offensive est lancée, (...) »

Journal de Montréal, août 2007

« Il faut savoir que le Cahors offrait autrefois des vins plus tendus et rigides, que le travail récent aux vignobles et dans les chais a littéralement transformés, pour ne pas dire magnifiés en des vins à la fois tendres et musclés. Leur couleur très foncé légendaire, presque noire, est toujours la même" (...) Ils ont raison, Cahors est plus "black" que jamais ! »

Journal La Presse de Montréal, octobre 2007

« Un moment tenté par la mode des vins gouleyants, Cahors se recentre sur la tradition des vins noirs ... qui ressemblent cependant peu à leurs ancêtres (...) Black is beautiful : à Cahors, le noir se porte bien. (...) Avant de déguster, je place mon doigt derrière mon verre plein, et si j'arrive encore à le voir, c'est mauvais signe" (...) Impossible en effet de voir sa main, par transparence, à travers le vin violacé, "noir" pour les anglais, qui l'appelaient le black wine du temps lointain où ils en étaient friands, à la fin du XIII^e siècle. (...) Car la rusticité ne faisant plus recette, le consommateur veut des vins soyeux et ronds. Si le Cahors a donc la cour leur d'antan, il n'en a plus du tout le goût (...) »

Magazine Cuisine et Vins de France, novembre 2007

LE CAHORS,

UNE GRANDE HISTOIRE

UN DES PLUS ANCIENS ET CÉLÈBRES VINS D'EUROPE

C'est au rythme des conquêtes romaines que la vigne arriva en Quercy il y a 2000 ans. Très vite, les vins de la région apparemment si bons qu'ils portaient tort à la production italienne ! L'empereur ordonna l'arrachage des vignes de Cahors en l'an 92. Il ne fut pas obéi...

PIONNIER DE L'EXPORT

En 1152, le mariage d'Aliénor d'Aquitaine avec Henri Plantagenêt, futur roi d'Angleterre, favorisa le développement des vins de l'arrière-pays bordelais, en particulier le vin de Cahors. Très apprécié des Anglais, "The Black Wine of Cahors" connut un essor considérable.

Henri III d'Angleterre « enjoint en 1225 aux jurats de Bordeaux de ne point arrêter, ni imposer d'aucune manière, les vins que les marchands de Cahors, qu'il a pris sous sa protection, font descendre vers la Gironde » ("Patent Rolls of the reign of Henri III" A.D. 1216-1225, p.528).

Par ailleurs, lors de leur étape à Rocamadour, les pèlerins de Saint-Jacques de Compostelle appréciaient le vin de Cahors et ont ainsi contribué à répandre sa réputation dans toute la France comme à l'étranger.

Le commerce du vin de Cahors connaît son apogée en 1310, avec une production de 850 000 hl, représentant 50 % des exportations au départ du port de Bordeaux (Association d'Expérimentation de la Ferme Départementale d'Anglars-Juillac - Etude des Terroirs Viticoles du Vin de Cahors).

RIVALITÉ AVEC BORDEAUX

La Guerre de Cent Ans mit fin à une longue période de prospérité. Un mandat de 1373 favorisa les productions de la Gironde en surtaxant les vins du Haut-Pays et particulièrement les Cahors. Malgré cette discrimination, qui ne fut abolie qu'au 18e siècle, les Cahors restent des vins réputés, aimés des grands de ce monde tels François Ier qui fit planter à Fontainebleau une vigne avec le cépage "Cahors" et Pierre le Grand de Russie, qui l'imposa à l'église orthodoxe. Hugh Johnson, dans "Une histoire mondiale du vin" (Hachette) précise en se référant au 17e siècle : « quand au vin rouge, les Hollandais l'aimaient fort et foncé, comme le Cahors, leur vin idéal ».

FIN DE L'ÂGE D'OR AVEC LE PHYLLOXERA

En 1866, le vignoble s'étend sur 58 000 hectares (Association d'Expérimentation de la Ferme Départementale d'Anglars - Juillac - Etude des Terroirs Viticoles du Vin de Cahors).

Mais dès 1865, un puceron microscopique ravageur de la vigne très connu sous le nom de Phylloxera fit son apparition en France. Douze ans plus tard, la totalité du vignoble français était infestée. Le vignoble de Cahors fut entièrement détruit.

UNE SECONDE JEUNESSE

Une activité viticole se maintient malgré tout. Mais les hybrides utilisés ne produisent que de pâles copies du vin original. En 1947, quelques vigneronns fondent la cave coopérative de Parnac. Leur but, faire renaître le Malbec, le cépage du Cahors. C'est chez un propriétaire récoltant de Bordeaux qu'ils trouveront des plants dont est issu le vignoble actuel.

En 1951, le vin de Cahors devient V.D.Q.S. (Vin D'élite Limité de Qualité Supérieure).

Le gel de 1956 ruine à nouveau de nombreux vigneronns lotois. Mais aucun ne désespère et tous se remettent à l'œuvre. En 1964, la Confrérie des Vins de Cahors voit le jour.

C'est en 1971 que Cahors qui ne couvre que 440 hectares obtient l'appellation d'origine contrôlée. Aujourd'hui, 4 500 hectares sont aptes à revendiquer l'A.O.C. Cahors.

LE CAHORS, THE BLACKWINE

Au Moyen-Age où l'on ne connaissait pas le liège, les vins, transportés par barriques ne résistaient guère à l'épreuve du temps. Tous finissaient le voyage oxydés, piquants, au point qu'on devait les couper d'eau pour les boire. Tous à l'exception du Cahors : Ce vin à la robe encre de Chine était en effet doté d'une propriété fabuleuse. Il ne vieillissait pas et gardait intacte la fraîcheur de ses parfums malgré les chaos des coursages maritimes. Les Girondins qui étaient fins commerçants comprirent vite ce que cet élixir pouvait leur faire gagner. Plutôt que de vendre le vin de Cahors pour lui-même, ils l'utilisèrent pour améliorer le leur. En ce temps où la Gironde n'était encore qu'un marais, la vigne donnait des jus clairs, trop légers pour résister aux rigueurs d'un long trajet. Le cahors venait à point pour soutenir leur chair délicate et leur permettre de voyager sans trop de dommages. Quant aux Anglais, fins palais, ils n'ignorèrent pas longtemps la valeur de ce vin fort comme liqueur mais doux comme velours. Et le Vin Noir entra à la cour des grands de ce monde. Au 18e siècle,

l'avènement de la bourelle, du bouchon et du soufre, ainsi que l'amélioration de la viticulture bordelaise mirent un terme à la saga du Black Wine chéri des Anglais. Place au vins clairs, légers et frais en bouche que les nouvelles techniques permettaient de conserver. Le cahors garda une jolie réputation mais pas son statut de vin médecin du bordeloux. On en oublia jusqu'à la couleur...

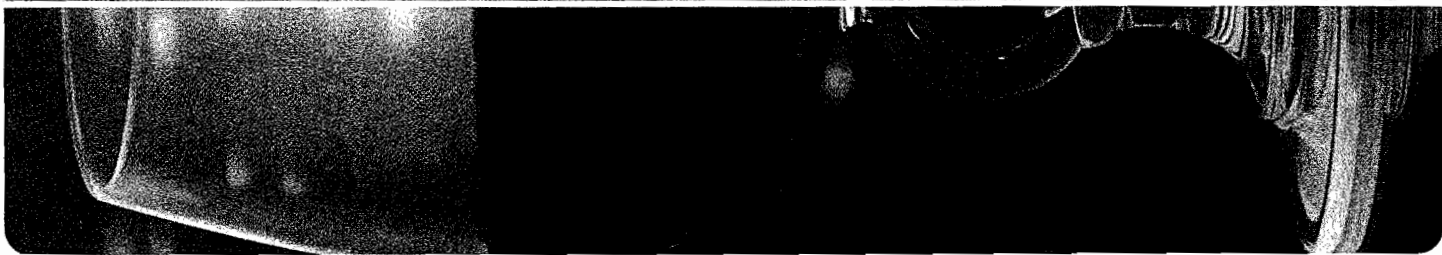
Or voici que quelques siècles plus tard, les hédonistes du monde entier retrouvent le goût des vins denses et profonds. De ces vins qui défient le temps et tiennent autant du nectar que de la boisson. Mais gare aux caricatures ! Une partie du monde viticole s'est livré depuis quelques années à une course à la concentration. Parfois au prix de l'élégance et de la digestibilité ! Car n'est pas noir qui veut et seule une poignée de cépages savent concilier robe d'encre et harmonie des saveurs. Le malbec, emblème de la vallée du Lot, le tannat, spécialité du madiran et le mourvèdre qui compose le Bandol, comptent parmi les rares vrais cépages à vin noir.

