



LE RÉSEAU  
DES AGENCES  
DÉPARTEMENTALES



---

[www.tourisme-territoires.net](http://www.tourisme-territoires.net)

---

# Enquête filière Gastronomie 2016

Auprès des CDT/ADT adhérents à Tourisme & Territoires du 21  
avril au 27 mai 2016

## CONTEXTE DE L'ENQUÊTE

La gastronomie est depuis de nombreuses années un élément reconnu de l'attractivité touristique des territoires. Tourisme & Territoires a donc amorcé un travail sur cette filière.

Une étude sur la filière gastronomie, qui présente les offres touristiques existantes, les démarches qualifiantes (labels, marques, certifications...), les bonnes pratiques des CDT/ADT, et qui propose des préconisations, a été élaborée en parallèle de cette enquête.

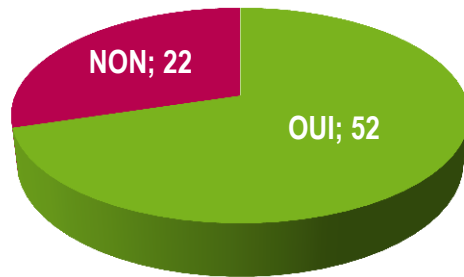
Dans ce cadre, nous avons réalisé un état des lieux auprès de tous les CDT/ADT adhérents de Tourisme & Territoires concernant la filière gastronomie.

Ce document présente les résultats de cette enquête.

74 CDT/ADT ont répondu à cette enquête.

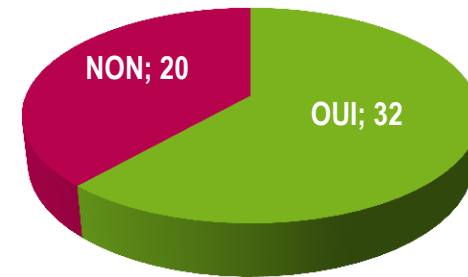
## POSITIONNEMENT DU CDT/ADT DANS LA FILIÈRE GASTRONOMIE

ADT engagés dans la filière gastronomie



- La gastronomie est une filière suivie par une grande partie des CDT/ADT (52/ 74). Ceux-ci apparaissent comme des acteurs engagés dans cette filière.

Filière prioritaire



- C'est une filière prioritaire pour un grand nombre de CDT/ADT (32 / 52 suivant cette filière). C'est une thématique importante et pertinente d'un point de vue touristique.

## POSITIONNEMENT DU CDT/ADT DANS LA FILIÈRE GASTRONOMIE

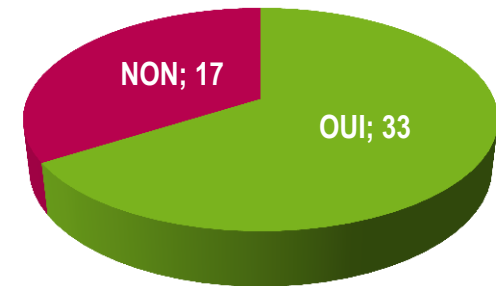
### Actions des CDT/ADT pour se positionner comme destination gastronomique :

- Structuration et valorisation de la **gastronomie locale** et des **circuits-courts**, des **produits et producteurs du territoire**, afin de développer la notoriété et l'attractivité touristique de cette filière
- Soutien et mise en réseau **des acteurs de la gastronomie** et valorisation des **restaurants / restaurateurs reconnus** par une démarche qualifiante
- Mise en place et valorisation des **événements et activités** liés à la gastronomie
- Promotion de la gastronomie à travers **d'autres filières** (vélo, produits, villages de caractère..).

## STRUCTURATION ET ANIMATION DE LA FILIÈRE GASTRONOMIE

- Peu de CDT/ADT ont réalisé des études sur les clientèles touristiques concernées par la gastronomie. On peut cependant citer les Yvelines et les Bouches-du-Rhône qui en ont réalisé.
- Seulement quelques CDT/ADT ont conçu un plan marketing spécifique sur la gastronomie. Cependant, une part assez importante d'entre eux a programmé un plan d'action sur ce sujet (18).
- Peu de CDT/ADT ont mis en place une formation spécifique sur la gastronomie pour les prestataires et/ou porteurs de projets.

### Travail avec les démarches qualifiantes



- Une grande partie des CDT/ADT engagés dans la filière gastronomie travaillent avec ou pour des démarches qualifiantes nationales (33).

