



OENOTOURISME POUR TOUS : RENDRE ACCESSIBLE SES ESPACES D'ACCUEIL ET SES PRESTATIONS

Des idées et des aménagements pour une approche innovante

Ci-après quelques propositions pour rendre vos prestations accessibles aux personnes en situation de handicap.

"L'odorat est le sens de l'imagination"

Jean-Jacques Rousseau

L'odorat est le sens permettant la perception des odeurs, dont les récepteurs sont localisés dans les fosses nasales. C'est un sens très actif qui constitue l'un des premiers moyens de connaissance sur le monde ; il est très lié à l'affectivité, en effet les odeurs sont connues pour déclencher des émotions. Les expériences sensorielles sont donc associées à des souvenirs.

Le marketing olfactif est donc à prendre en considération. En effet l'odorat peut influencer la perception que le consommateur a du produit ainsi que son comportement et il peut contribuer à renforcer le positionnement, l'identité de celui-ci. L'odeur peut être un critère de choix d'autant plus qu'elle a un fort impact émotionnel

ACCESSIBILITÉ : SENTIR








La dégustation

Proposer une dégustation professionnelle avec ses différentes étapes. Donner les clés de compréhension pour l'**examen olfactif** qui nous renseigne sur les différentes intensités, qualités et arômes du vin. Présenter les deux utilisations de l'odorat durant la dégustation avec la voie directe que l'on exploite en humant et la voie rétro nasale lorsque le vin est en bouche. Interroger les visiteurs sur les odeurs puis sur les arômes en définissant les trois types d'arômes (primaires, secondaires et de bouquet).







Légende :


-  Handicap visuel
-  Handicap auditif
-  Handicap mental




La visite guidée

- Proposer une **visite sensorielle** en insistant dans votre commentaire sur les différentes odeurs du processus de fabrication du raisin au cours de son égrappage, de son pressage, de sa fermentation et de son vieillissement et en fonction des différents espaces aussi. Pendant la visite du vignoble, penser à faire sentir la vigne et la terre aux personnes qui le souhaitent. 
- Proposer un **parcours d'interprétation** balisé et accessible sur les odeurs de la nature en lien avec le territoire comme la lavande et les herbes aromatiques. Adapter le parcours (durée, difficulté, sécurité) en fonction de la clientèle.   

Autres prestations annexes

La table des arômes : Jeux de reconnaissance des principaux arômes du vin (notes fruitées, végétales, animales, épicées) sous formes d'ateliers ludiques ; vous pouvez pour cela acheter un coffret d'arômes. Disposez et collez les flacons sur un plateau à disposer selon les clients, s'ils souhaitent être debout ou assis. Des étiquettes cachées devant chaque flacon indique le nom des arômes à deviner. [L'écriture pour être accessible sera en Arial, type 16, interlignes 1.5, espacement étendu de 2.] 

Création de son propre millésime :

Atelier de création de sa propre cuvée maison en assemblant les vins de différents cépages selon le profil aromatique recherché. Cet atelier utilise principalement l'odorat pour mixer et associer les différents arômes selon ses goûts ; il est à l'image des ateliers de conception de flacons de parfums. 

Idées folles à venir :

Il existe désormais le diffuseur olfactif qui, branché au smartphone, permet d'envoyer des odeurs de synthèse aux clients avec des sms parfumés. Un restaurant permettra ainsi à ses clients d'avoir une transcription olfactive, sur son site internet, des plats qu'il propose.

Vos contacts :

Bouches-du-Rhône Tourisme

Mélanie Foubert - Tél : 04 91 13 84 37 - email : mfoubert@visitprovence.com

Fédération des Vignerons Indépendants des Bouches-du-Rhône

Annick Page - Tél : 04 42 23 06 04 - email : vigneron.13@wanadoo.fr

Fédération des Caves Coopératives des Bouches-du-Rhône

Olivier Houles - Tél : 04 42 23 64 81 - email : fdcc13@wanadoo.fr