Le cahors dispose en effet de solides arguments gustatifs. Impossible d'avoir un tel spécimen dans la bouche et de penser à autre-chose. Le lascar a trop de caractère pour se laisser oublier. Comme tous les grands, il exige des égards. Souvent, il faut le verser dans une carafe pour révéler ses parfums et arrondir ses angles. Et puis c'est un vin pour manger. Ca peut être très subtil ou très simple. Pas obligé de convier un cassoulet ou des confits de canards. Un carré d'agneau fermier du Quercy fera l'affaire. Même l'aigre-doux peut convenir. Les gibiers adorent mais un tournedos est tout aussi à son aise. Le foie gras lui sied à merveille. Et l'on est surpris de constater comme la cuisine provençale aime le vin noir du Lot. Ces qualités n'ont pas échappé aux cuisiniers locaux qui défendent le cahors depuis des lustres.

AU FAIT, POURQUOI LE CAHORS EST-IL NOIR ?

Le secret du vin noir ? L'alchimie entre un sol, un cépage et des hommes. Nulle part ailleurs que dans la vallée du Lot le malbec n'a donné des vins d'une profondeur pareille. Nos ancêtres du Moyen-âge s'ingéniaient à le concentrer plus encore en chauffant une partie des bates dans des chaudrons. Aujourd'hui, le procédé n'a plus cours mais le cahors, toujours noir, continue de défier le temps. Sa vivacité et sa richesse en tanins sont les clés de son éternelle jeunesse...

Par Emmanuel DUQUOC
Ecrivain gastronome et journaliste du Vin
e.duquoc@free.fr



CAHORS

LE ROMAN DU VIN NOIR

Présentation du nouvel ouvrage de Jean-Charles CHAPUZET aux Editions Féret - En librairie à partir de mai 2008.

« Une chose est sûre, il faut se perdre dans l'épaisse et silencieuse brume matinale qui nappe inlassablement les méandres du Lot pour accéder à la lueur du Quercy. Ce bout de terre impénétrable dissimule bien des secrets, à commencer par la teinte de son vin, profonde, ébène... A force de persévérance, saupoudrée d'un peu de chance, espérons-le, nous parviendrons à résoudre l'énigme du vin noir... Rien n'est moins sûr !

Le sol, les Hommes, l'Histoire, les idées, le travail, le climat, autant d'indices qu'il nous faut recouper, apprécier, confondre pour prendre le pouls d'une région, au risque de s'y égarer. Cela relève d'un parcours initiatique qui nous plonge dans les affres du temps, dans ses innombrables cavités, recoins, caches, pour comprendre cette vallée du Lot, cumulant ses légendes et ses mystères tels des cartons d'archives qui s'empilent, ficelés de toiles d'araignées.

Cotés sur la place de Londres au XIIIe siècle, brimés par les Bordelais durant les décennies suivantes, connaissant leur âge d'or sous le Second Empire, loués par Alexandre Dumas, les vins noirs de Cahors ont connu le pire comme le meilleur. A toutes ces époques, en filigrane, la région reste un labyrinthe de pouvoirs, d'appétits, aussi bien temporels que spirituels, d'évêchés en cœneugneries, des chevaliers aux archiprêtres. C'est dans cette ambiance que les vigneron se sont battus pour vaincre l'enclavement, maîtriser leur réseau hydrographique, leur géographie abrupte. Ils ont résisté aux guerres de religion, au phylloxéra, à la concurrence de leurs voisins languedociens ou girondins. Le noir s'est invité aux messes orthodoxes, a conquis Paris dans les années 1980, failli sonner le glas à l'aube de ce même siècle. Rejoignant la cour des grands dans les années 1970, le vin de Cahors revient de loin. Sa vie relève du roman, du drame à l'euphorie, de la gloire au désenchantement. Rien n'est jamais acquis dans ce Quercy...

Bref, l'histoire du vin noir de Cahors s'apparente bien à ces fameux méandres qui dessinent le Lot sur lequel est venu se greffer l'Appellation. Temps de malheur, tant d'espoir... Ce livre est autant le récit d'un vignoble, d'un pays qu'un hommage à l'abandon de ses paysans qui, sans relâche, ont survécu à toutes les vicissitudes des siècles passés. Il leur est dédié. »

Jean-Charles CHAPUZET
Historien, écrivain-essayiste, journaliste
jcchapuzet@neuf.fr

LE CAHORS, UNE HISTOIRE DE GOÛT

ARÔMES ET SAVEURS

Les Cahors sont des vins savoureux ! Ils ont de la mâche, une préférence en bouche que l'on n'oublie pas. Autrefois considérés comme rustiques, ils ont su renouveler leur style et séduisent aujourd'hui un public de plus en plus large.

Riches, les Cahors le sont incontestablement et les tanins sont veloutés, ils tapissent harmonieusement le palais. Mais ce qui les distingue des autres grands vins rouges du Sud-ouest et des Malbecs d'Argentine, c'est la fraîcheur et la vivacité. Liées à l'acidité naturelle du vin, celles-ci laissent le palais léger et confèrent aux Cahors leur exceptionnelle aptitude à la garde.

Jeunes, les vins ont une robe dense, et même souvent « noire ». Et leurs parfums riches et complexes évoluent de manière surprenante au fil du temps.

QUELQUES ARÔMES TYPIQUES

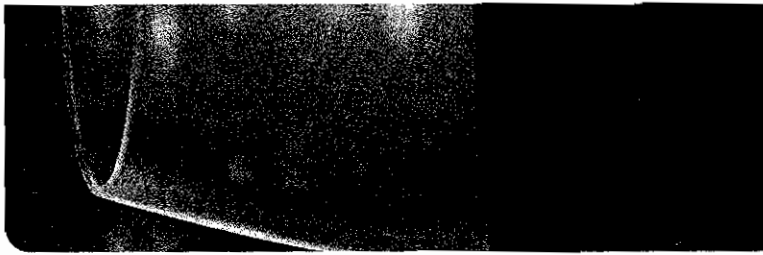
- La violette : elle signe les grands terroirs et les raisins mûrs et sains. Très proche du cassis, elle peut se confondre avec lui.
- Le cassis : avec la mûre et la myrtille, c'est avant tout la marque du cépage Malbec.
- La cerise : parfois associée à d'autres fruits à noyaux, elle peut évoluer vers des notes de pruneaux avec le temps.
- La réglisse : plus qu'une odeur, c'est cette saveur douce-amère en bouche qui rappelle le bâton de réglisse.
- La vanille : c'est la signature des vins élevés en fûts de chêne. On la trouve aux côtés de la noisette, de la cannelle, du café frais ou du moka, selon le type de bois employé et la température de chauffe.
- Le menthol : c'est la note fraîche, celle qui laisse le palais si léger. Avant tout tactile, cette fraîcheur peut aussi se traduire par une sensation anisée ou d'eucalyptus.
- La truffe : c'est la marque des Cahors à leur apogée, après dix, quinze ans ou plus de garde. Son parfum est associé à des notes de champignon et de sous-bois.

ACCORDS MULTIPLES

Il y a plusieurs styles de Cahors et donc des associations mets et vins très larges :

• Les Cahors tendres

Ce sont les Cahors que l'on aime pour leur fruit. Ils apprécient les chairs blanches, volailles rôties ou viandes grillées. Leurs tanins



légers ne seront pas durcis par une salade composée. Et leur vivacité permet des accords plaisants avec la cuisine provençale et tout ce qui est frais. Ce sont les plus à l'aise sur les légumes comme la tomate ou l'aubergine. Ils aiment les poissons en mâtelote ou les rougets poêlés. Ne pas hésiter à les entamer dès l'appétitif.

• Les Cahors de caractère

Plus vigneux, plus structurés que les premiers, ils sont dotés d'un fruit plus complexe. La cuisine régionale leur convient à merveille. L'agneau fermier du Quercy ou les magrets de canard sont leurs partenaires de choix, sans oublier le cassoulet ou le chou farci. Ils aiment les cèpes, les noix, les châtaignes : tout ce qui sent bon le terroir. On les appréciera sur un cantal salet quand les années auront lissé leurs tanins.