# STRUCTURATION ET ANIMATION DE LA FILIÈRE GASTRONOMIE

## Autres exemples d'actions de structuration et d'animation

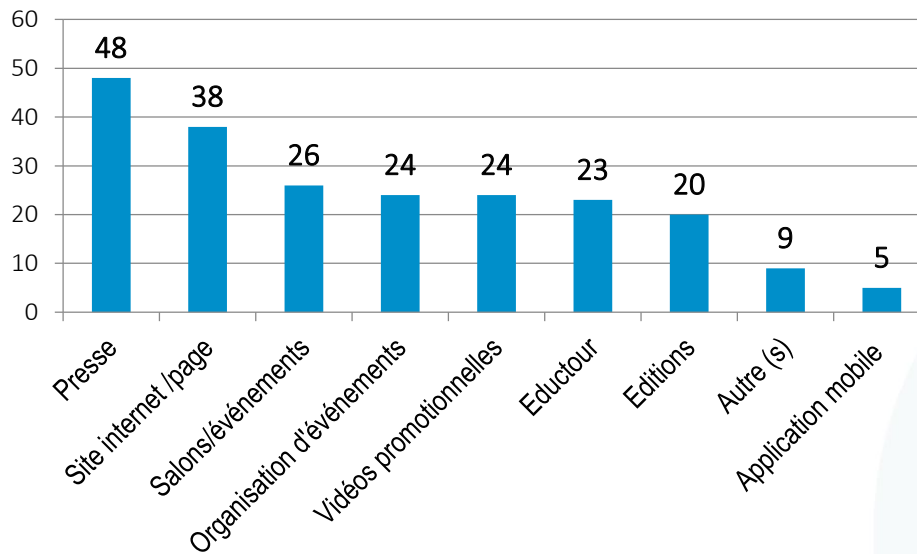
- » Animation via un blog
- » Recherche d'investisseurs
- » Médiation entre les acteurs
- » Accompagnement des producteurs dans leurs projets de développement
- » Participation à des conférences

## Principales attentes

- » Des outils méthodologiques
- » Des informations sur les démarches qualifiantes existantes
- » Une plateforme d'échanges d'expériences
- » Des exemples de bonnes pratiques
- » Des informations sur les clientèles et leurs pratiques
- » Une précision sur le champ de la filière

# COMMUNICATION

Actions de Communication



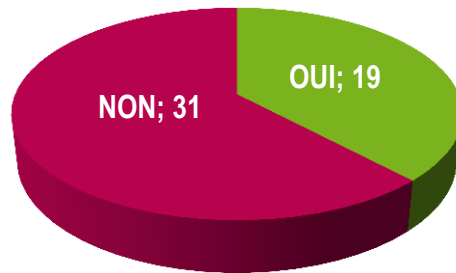
- Les CDT/ADT utilisent principalement la **presse (48)** et **Internet (38)** pour communiquer sur la gastronomie. Les applications mobiles sur la gastronomie sont peu développées pour l'instant.

## Autres actions de communication

- Réseaux sociaux
- Emissions de télé
- Blogs
- Opérations de co-branding

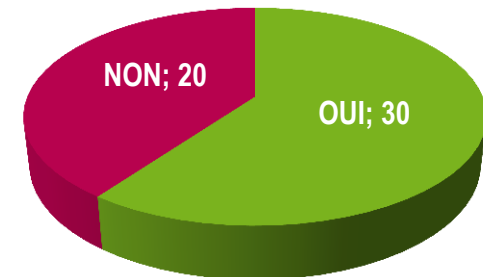
## COMMUNICATION

Engagement Fête Gastronomie



- » **19 CDT/ADT** participent à la Fête de la Gastronomie, initiée en 2011 par le Ministère de l'Economie. Elle se déroule le troisième week-end de septembre et a pour principal objectif de valoriser la gastronomie française en France et à l'étranger.

Communication sur les démarches qualifiantes

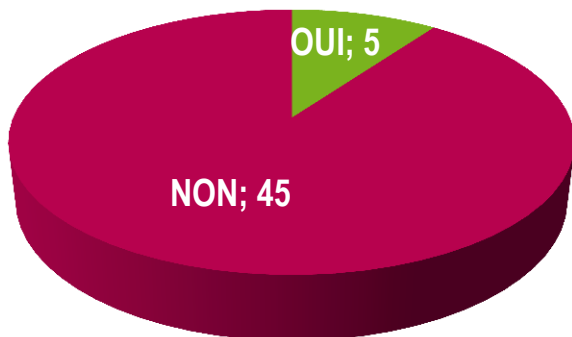


- » Une part importante des CDT/ADT engagés dans la filière gastronomie (**30**) communique sur les démarches qualifiantes, ce qui démontre leur importance.



