



**Les sites internet des exploitations
viticoles girondines:
« fenêtres » sur les territoires viticoles
bordelais**

Valérie KOCIEMBA
Agrégée de géographie

Un travail universitaire sur la filière viticole bordelaise
dans un axe de travail sur **AGRICULTURE ET TIC**
du programme de recherche **RAUDIN**

Recherches Aquitaines sur les Usages pour le Développement des dispositifs Numériques

■ **Principaux travaux de recherches:**

- Création d'une base de données exhaustive avec recherches de certains items
- Cartographie de cette base de donnée
- Étude des mots clés de référencement des sites
- Analyses textuelle et graphique des sites
- Entretiens effectués de 101 viticulteurs en Aquitaine
- Focus sur des appellations

■ **Des publications pour le grand public**



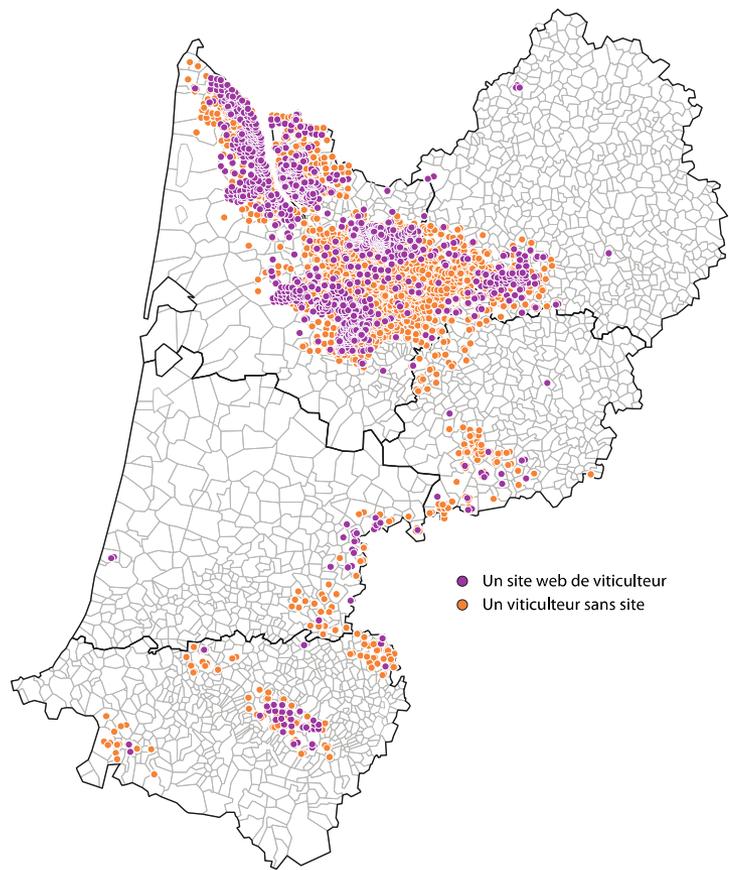
Livre Blanc
**Agriculture
& Numérique**
Aquitaine

Le corpus étudié:

les sites internet des exploitations viticoles



Les exploitations viticoles et leurs sites web
en 2010 en Aquitaine



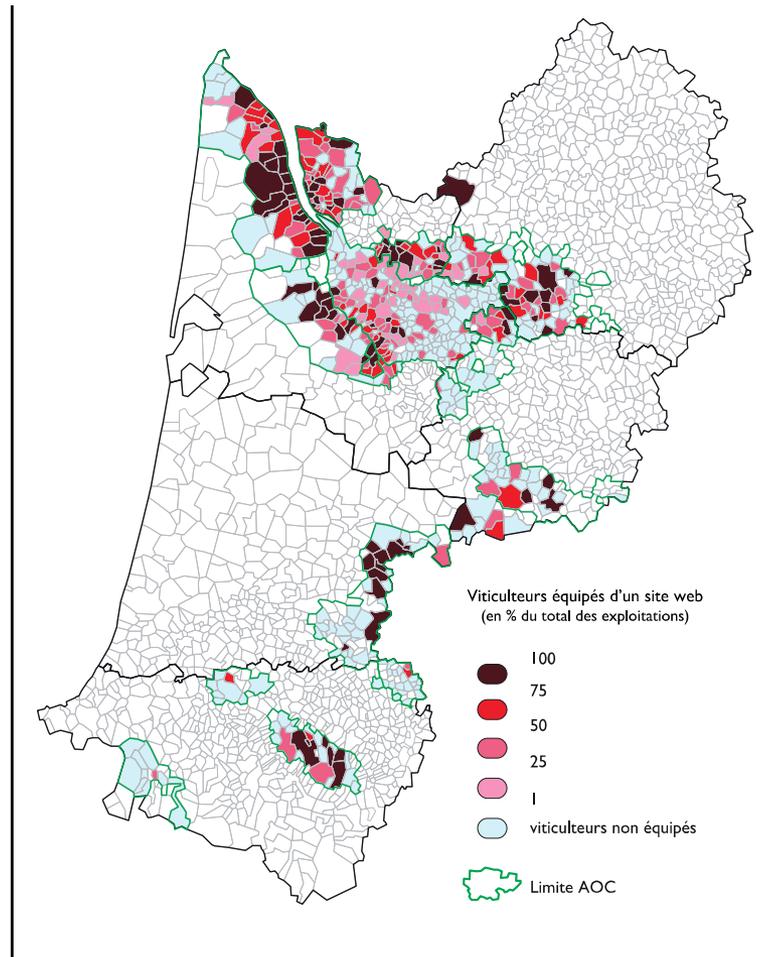
● Un site web de viticulteur
● Un viticulteur sans site