• Les Cahors d'exception

Ce sont les plus raffinés des Cahors. Jeunes, leur fruit explose et leurs tanins denses et veloutés comblent les sens. Leur richesse et leur belle acidité mûre annoncent un vieillissement en beauté. Le temps leur donnera cette belle harmonie automnale qui en fait de parfaits compagnons des aliments nobles : gibier, foie gras, truffes et champignons forestiers. Ils aiment les chairs fines comme le tourmedos ou l'agneau de lait. Tout leur sied : lapin au pruneau, foie gras aux coings, chevreuil aux airelles, les poires cuites au vin. Même une simple figue séchée les met en valeur.

LES CHIFFRES-CLEFS DU VIGNOBLE DE CAHORS

Le vignoble de Cahors compte aujourd'hui environ 4 500 ha de vignes pour une aire géographique délimitée de 21 700 ha répartis sur 45 communes.

L'appellation Cahors dispose d'une des réglementations les plus exigeantes de France (création de l'AOC par décret du 15 avril 1971, modifié régulièrement) :

- des rendements limités à 50 hectolitres de vin par hectare de vigne,
- un degré naturel minimal de 11,5 % vol.
- la part prépondérante donnée au malbec, cépage originel de la vallée du Lot.

Mais la nouvelle génération des vigneronns, soucieuse de qualité, veut aller plus loin. Dans le vignoble, les rendements moyens sont à la baisse. La tendance est aux vinifications douces, capables d'extraire les parfums et les tanins les plus fins tout en conservant au Malbec la fraîcheur qu'il exprime sur son terroir d'origine.

La densité de plantation doit être au moins de 4 000 pieds à l'hectare, l'écartement maximal entre les rangs est fixé à 2,50 m et l'écartement entre les pieds doit être compris entre 0,90 m et 1,30 m.

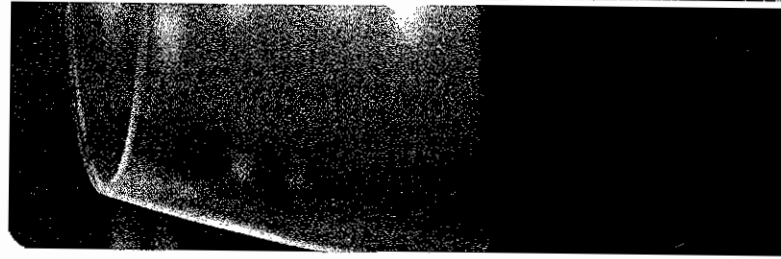
Les vignes doivent être conduites soit en gobelet ou en éventail portant au plus 2 yeux francs par courson, soit en taille guyot simple ou double, la charge limitée à 2 yeux francs par courson et 8 yeux par long bois. La charge maximale par souche ne doit pas dépasser 12 yeux francs pour le Malbec et le Merlot et 8 yeux francs pour le Tannat.

CHIFFRES DE PRODUCTION

- 100 % de la production de Cahors est en vin rouge
- 11 % de la production mondiale de Malbec (19 % pour la France toute entière)
- 4 500 ha environ sont aptes à revendiquer l'AOC Cahors
- 3 600 ha environ de surface sont revendiqués en AOC Cahors (récolte 2006)
- 180 000 hl environ sont agréés en AOC Cahors (campagne 2006-2007) (moyenne)
- 430 exploitations participent à la production de vin AOC Cahors : 273 vinifiant en chai particulier ou vendeurs de vendange, 143 appartenant au secteur coopératif.
- 14 vendeurs de raisin à des négoce vinificateurs (récolte 2005)
- 75 % environ des volumes agréés proviennent de caves particulières (moyenne)

ANNEXE 1-5

DYL



CHIFFRES DE COMMERCIALISATION

- 170 000 hl sortis des chais au cours de la campagne 2006-2007 (+14 % par rapport à 2005-2006).
- 60 % environ en vrac (campagne 2005-2006) ; vrac acheté à 90 % par les négociants locaux.
- 80 % des volumes sortis des chais sont en moyenne commercialisés en France.
- 3 premières régions d'achat en France de l'AOC Cahors : sud-ouest, région parisienne et ouest (TNS World Panel, tous circuits hors restauration, campagne 2005-2006).
- 16 % des volumes de Cahors achetés en France sont le fait de ménages âgés de moins de 35 ans, contre 8 % en moyenne pour les vins AOC rouges (TNS World Panel, tous circuits hors restauration, campagne 2005-2006).
- 24 % des volumes de Cahors achetés en France sont le fait de ménages aisés, contre 18 % en moyenne pour les vins AOC rouges (TNS World Panel, tous circuits hors restauration, campagne 2005-2006).
- 60 % environ des volumes commercialisés à l'étranger sont destinés à des marchés situés hors de l'Union Européenne (Ubsifrance, 2006).
- 5 premiers marchés étrangers de l'AOC Cahors : Canada, Danemark, Belgique, Etats-Unis, Japon.
- Progression régulière des ventes de Cahors à l'étranger : +12,6 % en volume et +14,7 % en valeur, en 2006 par rapport à 2005 (Ubsifrance).

www.tourismes.info

LES BONNES TABLES DU LOT

LE BALANDRE

Gilles et Laurent MARRE

5, avenue Charles de Freycinet - 46000 CAHORS
Tél. 05 65 53 32 00 - Fax 05 65 53 32 26
info@balandre.com - www.balandre.com

CLAUDE MARCO - 3 étoiles

Claude et Richard MARCO

Lamagdelaine - 46090 CAHORS
Tél. 05 65 35 30 64 - fax 05 65 30 31 40
info@restaurantmarco.com - www.restaurantmarco.com

AU FIL DES DOUCEURS

Philippe LARGUILLE

90, quai de la Verrerie - 46000 CAHORS
Tél. 05 65 22 13 04 - Fax 05 65 35 61 09

LA GARENNE

Michel CARRENDIER

Saint Henri - 46000 CAHORS
Tél. / fax 05 65 35 40 67

L'Ô À LA BOUCHE

Jean-François DIVE

134, rue Saint Urcisse - 46000 CAHORS
Tél. / Fax 05 65 35 65 69

LE MARCHÉ

Hervé BOURG

27, Place Chapou - 46000 CAHORS
Tél. 05 65 35 27 27 - Fax 05 65 21 09 98
restaurant.le.marche@cegetel.net - www.restaurantlemarche.com

CHÂTEAU DE MERCUÈS - 4 étoiles

Philippe COMBET

46090 MERCUÈS

Tél. 05 65 20 00 01 - Fax 05 65 20 05 72
mercue@relaischateaux.com - www.chateaudemeruees.com

LA BERGERIE - 3 étoiles

Joël GILBERT

46090 ST PIERRE LA FEUILLE

Tél. 05 65 36 82 82 - Fax 05 65 36 82 40
hotel.bergerie@wanadoo.fr - www.labergerie-lot.com

LA DÎNÉE DU VIGUIER - CHATEAU LE VIGUIER DU

ROY - 4 étoiles

Daniel AUTIE et Bernard BADJA

4, rue Boutaric - 46100 FIGEAC

Tél. 05 65 50 08 08 - Fax 05 65 50 09 09

LA TABLE DE MARTINETTE

Martinette BALDY

51, allées Victor Hugo - 46100 FIGEAC

Tél. 05 65 50 06 07 - Fax 05 65 14 12 82

Restaurant.marinette@wanadoo.fr - www.latabledemarinette.com

MA CHAUMIÈRE

Meynes - 46220 PRAYSSAC
Tél. 05 65 22 40 52

AUBERGE DU VIEUX CAHORS

144, rue Sainte Urcisse - 46000 CAHORS
Tél. 05 65 35 06 05 - Fax 05 65 22 17 60

LA PUCE A L'OREILLE

5-7, rue Saint Thomas - 46100 FIGEAC
Tél. 05 65 34 33 08 - Fax 05 65 34 33 08

LE CAFE DE FRANCE

46310 SAINT GERMAIN DU BEL AIR
Tél. 05 65 31 06 99

LA GRANGE DU LEVAT

46170 SAINT PAUL DE LOUBRESSAC
Tél. 05 65 21 98 15 - Fax 05 65 21 90 13

LE MOULIN DE PRESSOUYRE

46190 SOUSCEYRAC
Tél. 05 65 11 60 06

AUBERGE DU ROUCAYRAL

46330 TOUR DE FAURE
Tél. 05 65 31 29 99

OÙ DORMIR ?