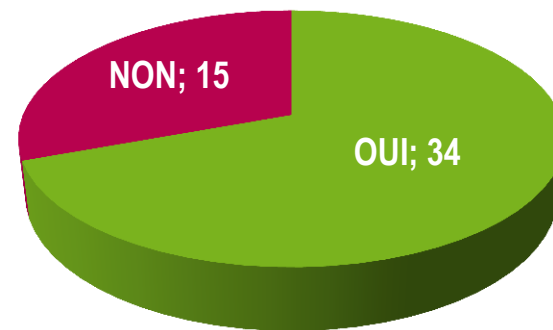
## COMMUNICATION

Communication sur le "Fait maison"



- Les CDT/ADT ne semblent pour le moment pas encore avoir développé un travail sur la certification « Fait maison ». Le « Fait maison » répond pourtant à des attentes importantes de la clientèle touristique.

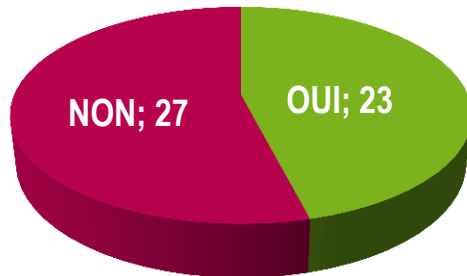
Communication sur la qualité des produits



- Les CDT/ADT sont nombreux (**34**) à mettre en avant les labels de qualité des produits (AOC, IGP, AB, Label Rouge...).

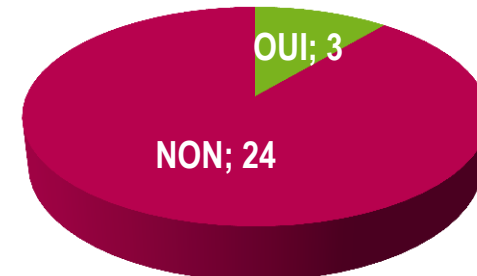
## COMMERCIALISATION

Vente de produits/prestations



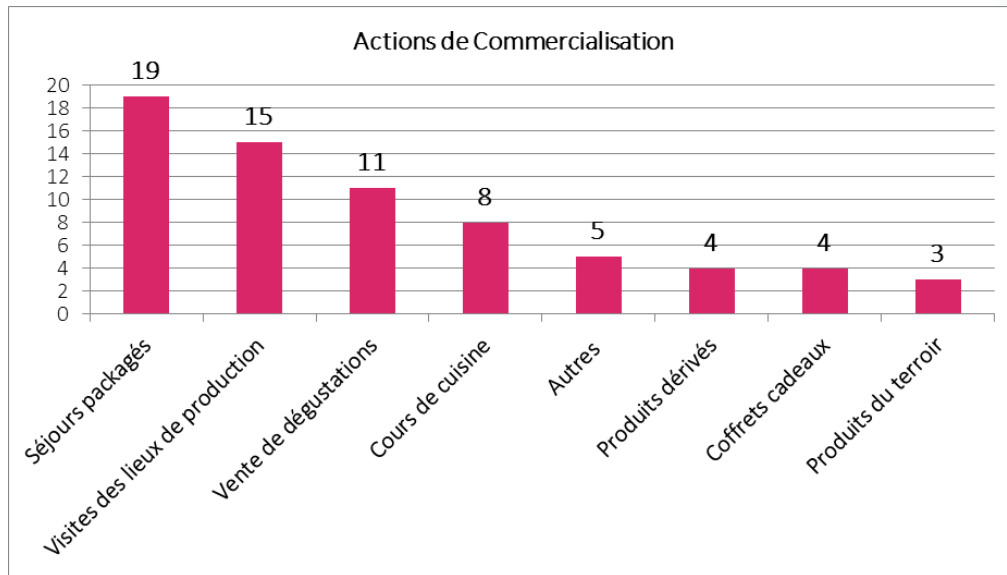
- » La commercialisation de produits et prestations autour de la gastronomie par les CDT/ADT n'est pas la principale activité pratiquée sur cette filière mais elle est cependant significative.

Projet de commercialisation



- » Les CDT/ADT ne proposant aucune vente de produits en lien avec la gastronomie n'ont, pour la plus grande part, pas l'intention d'en commercialiser à l'avenir.

# COMMERCIALISATION



- Les CDT/ADT commercialisent principalement des **séjours packagés (19)** et des **visites des lieux de production (15)**. La vente de produits dérivés, coffrets cadeaux et produits du terroir semble moins les concerner.

## Autres actions de commercialisation

- Croisières gourmandes
- Balades gourmandes
- AwoO
- Boîtes saisonnières
- Mise en relation des clients et des professionnels