■ Principales conclusions:

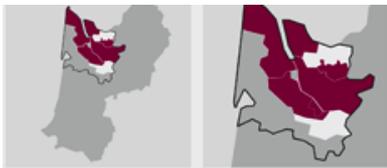
- Le contenu des sites participe à la construction identitaire du territoire viticole et de ce fait à sa structuration en tant que terroir.
- Il renouvelle les relations entre le producteur et le consommateur urbain, entraînant une ouverture du territoire viticole sur sa clientèle urbaine par le biais de la vente directe et du développement de l'oenotourisme.
- le web (site et 2.0) notamment dans le cadre de l'oenotourisme tend à devenir un outil de structuration territoriale.

La viticulture sur le web: une filière agricole en pointe en Aquitaine

- 15% des viticulteurs interrogés se considèrent comme « très équipés »
- 20% des exploitations d'Aquitaine ont un site
- 71 % des viticulteurs interrogés considèrent que les outils numériques servent à mieux organiser et structurer leur activité



Viticulteurs équipés d'un site web
% par exploitation



51 %

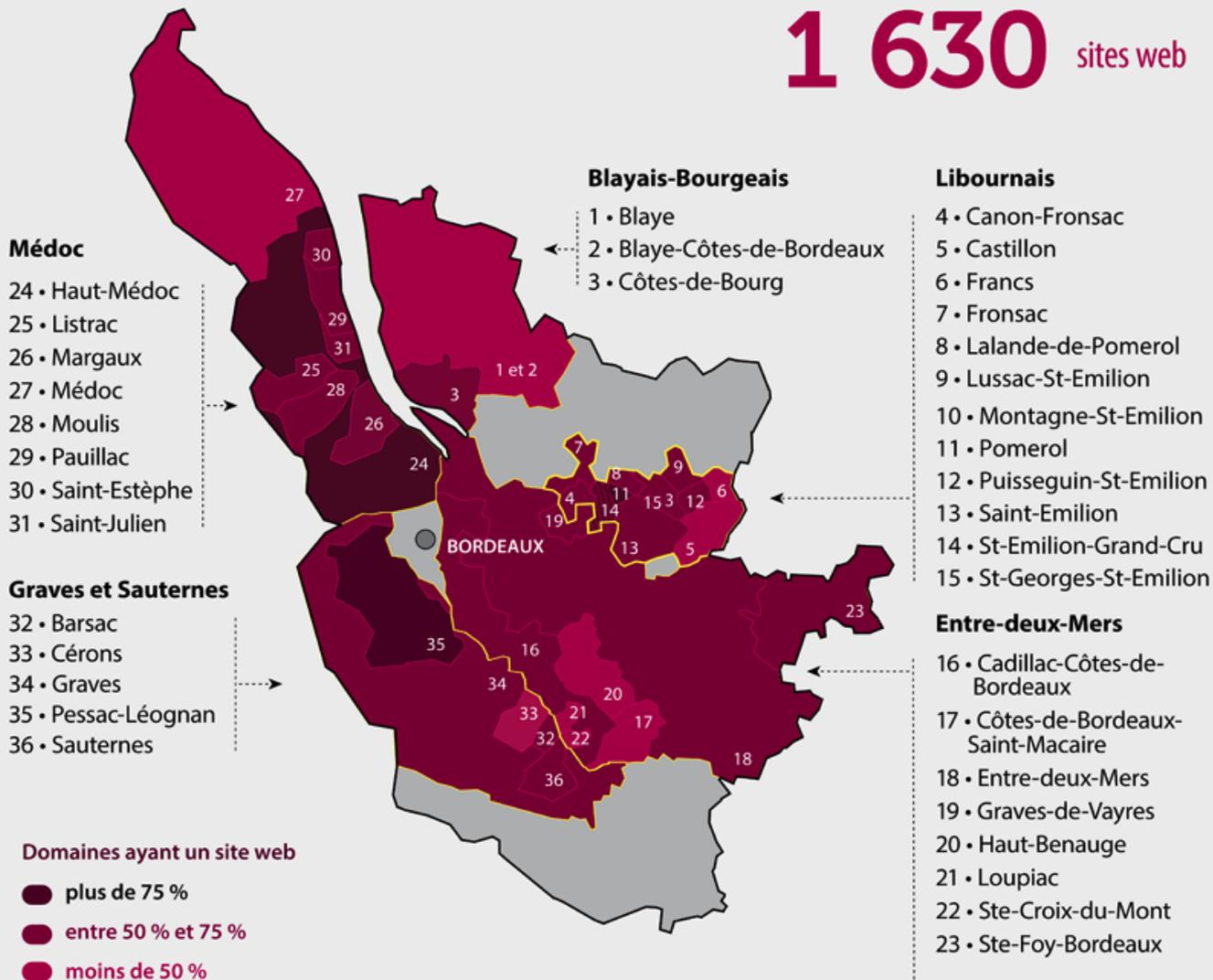
des domaines possèdent un site web



3 175

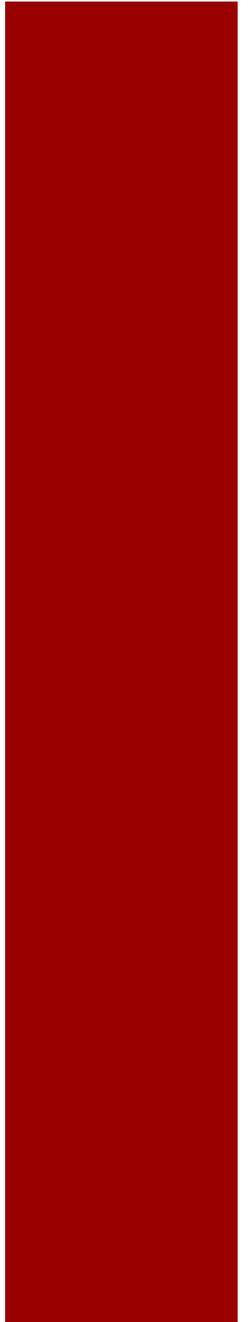
 domaines viticoles

1 630

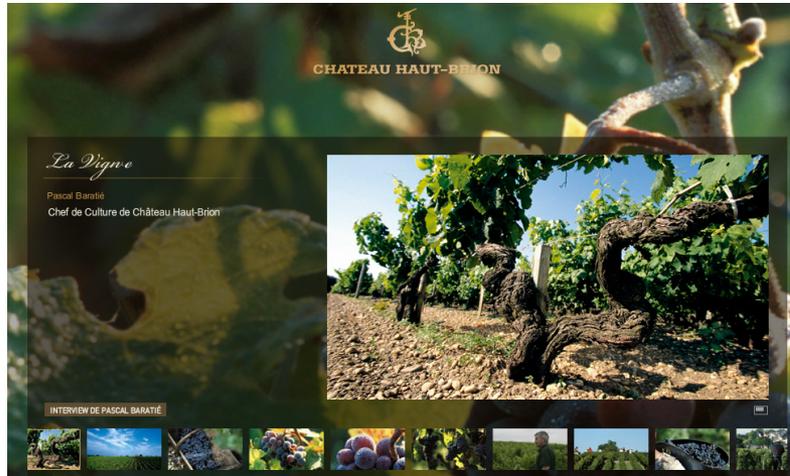
 sites web

Focus
sur le Bordelais

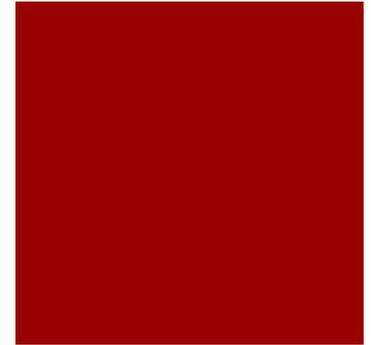
Des sites « fenêtres »
qui donnent à voir le **terroir** viticole à « l'urbain »
et qui participent à la construction de l'identité
territoriale