HOTEL CHASTRUSSE

Le Bourg 46350 NADAILLAC DE ROUGE
Tél. 05 65 37 60 08

Hôtel-Restaurant Logis de France, piscine entre Rocamadour et Sarlat

HOTEL DE FRANCE ***

252 av Jean Jaurès 46000 CAHORS

Tél. 05 65 35 16 76

Wifi gratuit. Parking et garage fermés. Accueil 24h/24.

Location au mois d'appartements. Proche Pont Valentré et gare

HOTEL LA GARISSADE

Place de la Mairie 46240 LABASTIDE MURAT

Tél. 05 65 21 18 80

Au centre du Parc naturel des Causses du Quercy, 20 chambres de charme climatisées dans une demeure authentique

HOSTELLERIE DE LA PAIX **

RN 20 46350 PAYRAC

Tél. 05 65 37 95 15

50 chambres - Logis de France - Restaurant spécialités régionales - Entre Rocamadour et Sarlat-Piscine, parking privé, loisirs sur place

LE VINOIS ***

Le Bourg 46140 CAILLAC

Tél. 05 65 30 53 60

10 chambres design - Restaurant - Restaurant - Séminaires - Climatisé - Accès wifi Terrasse - Piscine - Parking - A 10 minutes de Cahors

ANNEXE 1-7

AUBERGE DU VIEUX DOUELLE
Le Bourg 46140 DOUELLE
Tél. 05 65 20 02 03

AUBERGE DU BARAN
Garadesque 46700 DURAVEL
Tél. 05 65 30 83 23

HOTEL MARCO
Le Bourg 46090 LAMAGDELAIN
Tél. 05 65 35 30 64

Relais du Silence, Cuisine gastronomique, Terrasse fleurie, 5 chambres luxes, Piscine, salles voûtées 1823

HOTEL DU ROND POINT
1^{re} Cahors 46090 LAMAGDELAIN
Tél. 05 65 35 38 97

HOTEL HENRY **
23 r Doct Rouma 46700 PUY L'EVÊQUE
Tél. 05 65 21 32 24
Logis de France 2 cheminées - Restaurant cuisine régionale. Jardin-Terrasse
Parking privé codé - TPS - Clim - Etape VRP

HOTEL LE VERT ***
Le Vert 46700 MAUROUX
Tél. 05 65 36 51 36

Domaine viticole XVII^e Hôtel-Restaurant cabine charme, Logis de France***
3 cheminées, Wifi, piscine chauffée, terrasse, air conditionné

HOTEL CHATEAU MERCUES ***
Château de Mercuès 46090 MERCUES
Tél. 05 65 20 00 01

Relais et Châteaux; Monument historique, haut lieu de l'accueil et du vin de Cahors, caves romano-byzantines

CHEZ MAM
Place Liberté 46090 PRADINES
Tél. 05 65 35 90 40

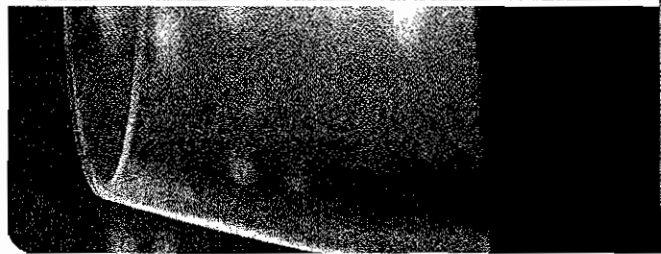
Cuisine traditionnelle quercynoise. Maison près du Lot, terrasse d'été.
Le cabine d'un village. Pension, demi pension

CLOS GRAND **
12 r Claux Grands 46090 PRADINES
Tél. 05 65 35 04 39

Hôtel *** Logis De France, étape VRP. Dans un cadre de verdure, aux portes de Cahors. Cuisine Quercynoise...

HOTEL BELLEVUE ***
Place Truffière 46700 PUY L'EVÊQUE
Tél. 05 65 36 06 60
Restaurant gastronomique, climatisé vue panoramique surplombant le Lot
Brasserie L'AGANIT - Parking - Etape VRP.

HOTEL HENRY **
46700 PUY L'EVÊQUE
Tél. 05 65 21 32 24
Hôtel ** Logis de France 2 cheminées - Restaurant cuisine régionale. Jardin-Terrasse - Parking privé codé - TPS - Clim - Etape VRP



HOTEL LA TRUFFIERE **
Place Truffière 46700 PUY L'EVÊQUE
Tél. 05 65 21 34 54
Hôtel ** Logis de France - Restaurant Grill 2 cheminées. Climatisé - Etape VRP. Cuisine familiale et régionale. garage fermé. EYL

AUBERGE DE LA TOUR **
Route d' Agen (20 km Cahors) 46140 SAUZET.
Tél. 05 65 36 90 05

Hôtel ** Logis de France - 2 Cheminées - Spécialités quercynoises - étape VRP. Terrasse - Piscine - Ouvert toute l'année

HOTEL LA SOURCE BLEUE
Le Bourg 46700 TOUZAC
Tél. 05 65 36 52 01

HOTEL « LE DOMAINE DE SAINT GELY »
Lascabaues, 46800 Cahors
Tél. 05 65 31 82 51

INTER HOTEL DE FRANCE
Avenue Jean Jaurès, 46800 Cahors
Tél. 05 65 35 16 76

HOTEL TERMINUS
5 avenue Charles de Freycinet, 46000 Cahors
Tél. 05 65 53 32 00

ADRESSES UTILES

OFFICE DE TOURISME DE CAHORS

Pl. François Mitterrand - 46000 Cahors
Tél. 05 65 53 20 65

www.mairie-cahors.fr/tourisme

Le bâtiment abrite également les Fonds anciens et Fonds Quercy de la bibliothèque municipale de Cahors.

HOTEL DE VILLE
Bd Gambetta - Cahors
Architecte Malo (1837-1847)
Tél. 05 65 20 87 87

COMITE DEPARTEMENTAL DU TOURISME

107, quai Cavaignac - 46000 Cahors
Tél. 05 65 35 07 09

www.tourisme-lot.com

MAISON DU TOURISME

Loirs Accueil Lot

Place François Mitterrand

46003 Cahors Cédex 9

Tél. 05 65 53 20 90

www.resinfrance.com/lot/

GITE DE FRANCE - ADTRL

Gîtes / B&B

Maison du Tourisme

Place François Mitterrand

BP 162 - 46003 Cahors cedex 9

Tél. 05 65 53 20 75

www.gites-de-France-lot.com

MAISON DU VIN DE CAHORS

430 avenue Jean Jaurès

46002 Cahors

Tél. 05 65 23 22 24

www.tourismes.info

SITES ET BLOGS

www.frenchmalbec.com (blog sur l'actualité du malbec de Cahors)

www.frenchblackwine.com (blog sur l'actualité du vin noir de Cahors)

www.vindecahors.fr (site de géolocalisation des vigneron et négociants de Cahors)

LES VIGNERONS

ALBAS

CARRIGOU (Château)

Famille LACAM

Garrigou

46140 ALBAS

Tél. 05 65 36 96 63

Fax 05 65 36 96 63

E-mail : sophie.lacam@wanadoo.fr

Site Internet : www.gacc-garrigou.com

Vin Rouge : AOC CAHORS

Horaires d'ouverture : 9 h à 19 h

Visite de cave

CENAC (Château de)

PELVILLAIN Frères

Circofoul - RD 9

46140 ALBAS

Tél. 05 65 20 13 13

Fax 05 65 30 75 67

E-mail : chateau.cenac@wanadoo.fr

Site Internet : www.pelvillain-freres.com

Membre FDVI

Vin Rouge : AOC CAHORS, Vin de Pays du Lot

Vin Rosé : Vin de Pays du Lot

Horaires d'ouverture : 10 h à 12 h et 14 h à 18 h

EUGENIE (Château)

