

GéoVina signe avec la destination Perpignan Méditerranée Rivesaltes

Par Fanny Linares | 23/11/2015, 17:07 | 484 mots



Jacques Barthes, vice-président d'Agly Fenouillèdes, Gilles Foxonet, vice-président de PMCA, Marie Daigneaux, dirigeante de Géovina et Lionel Lavail, président du domaine Cazes et dirigeant du mas Latour Lavail. (Crédits : Fanny Linares) Perpignan Méditerranée, la Communauté de communes Agly Fenouillèdes et le Syndicat Agly Verdoube font appel à l'application héraultaise GéoVina. Objectif de ce partenariat, présenté le 23 novembre : valoriser la destination oenotouristique « Perpignan Méditerranée Rivesaltes », labellisée « Vignobles & découvertes ».

L'application numérique GéoVina, conçue dans l'Hérault, vient de décrocher un partenariat avec Perpignan Méditerranée Communauté d'Agglomération (PMCA), la Communauté de communes Agly Fenouillèdes et le Syndicat Agly Verdoube, trois institutions des Pyrénées-Orientales liées au sein de la destination oenotouristique « Perpignan Méditerranée Rivesaltes ». Cette destination, qui regroupe 59 communes de l'agglomération perpignanaise et de la vallée de l'Agly (66), 14 AOP et trois IGP, est labellisée « Vignobles et découvertes ».

GéoVina, application spécialisée dans l'oenotourisme, référence donc désormais 37 structures labellisées de la Communauté d'agglomération perpignanaise et de la vallée de l'Agly (66), en anglais et en français. Elle met également en avant cette destination, notamment par une pleine page de publicité sur son écran d'accueil.

Objectif : le leadership régional en oenotourisme

Pour les acteurs de Perpignan Méditerranée Rivesaltes, ce partenariat a pour but d'accroître la notoriété des sites oenotouristiques afin, notamment, de répondre aux exigences de Vignobles & découvertes. Créé en 2009 par Atout France, ce label est attribué pour une durée de trois ans reconductible, à condition qu'un travail de développement de l'attractivité du territoire soit réalisé.

La destination Perpignan Méditerranée Rivesaltes a obtenu son renouvellement en 2014, et poursuit donc son travail d'aide à la création et de structuration de l'offre touristique, d'animation de réseau et de mise en avant du territoire. Entre autres initiatives, des actions de promotion ont été réalisées dans le cadre du festival Visa pour l'Image à Perpignan ou encore du semi-marathon de Toulouse et PMCA participe au financement de projets oenotouristiques, comme le Mas Latour Lavail, ouvert l'été dernier à Perpignan.

« Nous pouvons prétendre à devenir leaders en matière oenotouristique au sein de la grande région, annonce le vice-président de PMCA délégué à l'oenotourisme Gilles Foxonet. Nous prendrons dès janvier des contacts avec les futurs représentants de la grande Région pour poser la première pierre de l'action que nous mènerons au sein de cette première région viticole de France. »

GéoVina ambitieuse 300 000 vues

Créée en février dernier après une gestation de deux ans, GéoVina apporte à ses utilisateurs des informations sur les domaines, caves et autres lieux oenotouristiques, et produits du terroir. Axée pour l'instant sur le Languedoc-Roussillon, elle a vocation à proposer des informations sur les autres grandes régions viticoles françaises dès 2017, avant de s'attaquer à d'autres pays. Dans ce cadre, la start-up cherche actuellement à lever des fonds.

« Nous avons actuellement 1500 références et 25 000 vues par mois, explique Marie Daigneaux, dirigeante de GéoVina. Nous visons les 300 000 vues mensuelles à l'horizon 2020. Nous voulons en faire un outil incontournable de l'oenotourisme en France. Dès 2016, nous allons mettre l'expérience client en avant et développer le e-commerce. »