Le vin fruit de la vigne...



l'agro-terroir



...et du travail des hommes

socio-terroir

CHÂTEAUX
LANGOIA & LEVILLE
BARTON

GRANDS CRUS CLASSÉS EN 1855
SAINT-JULIEN

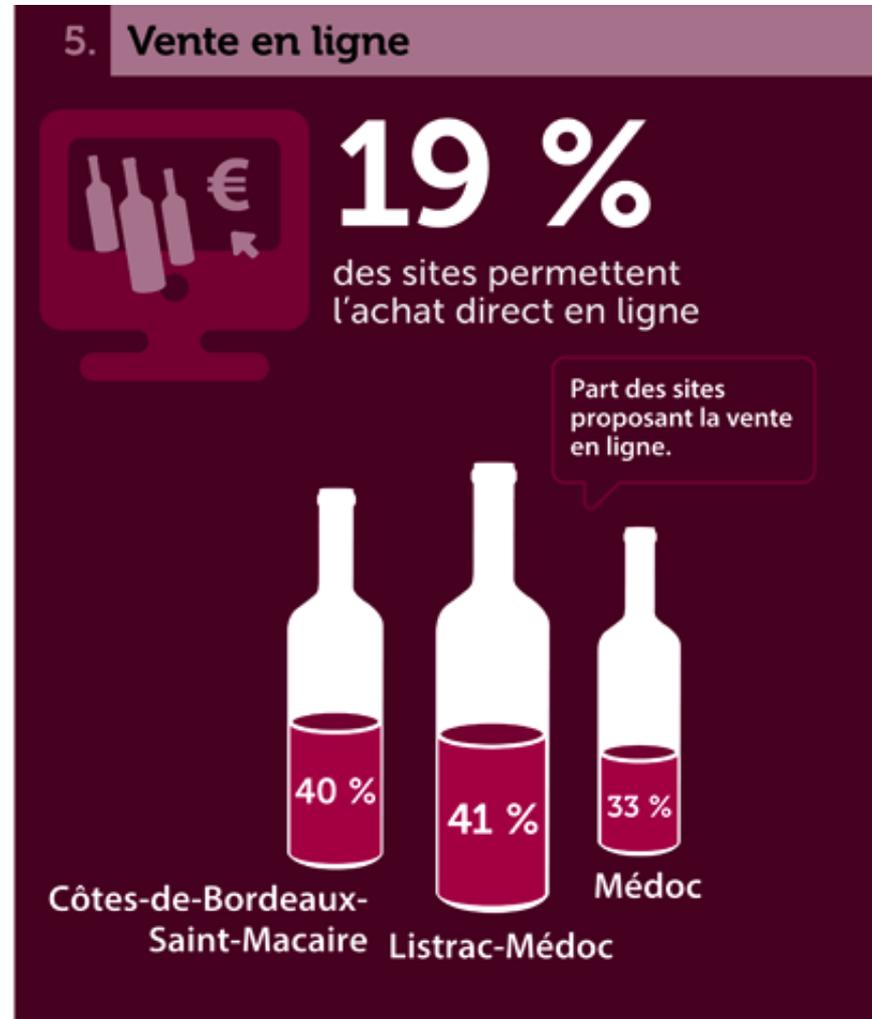
HISTOIRE DE FAMILLE HISTOIRE DES VINS HISTOIRE DU CHÂTEAU ACTUALITÉS PRESSE FR | EN

Histoire de famille

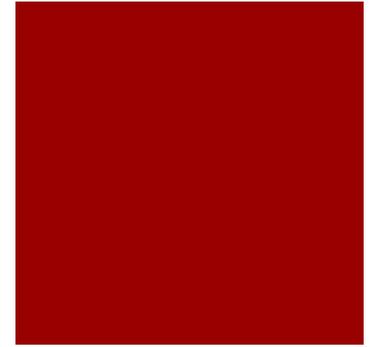
THOMAS BARTON | HUGH BARTON | RONALD BARTON



Des sites internet sont-ils des vitrines pour vendre directement ?