Famille COUTURE

Rivière - haute

46140 ALBAS

Tél. 05 65 30 73 51

Fax 05 65 20 19 81

E-mail : couture@chateaueugenie.com

Site Internet : www.chateaueugenie.com

Membre FDVI

Vin Rouge : AOC CAHORS + VDP du Lot + VOT

Vin Blanc et Rosé : VDP du Lot

Horaires d'ouverture : 9 h 30 à 12 h 30 et 14 h à 19 h

Visite de cave du lundi au samedi

Evénement œnotouristique :

« le bon air est dans les caves », le week end de l'ascension

LERET-MONPEZAT (Château)

SCEA Comte J-B de Monpezat

46140 ALBAS

Tél. 05 65 20 80 80

Fax 05 65 20 80 81

E-mail : visouroux@g-vigouroux.fr

Site Internet : www.g-vigouroux.fr

Vin Rouge : AOC CAHORS

« Château LERET - MONPEZAT » et LERET Tradition

ANNEXE 1-8

Accueil handicapés
 Accueil grand public
 Langues
 Déjeuners
 Déjeuners

	<p>PORT (Château du) PELVILLAIN Frères Circofoul - RD 9 46140 ALBAS Tél. 05 65 20 13 13 Fax 05 65 30 75 67 E-mail : chateau.cenac@wanadoo.fr Site Internet : www.pelvillain-freres.com Membre FDVI Vin Rouge : AOC CAHORS, Vin de Pays du Lot Vin Rosé : Vin de Pays du Lot Horaires d'ouverture : 10 h à 12 h et 14 h à 18 h</p>	<p>ANGLARS - JUILLAC</p> <p>ANGLARS (Château d') Ferme Départementale 46140 ANGLARS-JUILLAC Tél. 05 65 36 28 93 Fax 05 65 36 28 94 E-mail : ferme-exp-cahors@wanadoo.fr Site Internet : www.ferme-departementale-vindecahors.com Vin Rouge : AOC CAHORS Horaires d'ouverture : 8 h à 12 h et 14 h à 18 h Visite de cave le week-end et pour les groupes <i>Evénement œnotouristique : exposition sols et terroirs, panneaux explicatifs des vendanges toute l'année.</i></p>	<p>CAZERAC (Château de) Alain DUMEAUX 46140 ANGLARS JUILLAC Tél. 05 65 36 20 81 Port. 06 79 41 88 96 Fax 05 65 21 40 76 Vin Rouge : AOC CAHORS Vin Rosé : V.D.P. du LOT Horaires d'ouverture : 8 h à 12 h et 14 h à 18 h Visite de cave</p>	<p>Denis SALCET 46140 ANGLARS-JUILLAC Tél. 05 65 36 28 73 Point de vente Côtes d'Olt</p>	<p>CROIX DU MAYNE (Château) François PELISSE SCEV Croix du Mayne 46140 ANGLARS-JUILLAC Tél. 05 65 21 45 37 Fax 05 65 21 45 38 Vin Rouge : AOC CAHORS Visite de cave</p>
		<p>50</p>	<p>20</p>		<p>6</p>

SUJET

E5 - Etude d'opérations touristiques
 Session 2009 - AEOE

B.T.S. - A.G.T.L.
 www.tourismes.info

DYL

Page 12/20

DYL

www.tourismes.info

	50	<p>PIC (Domaine du) ROUCANIERES et Fils Le Bourg 46140 DOUJELLE Tél. 05 65 20 04 28 Fax 05 65 36 75 13 Membre FDVI Vin Rouge : CAHORS AOC CAHORS Vin Rose : Vin de Pays du LDT Horaires d'ouverture : 8 h à 12 h et 14 h à 18 h Visite de cave</p>					
		<p>SERS (Domaine de) Jean SERS 46140 DOUJELLE Tél. 05 65 20 02 18 Membre FDVI Vin Rouge : vin rouge AOC CAHORS Horaires d'ouverture : tous les jours : 12 h à 14 h et après 19 h Et le dimanche matin de 9 h à 12 h 30 Visite de cave</p>					
	25	<p>SOULELLOU (Château) Jean-Pierre RAYNAL 46140 DOUJELLE Tél. 05 65 20 01 88 Fax 05 65 20 01 88 E-mail : jaynaljean-pierre@orange.fr Vin Rouge : AOC CAHORS Horaires d'ouverture : 10 h à 12 h et 14 h à 18 h 30 Visite de cave</p>					
	50	<p>DURAVEL CALASSOU (Château de) M. SOUVETON Calassou 46700 DURAVEL Tél. 05 65 24 62 67 Port. 06 82 03 47 77 Fax 05 65 36 47 22 E-mail : chateau-calassou@wanadoo.fr Membre FDVI Vin Rouge : AOC CAHORS Vin Rose : VDP du LDT Visite de la propriété sans RDV, et visite de cave Hébergement : Gîte en attente de Label</p>					

	15	<p>CANTELAUZE (Château) Laurent NOMINE Lieu dit Cantelauze Route de Vire sur Lot 46700 DURAVEL Tél. 05 65 20 11 84 Port. 06 83 84 39 88 Fax 05 65 35 14 31 E-mail : nomine@orange.fr Membre FDVI Vin Rouge : AOC CAHORS, Vin du Pays du LOT Vin Rose : Vin du Pays du LOT Horaires d'ouverture : 10 h à 13 h et 14 h à 19 h Visite sans RDV de Mai à Septembre - Visite de cave Hébergement : Gîte classé 3 étoiles</p>					
	50	<p>CHENE (Clos du) ROUSSILLE et Filles Route de la Gineste 46700 DURAVEL Tél. 05 65 36 50 09 Fax 05 65 24 67 64 E-mail : closduchene@wanadoo.fr Membre FDVI Vin Rouge : AOC CAHORS, Vin du Pays du LOT Vin Rose : vin de Pays du LOT Horaires d'ouverture : 9 h à 19 h Visite de cave</p>					
		<p>CLOS D'UN JOUR (Le) Véronique et Stéphane AZEMAR Le Clos d'un Jour 46700 DURAVEL Tél. 05 65 36 56 01 Port. 06 81 57 04 83 Fax 05 65 36 56 01 E-mail : s.azemar@wanadoo.fr Blog : leclousdunjour.blogg.org Vin Rouge : AOC CAHORS Horaires d'ouverture : 9 h à 13 h Visite de cave</p>					
		<p>GINESTE (Château La) SOEA les Vignobles OEGA Château La Gineste 46700 DURAVEL Tél. 05 65 30 37 00 Fax 05 65 30 37 01 E-mail : chateau-la-gineste@wanadoo.fr Site Internet : www.chateaulagineste.free.fr Membre FDVI Vin Rouge : AOC CAHORS, « Secrets de la Gineste » et « Château La Gineste » Vin Rose : VDT et VDP, « Rosée de la Gineste » Horaires d'ouverture : 9 h à 12 h et 14 h à 18 h Visite de cave</p>					

CAHORS

Capitale du Quercy, construite sur une presqu'île, son passé est prestigieux et mérite une visite guidée. De la ville antique, il ne reste que l'Arc de Diane, vestige des anciens

thermes gallo-romains.

Le plus vieux Cahors abrite des demeures remarquables, témoins de l'opulence de l'aristocratie religieuse et de la bourgeoisie marchande de l'époque médiévale.

Le Pont Valentré (1308), unique pont fortifié au monde à trois tours, est classé au Patrimoine Mondial de l'Unesco.

Autre joyau, la cathédrale Saint Etienne (XI^{ème}/XVII^{ème}) est remarquable avec ses deux impressionnantes coupoles de 16 mètres d'envergure, son portail nord roman et surtout son cloître, chef d'œuvre de l'art flamboyant. Du Mont Saint-Cyr ou de la Croix Magne, un magnifique panorama s'offre sur la ville.

Virées en bateau sur le Lot, Festival de Blues, balades au travers des Jardins Secrets de Cahors, autant de promenades buissonnières qu'il convient d'engager dans la cité des Cadourques.

