vinetur

À Cognac, l’événement phare de l’œnotourisme français a accueilli un nombre record de visiteurs internationaux

L’édition 2026 a réuni 170 exposants français et 161 acheteurs de 43 pays, un record depuis la création de Destination Vignobles.

vendredi 9 octobre 2026



Cognac a accueilli les 6 et 7 octobre l’un des principaux rendez-vous professionnels français de l’œnotourisme. L’événement a réuni un nombre record d’acheteurs internationaux et d’exposants français, alors que le pays cherche à accroître le

rayonnement mondial des séjours liés aux vignobles, aux caves et aux traditions régionales en matière de boissons.

Selon Atout France, l'agence publique de développement touristique qui organise l'événement, l'édition 2026 de Destination Vignobles a réuni 170 exposants français et 161 acheteurs internationaux issus de 43 pays. L'agence a indiqué qu'il s'agissait du niveau de participation le plus élevé depuis la création de l'événement. Les rencontres se sont déroulées à Cognac, dans les Charentes et plus largement en Nouvelle-Aquitaine, une région connue pour le cognac, le Pineau des Charentes et les vins IGP Charentais.

Atout France présente Destination Vignobles comme son événement phare pour promouvoir l'œnotourisme. Le format repose sur des rendez-vous d'affaires organisés à l'avance entre exposants et acheteurs, ainsi que sur des visites professionnelles permettant aux participants de découvrir les régions viticoles sur le terrain. Au programme cette année : 4 860 rendez-vous d'affaires planifiés, selon l'agence, ainsi que 19 programmes de visites d'étude organisés dans toute la France avant le salon professionnel. Neuf de ces programmes se sont déroulés en Nouvelle-Aquitaine.

L'événement s'est tenu dans un territoire qui bénéficie déjà d'une forte notoriété internationale grâce au cognac, un produit tourné depuis longtemps vers l'export et doté d'une identité bien établie sur le marché mondial des boissons. Atout France a indiqué que les organisations professionnelles locales liées au cognac, au Pineau des Charentes et aux vins IGP Charentais avaient joué un rôle central dans cette édition, avec le soutien du contrat de destination Explore Cognac, un dispositif destiné à promouvoir la région à la fois comme destination touristique et comme territoire de production de boissons.

L'ampleur de la participation souligne que l'œnotourisme est considéré en France non seulement comme un segment de loisirs, mais aussi comme un canal commercial reliant producteurs, organismes de promotion touristique, concepteurs de voyages et réseaux internationaux de distribution. En mettant directement en relation domaines viticoles, responsables de destinations et voyagistes, l'événement peut aider les régions viticoles et spiritueuses françaises à créer de nouvelles offres de voyage, à

nouer des partenariats durables et à renforcer leur visibilité à l'étranger. C'est un enjeu pour le secteur des boissons, car le tourisme constitue souvent une porte d'entrée pour découvrir des marques et entrer directement en contact avec les vignobles, les domaines et les maisons qui sont également en concurrence sur les marchés à l'export.

Atout France a déclaré que l'événement visait à créer des relations d'affaires ciblées et durables, au-delà de la seule promotion généraliste. Cette démarche s'inscrit dans une évolution plus large de l'œnotourisme, qui privilégie les offres combinant dégustations, visites patrimoniales, gastronomie locale et nuitées. Dans des régions comme Cognac, où l'histoire de la production est étroitement liée à l'identité du territoire, ce modèle peut contribuer à la fois à la promotion de la destination et à la visibilité des catégories de boissons qui lui sont associées.

L'agence a également présenté l'événement comme un volet d'une stratégie nationale plus vaste. Selon elle, Destination Vignobles contribue à structurer un secteur qui reflète une composante à part entière de l'identité française et constitue un levier majeur d'attractivité internationale. Atout France a ajouté que son action s'inscrivait dans l'ambition de faire de la France la première destination œnotouristique d'Europe. Pour y parvenir, l'agence dit miser sur l'innovation, la transition environnementale, la qualité de l'accueil et l'accessibilité.

Ces priorités témoignent de la pression qui s'exerce sur les acteurs de l'œnotourisme, appelés à se moderniser tout en répondant à l'évolution des attentes des consommateurs. L'innovation peut prendre des formes diverses, des outils de réservation numériques et nouveaux formats de visite aux solutions de transport et aux itinéraires plus souples. La transition environnementale est devenue particulièrement importante pour les destinations viticoles qui mettent en avant les paysages, l'authenticité et les savoir-faire agricoles dans l'expérience proposée aux visiteurs. L'accessibilité et la qualité des services comptent elles aussi de plus en plus, alors que les régions cherchent à séduire un public international plus large, au-delà des voyageurs traditionnellement intéressés par le vin.

La liste des partenaires de l’événement a également illustré les liens étroits entre la promotion touristique et le secteur des boissons. Atout France a indiqué qu’Air France était le transporteur officiel et que Hennessy et Pernod Ricard figuraient parmi les entreprises ayant soutenu cette édition. Leur participation souligne le poids des grandes marques dans la promotion des visites de régions de production et dans la mise en relation de l’hospitalité, du voyage et du marketing des boissons.

L’innovation dans le secteur a également été mise à l’honneur avec le Wine Tourism Innovation Challenge, un concours international organisé par UN Tourism avec la participation de la Direction générale des Entreprises et le soutien d’Atout France. Trois lauréats ont été récompensés pendant l’événement, au Pavillon France : La Bulle verte, en France, Wine Train Vipava Valley, en Slovénie, et Sächsisches Staatsweingut Schloss Wackerbarth, en Allemagne. Atout France a indiqué que ces prix distinguaient des projets qui contribuent à renouveler les pratiques du secteur et à façonner l’avenir de l’œnotourisme.

Si Destination Vignobles est axé sur le tourisme, ses retombées commerciales dépassent le seul secteur du vin et des spiritueux. Les visites de vignobles et les expériences proposées par les producteurs peuvent influencer la manière dont les voyageurs internationaux et les professionnels du secteur appréhendent les produits d’une région, et ouvrir la voie à de futures ventes, à des partenariats et à une valorisation de la destination par ses marques. Dans cette perspective, la forte participation à Cognac témoigne de l’intérêt international persistant pour les voyages autour des régions viticoles, ainsi que pour les producteurs et les catégories de boissons qui forgent l’identité de ces territoires.