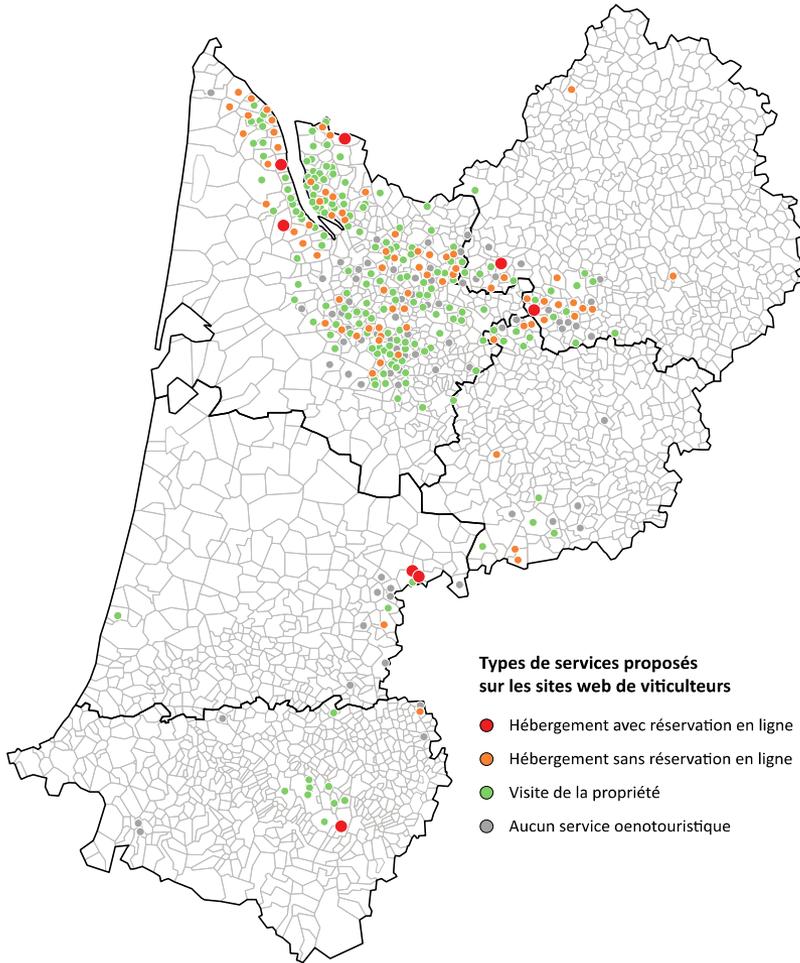


- Les sites sont des vecteurs d'information sur l'exploitation se doivent de répondre aux questionnements des consommateurs, notamment sur les grands thèmes sociétaux.
- Les sites des exploitations ne sont pas un outil majeur de commercialisation: seulement 15,8 % des sites étudiés (29 sites) proposent dans leurs mots-clés des rubriques d'achat en ligne ou des 'boutiques en ligne'
- Ils ont pour vocation de « **donner à voir** » pour faire venir sur l'exploitation : valoriser la vente directe ou en circuit court et l'oenotourisme



L'oenotourisme:

L'oenotourisme sur les sites web d'exploitations viticoles en Aquitaine en 2010



Fond de carte : Arctique 2010
Sources : Annuaires des AOC 2010



Axe 2, février 2011

6. Œnotourisme



56 %

des propriétés ayant un site proposent la visite du domaine



9 %

4 %

Part des propriétés ayant un site et qui proposent la visite.



Lalande-de-Pomerol



Fronsac



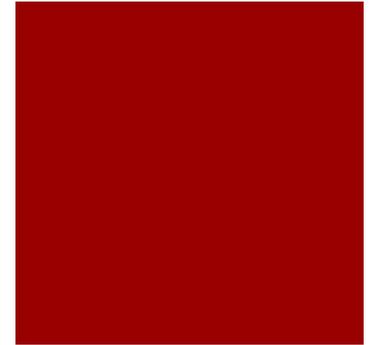
Ste-Croix-du-Mont



Haut-Benauges

- 21% des oenotouristes choisissent leurs destinations grâce au web
- Le Bordelais concentre 75% de l'offre avec 2 pôles majeurs le Libournais et le Médoc
- Une problématique multi-filière: 100% des hôtels de ces 2 des destinations sont présents sur le web
- Ouverture sur l'urbain et sur l'international: 60% des sites sont traduits et 99% le sont en anglais

Dans l'avenir le numérique comme élément structurant du territoire



- Le numérique est /sera en amont et en aval de toute consommation
- Création d'e-oenotourisme, de routes e-oenotouristiques