Renseignements : Office de Tourisme de Cahors
Place François Mitterrand - Tél. : 05 65 53 20 65

LES HAUTS DE SAINT GEORGES

FRÉDÉRIC OULIÉ

VISITE

ÉTÉ : 8h-20h

HIVER : 8h30-19h

DÉGUSTATION : Gratuite

POSSIBILITÉ DE GROUPES : 40 personnes

ANIMATION : Visite - Dégustation - Vente

CHAMBRE D'HÔTES : Non ; Gîte : Non ; CAMPING : Non

TABLE D'HÔTES : Non ; AIRE D'ACCUEIL CAMPING CAR : Oui

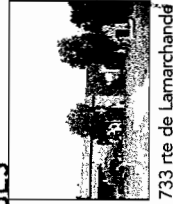
PRODUCTION

SUPERFICIE : 6,30 ha

TYPE DE PRODUCTION : AOC Cahors

VIN DE PAYS : Rosé, Rouge

VIN DE TABLE : Rouge



733 rte de Lamarchandé
46000 Cahors
☎ +33 (0) 5 65 35 69 59
☎ +33 (0) 5 65 35 69 59

LES HAUTS DE SAINT GEORGES

COMMENT S'Y RENDRE ?

EN VOITURE :

De Toulouse : 1 h

De Paris : 5 h 45

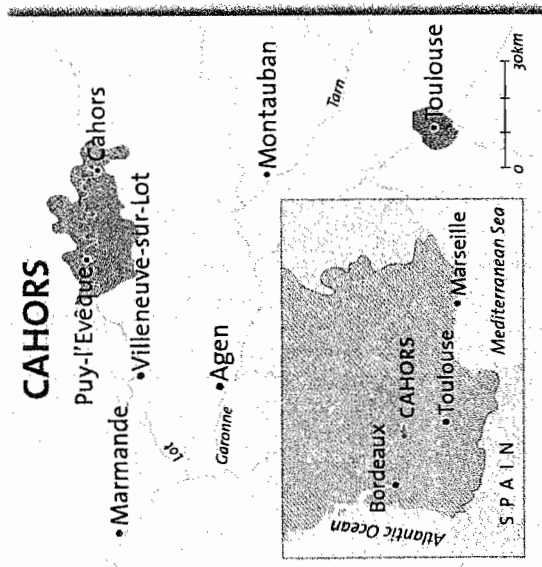
EN TRAIN :

De Paris Austerlitz à Cahors : 5 h 07

De Toulouse à Cahors : 1 h 10

EN AVION :

Paris - Toulouse : 1 h 10



CHARTER

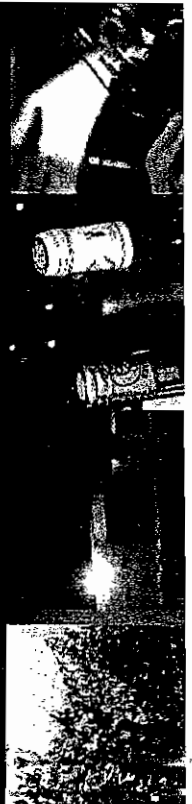
Un vigneron indépendant :

- respecte son terroir,
- travaille sa vigne,
- récolte son raisin,
- vinifie et élève son vin,
- élabore son eau-de-vie,
- met en bouteille sa production dans sa cave,
- commercialise ses produits,
- se perfectionne dans le respect de la tradition,
- accueille, conseille la dégustation et prend plaisir à présenter le fruit de son travail et de sa culture.

CHARTER

of the independent wine maker

- He respects his terroir,
- He cultivates his vineyard,
- He harvests grapes,
- He vinifies his own wine,
- He produces his brandy,
- He bottles his wine in his private cellar,
- He sells his wine,
- He perpetuates tradition,
- He is happy to welcome you, to give you advice about wine tasting and introduce you his production.



ANNEXE 2-2

Le mot du Président

La légende raconte qu'il est rare de les approcher, mais elle ne dit pas où ils se trouvent et comment aller à leur rencontre...

À travers ce guide, vous avez entre les mains la meilleure clé pour découvrir et rencontrer ces initiateurs de plaisirs. Ils travaillent toute l'année leurs vignes et s'affairent avec énergie pour en extraire le meilleur. Ils sont sévères au moment de l'entrée des raisins dans leurs chais pour obtenir un vin de haute personnalité. Ils donnent sans compter de leurs temps pour vous préparer des flacons d'élisir que vous allez pouvoir partager en famille et avec vos amis. Ils partent dans les pays lointains pour faire découvrir leur métier et leurs vins. Vous les avez reconnus, ce sont les Vignerons Indépendants du Lot.

Fiers de leur logo et de leur charte, ils vous attendent dans leur domaine, vous présentent leur vignoble, ouvrent les portes de leurs chais pour vous faire découvrir ou redécouvrir les vins de Cahors, les Vins de Pays du Lot et des Coteaux du Quercy.

Choisir un vin portant le logo, c'est être garanti d'un produit issu du travail du vigneron, de la vigne au vin, contenant la passion qu'il saura vous faire partager sans modération.

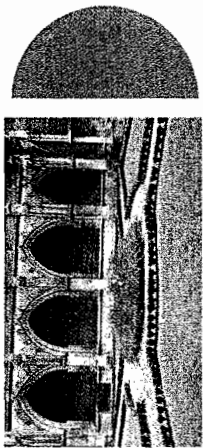
Plébisciter ce logo, c'est être sûr de l'origine : Vigneron Indépendant.

Bonne découverte et bonne dégustation.

Laurent Nominé,

Le Président





HISTOIRE ET DECOUVERTE

- ▶ **Vue panoramique du Mont St-Cyr**
- ▶ **Le Pont Valentré**
Le plus beau pont fortifié d'Europe. Pont piétonnier
- ▶ **La Fontaine des Chartreux**
Résurgence spectaculaire qui alimente toujours la ville en eau potable.
- ▶ **Cabazat**
Ancienne station de pompage du XIX^{ème} siècle, aménagée en espace d'interprétation sur Cahors et son Pays. Lieu d'exposition.
- ▶ **La Cité Médiévale**
- ▶ **L'Arc de Diane**
Vestiges des thermes gallo-romains.
- ▶ **Les remparts - La Tour des Pendus**
- ▶ **La Barbacane**
- ▶ **La Tour du Pape Jean XXII**
- ▶ **Le Quartier de La Daurade**
Bel ensemble de maisons anciennes.
- ▶ **La Cathédrale St-Etienne**
- ▶ **Le Cloître et la Chapelle St-Gausbert**
- ▶ **La Maison Henri IV**
- ▶ **Le Moulin de Coty**
- ▶ **Le Musée Henri-Martin**
Ancienne résidence de l'Evêque de Cahors, plusieurs collections dont les œuvres du peintre "pointilliste" Henri Martin et le fonds Gambetta, expositions temporaires. Ouvert tous les jours sauf le mardi de 11h à 18h et de 14h à 18h le dimanche, sauf fermeture exceptionnelle pour accrochage. Groupe sur rendez-vous. Tél : 05 65 20 88 66
- ▶ **Bibliothèque Patrimoniale et de Recherche du Pays de Cahors**
Ouvert pour visite et consultation du mardi au jeudi de 14h à 18h. Groupe sur rendez-vous. Tél : 05 65 35 10 80
- ▶ **Le Musée du Vin et de la Truffe**
Ouvert du 1^{er} juillet au 31 août du mardi au samedi de 9h30 à 13h et de 14h30 à 19h. Tél : 05 65 23 99 70

Histoire - Decouverte de Cahors

Heritage and Visits

- ▶ **Le Musée de la Résistance**
Espace Bessières. Ouvert tous les jours de 14h à 18h. Fermé le 1/05 et le 25/12.
Tél : 05 65 22 14 25
- ▶ **Les Jardins Secrets**
Il faut explorer à pied le secteur sauvegardé pour les admirer, tous différents et surprenants : une promenade instructive et ludique, à la découverte d'une végétation variée et inattendue. Plan disponible à l'Office de Tourisme.
- ▶ **Découverte en petit train routier**
Circuit commenté à travers la ville. Tous les jours du 1^{er} avril au 30 septembre. Départ du Pont Valentré et de l'Office de Tourisme. Sur réservation pour les groupes.
Tél : 05 65 30 16 55
- ▶ **Croisière Découverte avec le Bateau Le Fénelon**
Découverte de Cahors et son vignoble par la rivière, découverte de St-Cirq Lapopie par la rivière et croisière à la journée ou à la carte.
Tél : 05 65 30 16 55

- juillet, 6 et 13 août à 21h30.
Embarcadère des Terrasses Valentré (près du pont).
- 4/ « **L'été des 6-12 ans** », ateliers du patrimoine pour les enfants :
En juillet-août, les lundis : maison médiévale; les mercredis : mosaïque; les vendredis : jardin (sauf le 14 juillet et le 15 août). Ateliers des lundis et vendredis : 15h; ateliers du mercredi : 10h.
- Les visites commentées et les ateliers « Eté des 6-12 ans » durent deux heures.
- Achat des billets : Office de Tourisme (pour les nocturnes, achat possible également à l'embarquement, dans la limite des places disponibles). Toutes les animations partent de l'Office de Tourisme, sauf les visites nocturnes « Histoires d'eau » dont le départ se fait à l'embarcadère des Terrasses Valentré, Allées des Soupirs.
- Renseignements :
Office de Tourisme : 05 65 53 20 65

GROUPES

VISITES GENERALES

Pédi-bus (en bus et à pied)
Cahors Essentielle (visite à pied)

VISITES THEMATIQUES

- Le Pont Valentré et ses abords
- La Cathédrale et son trésor
- Les Jardins Secrets
- La Maison Médiévale à Cahors
- Cahors au XIX^è siècle
(toutes ces visites se font à pied seulement)

FOIRES ET MARCHES

- ▶ **Place Chapou** : marché le mercredi matin et le samedi matin.
- ▶ **La Halle** : marché couvert ouvert du mardi au samedi de 8h à 12h30 et de 15h à 19h, le dimanche de 9h à 12h.
- ▶ **Place F. Mitterrand** : foire les 1^{er} et 3^{es} samedis du mois.
- ▶ **Verrière de la halle** : marché au gras le samedi matin de novembre à mars.



VISITES GUIDÉES

INDIVIDUELS

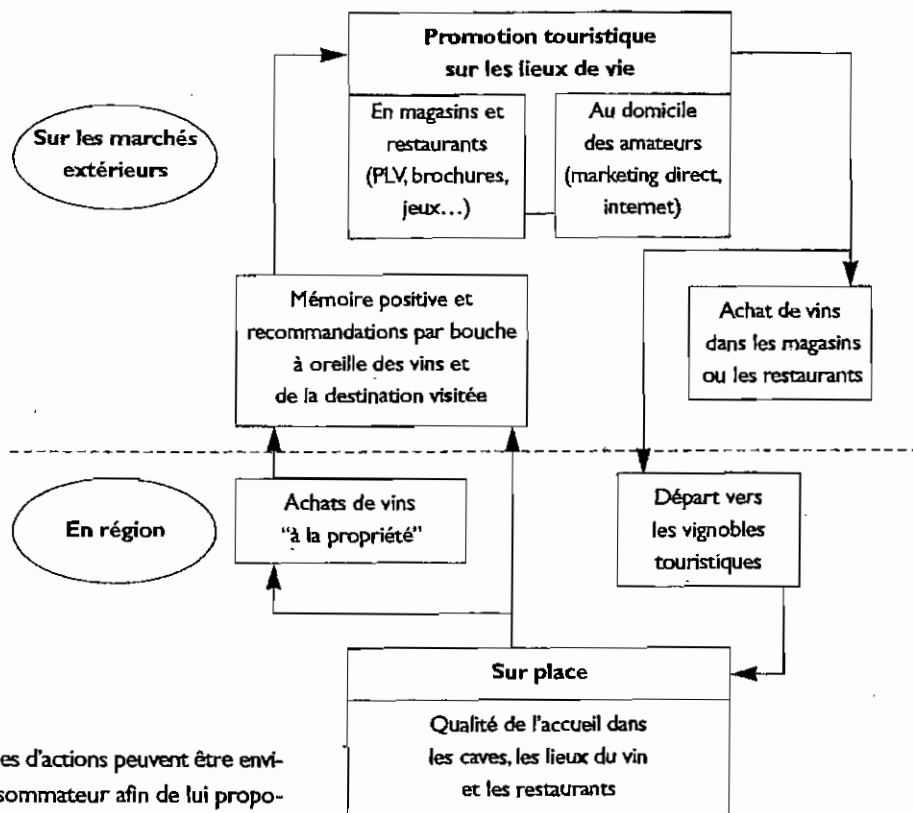
Les visites de l'été :

- 1/ « **Laissez-vous conter Cahors** » :
Visites-guidées en français avec guide-conférencier agréé par le Ministère de la Culture :
De juin à septembre, visites régulières avec thématiques différentes :
- Cahors essentielle
- Maison médiévale (3 programmes)
- Pont Valentré et ses abords
- Merveilles de la Cathédrale
- Jardins secrets
- Programmes et dates à l'Office de Tourisme.
- 2/ « **Listen to the story of Cahors** » :
visits in English with a lecturer-guide approved by the Ministry of Culture : June 11th and 21st, september 6th and 17th at 3 PM.
- 3/ **Visites-nocturnes « Histoires d'eau »** :
balades-spectacle en bateau et à pied avec guide-conférencier et comédiens : les mercredis 16, 23 et 30

LE CYCLE VERTUEUX DE LA RENCONTRE ENTRE VIN ET TOURISME

Jean-Louis Laville, directeur du CRT Bourgogne, animateur du groupe de travail

La coopération entre professionnels du tourisme et du vin permet la mise en œuvre d'un cercle vertueux en matière de promotion.



Sur son lieu de vie, deux types d'actions peuvent être envisagés pour toucher le consommateur afin de lui proposer des produits touristiques :

- dans les magasins et les restaurants : toutes les techniques connues peuvent être activées (PLV, brochures, jeux...), dès lors qu'elles induisent de véritables offres touristiques, mises en place selon les usages du tourisme (avec des TO spécialisés ou généralistes, des autocaristes...);
- au domicile des amateurs de vin : le marketing direct et l'utilisation d'internet semblent les méthodes les plus efficaces compte tenu de la précision du ciblage qu'elles autorisent.

Ces actions pourront être renforcées par une communication dans la presse lue ou regardée par les amateurs de vin. Dans tous les cas, le concept de communication peut se résumer en : "Partez découvrir la (ou les) région(s) de vignobles qui produisent le ou les vins que vous aimez !" Cette promotion touristique sur les lieux de vie doit ainsi atteindre les deux objectifs fixés :

- favoriser l'achat immédiat de vins, par une communi-

cation plus forte et attrayante sur les lieux mêmes de l'achat ;

- favoriser le départ vers les vignobles des régions de France. Sur place, dans les régions viticoles, la promotion se fait chez le vigneron, dans la cave, au restaurant et dans les lieux du vin. Tout ce qui permet d'accroître la qualité d'accueil (chartes d'accueil touristique et qualité des vins eux-mêmes) contribue à favoriser la vente directe sur place et à faire progresser le bouche à oreille, donc la recommandation de la destination.

À son retour et durant les mois qui suivent – et notamment lorsqu'il débouchera les bouteilles ramenées ou regardera les photos faites dans les vignes –, le consommateur retrouvera, sur ses lieux de vie, de nouvelles propositions pour partir vers les vignobles des autres régions françaises et d'autres sollicitations pour découvrir de nouvelles appellations.

ENCADRÉ 1

VIN ET TOURISME, POUR UN MEILLEUR ACCUEIL

Emmanuelle Rouzet,

responsable marketing et développement du Syndicat du floc de Gascogne
(floc1@wanadoo.fr)

Le Gers regroupe quatre filières viticoles particulièrement dynamiques qui constituent l'une des premières richesses agricoles de ce département :

- l'armagnac qui représente l'histoire et apporte la notoriété ;
- le floc de Gascogne, apéritif à base d'armagnac et de jus de raisin, qui est un exemple de diversification innovante et réussie ;
- les vins de pays des Côtes de Gascogne, qui sont exportés à 80 % ;
- les côtes de Saint-Mont, dont la qualité VDQS permet de développer une logique de vins d'appellation.

Toutes ces productions regroupent plus de 2 000 viticulteurs et font du Gers un des premiers départements viticoles de France. L'accueil vigneron est fortement développé dans plus de 70 points de vente et présente toute la gamme de produits. Pour promouvoir son image gastronomique de qualité, le Gers a su mettre en place, en lien avec ses quatre filières unies autour de la signature Excellence Gers, une politique de formation à la vente et à l'accueil pour l'ensemble des intervenants, autant en production qu'en commercialisation ou en accueil touristique.

Ces formations, dont les programmes sont bâtis en partenariat avec le Centre de formation professionnelle agricole de

la chambre d'agriculture, la CCI et le CDT, s'adressent de manière spécifique à l'ensemble des filières.

En voici quelques exemples :

- pour les viticulteurs (plus de 150 formés à ce jour), il a été mis en place des formations à la vente spécialisée des produits viticoles, à l'aménagement des salles de vente, à l'accueil de groupes et au marketing du tourisme gersois (application du Plan marketing départemental 2002-2007) ;
- pour les agents d'offices de tourisme et syndicats d'initiative (40 agents chaque année) sont développés des parcours "découverte" sur l'ensemble des produits et, surtout, des programmes sur "comment prescrire les produits viticoles ?" ;
- pour les restaurateurs, le service en salle et les tables d'hôtes (10 personnes pour cette première année) sont mis en place des programmes détaillés portant sur "comment vendre les produits Excellence Gers dans son établissement ?"

L'ensemble de ces formations et les partenariats entre filières permettent de concentrer toutes les forces, viticoles et touristiques, vers un même objectif : développer une image d'excellence dans la qualité des produits et dans l'accueil des clients. Cette politique partenariale, de stratégie commune, permet de créer des synergies et de participer unis au développement du territoire.

Annexe 6 : Etude pour l'ouverture d'une salle de restaurant

Travaux d'aménagement : ils sont estimés à 25 000 € H.T.

Prévisions d'activité :

Le restaurant sera ouvert du 1^{er} juin au 30 septembre sans interruption.

La capacité de la salle permettra l'accueil de 20 personnes. Il est prévu d'effectuer un seul service par jour (le déjeuner).

Après une étude, le taux de fréquentation moyen peut être estimé à 80%.

La dépense moyenne par touriste serait de 29,90 € TTC (TVA à 19,6%).

Prévisions de charges :

Le coût des matières premières représenterait 30 % du chiffre d'affaires HT.

Pour les 2 mois d'été, il est prévu d'embaucher un saisonnier qui sera rémunéré sur la base du Smic mensuel pour 35 heures de travail effectuées.

Les charges sociales sont de 50 % de la rémunération.

Source : ministère de l'Emploi de la cohésion sociale et du logement
décret n°2008-617 du 27 juin 2008 (JO du 28 juin 2008)

Smic horaire brut	8,71€
Smic horaire net	6,84 €
Minimum garanti	3,31 €
Smic mensuel brut (base 35 heures)	1 321,02 €

La partie des frais généraux, considérée comme fixe, devrait représenter 14 720 €.

La partie variable est estimée à 10 % du chiffre d'affaires hors taxe.

Les dotations aux amortissements relatives aux nouvelles installations seront calculées en mode linéaire sur une durée de vie de 5 ans.

Compte de résultat prévisionnel

Charges		Produits	
Coût des matières premières		Chiffre d'affaires	
Salaires du saisonnier			
Charges sociales			
Frais généraux fixes			
Frais généraux variables			
Dotation aux amortissements			
Bénéfice		Perte	
Total		Total	

Annexe 8 : Eléments du budget prévisionnel

Sur la base de 100 participants.

- Achat de matériel et de lots : 560 €
- Assurance : 120 €
- Sponsors : 400 €
- Participation de l'Office de Tourisme de Cahors : 1 000 €
- Subvention du Conseil Général : 1 200 €
- Intervenants groupes musicaux : 1 500 €
- Publicité : 200 €
- Sacem : 170 €
- Location de matériel : 800 €
- Personnel d'accueil et d'encadrement : 150€.

Enquête :

Amère 9

Les Anglais partent avec le web !

TROISIÈME CLIENTÈLE TOURISTIQUE DE MIDI-PYRÉNÉES, LES BRITANNIQUES OPTENT VOLONTIERS POUR INTERNET QUAND IL S'AGIT DE PRÉPARER LEUR PÉRIPLÉ. LA PREUVE AVEC LES RÉSULTATS DE LA DERNIÈRE ENQUÊTE E-TOURISME.

Il y a 500 à avoir répondu à la troisième enquête menée par l'Agence Régionale pour le Développement de la Société de l'Information (ARDESI). 500 internautes britanniques qui ont accepté de dévoiler leurs comportements et leurs attentes concernant Internet

et le tourisme dans le cadre d'une étude qui vise à fournir à tous les professionnels du secteur des éléments tangibles et concrets sur l'organisation de leur site en fonction de la typologie de leur clientèle (voir encadré). 94% de ces sondés utilisent le web comme principale source d'information et de préparation à leur voyage. La moitié d'entre eux usent de cet outil comme complément aux indications également fournies par leurs proches. De fait, la bouche-à-oreille et Internet sont aujourd'hui les vecteurs principaux dans le choix d'une destination et d'un hébergement. Et outre-Manche, on vérifie couramment sur site que les conseils de l'entourage sont les bons. Car les Anglais adorent visualiser le décor de leurs vacances ! Quand l'étude révèle qu'ils plébiscitent l'hôtel,

“

Pour les Anglais, Internet est incontournable dans la préparation de leurs vacances grâce à sa possibilité de recherches à la carte depuis l'hébergement jusqu'au moyen de transport. Le tout au meilleur prix !

Ardesi : les touristes à la loupe

Internet étant devenu un média incontournable pour les professionnels du tourisme dans le Midi-Pyrénées, l'ARDESI et le CRT Midi-Pyrénées ont fait établir une étude des comportements et des attentes des internautes au sujet de l'outil web. Huit nationalités ont été passées au trible d'un questionnaire qui est désormais disponible sur www.ardesi.fr. De la manière à utiliser sans modération par tous

les professionnels soucieux d'optimiser leur positionnement sur Internet. Car si l'enquête pose le profil du parfait touriste internet (plutôt jeune, urbain et à l'aise financièrement, ce qui favorise un taux de départ élevé), elle décline aussi selon la nationalité ou le mode d'hébergement les pratiques favorites de ces consommateurs plus tout à fait d'un genre nouveau. Il n'empêche : l'évolution de leur demande est permanente,

ce pourquoi les auteurs de cette étude ont tenté de les cerner en tant qu'internautes. Ils ont voulu savoir comment et pourquoi ils préparent leurs vacances avec le web et bien sûr ce qu'ils recherchent comme produit. Une mine d'informations donc pour tous ceux qui reçoivent des Français, des Britanniques, des Belges, des Allemands, des Néerlandais, des Espagnols, des Italiens et/ou des Américains.

notamment pour leurs courts séjours en ville, et les chambres d'hôtes, les professionnels de l'hébergement savent d'ores et déjà que la mise en ligne de photos de leur établissement est primordiale pour capter cette clientèle. L'enquête indique par ailleurs que les Britanniques arrêtent un choix définitif une fois les tarifs consultés. Ce pourquoi ils apprécient particulièrement les sites disposant d'informations complètes et précises sur les prix pratiqués. Une donnée essentielle pour les professionnels car les internautes anglais estiment partir d'autant plus que le web leur permet d'accéder à davantage d'offres : rapport qualité/prix intéressant, réservation et paiement en ligne. Et du panel interrogé, 47% avaient déjà séjourné en France dans les 24 mois précédents... L'Hexagone profite de sa proximité (les low costs constituent un atout pour les

hébergeurs), de son climat, de sa nature et de ses paysages (la campagne est préférée dès qu'il s'agit de longs séjours, Midi-Pyrénées bénéficie donc là d'une certaine aura), de sa gastronomie et de ses possibilités de shopping. Les emplettes et le lâche-

vitrine représentant l'activité principale des Britanniques en France pour 84% d'entre eux ! Reste à attiser leur curiosité une fois toutes ces données en main et construire des sites sur mesure pour cette clientèle des plus fidèles et enthousiaste. ■

Des touristes de plus en plus connectés

71% des Français partis en vacances en 2006 sont internautes, contre 54% en 2004. Ils disposent d'un revenu moyen mensuel de 2533 € (contre à peine plus de 2000 € pour les vacanciers non internautes). 40% de ceux qui sont partis ont préparé leur séjour en ligne, dont 21% ont réservé dans les 15 jours précédents leur départ. 45% d'entre eux n'ont exclusivement consulté que des

sites web pour leurs préparatifs. 52% de ceux qui ont préparé leurs vacances via Internet ont réservé tout ou partie de leur séjour en ligne. 19% des internautes sont adeptes d'e-tourisme participatif et ont déposé leurs impressions, appréciations et autres photos sur des sites. Source : Guy Raffour Interactif in Étude Ardesi à retrouver sur www.ardesi.fr

Annexe 9 (suite)

22/22