

ENQUÊTE

œNOTOURISME

DANS LES CHAMPS DE BACCHUS

Quad dans les vignes, survol en montgolfière, cours de cuisine en compagnie d'un chef étoilé, dégustation à l'aveugle perché à la cime des arbres, vinothérapie, rencontre avec les producteurs... L'œnotourisme ouvre aux entreprises des perspectives variées et souvent insolites.

Par Marie Gilles

« **V**éritablement, l'œnotourisme est dans l'air du temps ! », affirme Joclyne Perin, directrice de Vino Passion, le premier salon en France du tourisme vitivinicole qui a lieu chaque mois de mai à Épernay, en Champagne-Ardennes. Même si, en la matière, et malgré un réel dynamisme, le marché français accuse encore un certain retard par rapport à des pays comme l'Afrique du Sud ou encore l'Argentine ; lesquels proposent aux

touristes, quasi systématiquement, la visite de wineries. C'est dire si, sur le long terme, les perspectives de développement du marché français sont prometteuses. Car, avec la réputation mondiale de ses flacons, ses 850 000 hectares de vignobles et surtout ses 10 000 caves qui ont reçu, entre 2008 et 2010, plus de 12 millions de visiteurs français et étrangers, l'Hexagone a largement les moyens de satisfaire les amateurs de grands crus, touristes d'affaires compris ! D'autant plus qu'aujourd'hui, l'œnotourisme va bien au-delà des classiques tours des caves, touchant à tout ce qui gravite autour de la noble boisson : le patrimoine, la gastronomie, le bien-être, les activités sportives, les métiers de la vigne et les techniques qui s'y rapportent. « Une visite à pied dans les vignobles, suivie d'un pique-nique dans les vignes, est fréquemment demandée par les entreprises », souligne Pascal Duconget, directeur général de Vignerons de caractère.

UN MARCHÉ EN EFFERVESCENCE

Dans le Beaujolais, le domaine Dubœuf, premier « œnoparc » dans la région, répond parfaitement à ce style de demande. Dès sa conception, son créateur Georges Dubœuf a souhaité « répondre à ce désir de connaissance, qui devient une nouvelle forme de loisirs... On cherche à retrouver l'esprit du terroir et comprendre l'évolution des technologies pour ouvrir aux visiteurs curieux les coulisses d'une scène



« Le vin est connu de tous ; il est aimé de tous », écrivait Baudelaire. Festif et convivial, il cimenter aussi les relations professionnelles.

mal connue : celle de la vigne et du vin ». Sur 30 000 m², le Hameau Dubœuf, avec ses 25 salles d'expositions, une quinzaine d'animations et quatre espaces de réunions, est un lieu unique en France. L'originalité faisant aussi partie de sa raison d'être, le site propose aux entreprises l'intervention d'humoristes de renom, comme Nicolas Canteloup ou le Belge Olivier Laurent, mais aussi des activités ludiques comme ce parcours aventureux sur un golf de 10 trous au cœur de ce village dédié au Beaujolais.

Également situé au milieu des vignes, mais en Bourgogne cette fois, à Chablis, le domaine Daniel-Étienne Defaix invite



AUJOURD'HUI, L'ENOTOURISME VA BIEN AU-DELÀ DES CLASSIQUES TOURS DES CAVES, TOUCHANT À TOUT CE QUI GRAVITE AUTOUR DE LA NOBLE BOISSON : LE PATRIMOINE, LA GASTRONOMIE, LE BIEN-ÊTRE, LES ACTIVITÉS SPORTIVES, LES MÉTIERS DE LA VIGNE...

les groupes incentive à s'initier aux différents crus à travers la visite des caves de Bailly-Lapierre, haut lieu du crémant situé dans d'anciennes carrières souterraines. Bien entendu, le domaine organise des dégustations... Mais elles ont la particularité d'être animées par Daniel-Étienne Defaix en personne, lequel ne se contente pas de plonger les participants dans l'histoire du vignoble,

mais retrace de manière attrayante celle de sa famille ; soit 14 générations dévouées à la dive bouteille ! D'autre part, afin de faire partager les traditions locales, les diners peuvent être agrémentés d'une troupe folklorique de danseurs, chanteurs et musiciens, voire par une conteuse s'exprimant en patois morvandiau ! Côté authenticité, le château du Berne, situé dans l'arrière-pays provençal,

au cœur d'un domaine de 600 hectares, n'est pas en reste. En fonction des saisons, les groupes – d'une quarantaine de personnes maximum – participent aux vendanges sous forme de challenge. Au programme : récolte du raisin, pause "casse-croûte" vigneron, découverte des différentes étapes de vinification et... une inévitable dégustation.

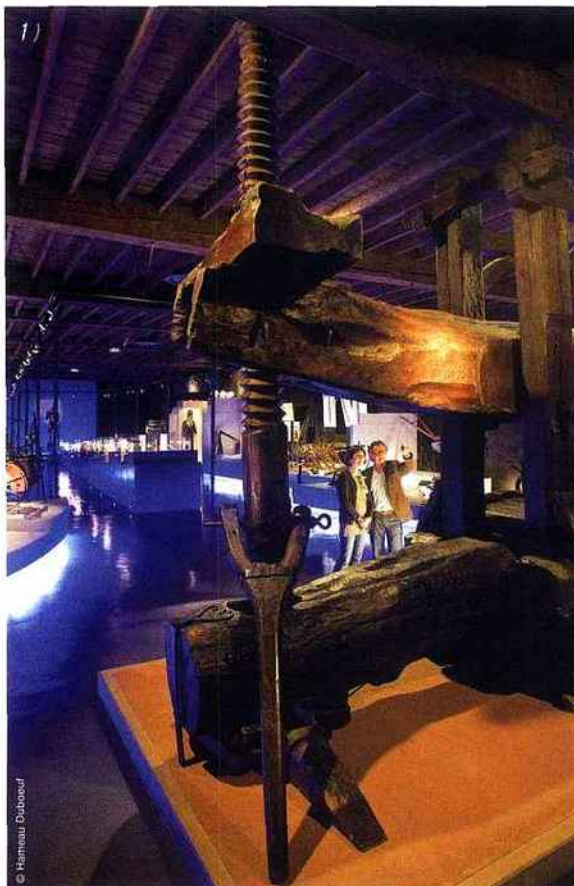
Région viticole entre toutes, Bordeaux attire les amateurs du monde entier, la ville

Bordeaux, Champagne, Bourgogne : ces appellations sont des publicités vivantes pour un art de vivre à la française recherché par les visiteurs étrangers. L'enotourisme, en pleine expansion, s'appuie sur des terroirs uniques et des valeurs intemporelles.

1) Tout à la gloire des Morgon, Brouilly ou Saint-Amour, le Hameau Dubœuf, premier "œnoparc" de France, invite à parcourir l'univers du vin à travers une visite didactique et ludique.

2) La fraîcheur d'un Riesling ou la complexité d'un Gewürztraminer : ces plaisirs gustatifs sont autant de raisons de se rendre en Alsace, s'ajoutant au riche patrimoine culturel de la région.

3) Le survol en montgolfière fait partie des nombreuses activités qui se sont développées autour des visites de caves.



4) Plus que des cours magistraux, les visiteurs aiment apprécier par eux-mêmes la subtilité des différents crus et découvrir la personnalité des vins comme celles de leurs producteurs.

5) Luxe de rigueur à Bordeaux, où les participants sillonnent en Rolls Royce les prestigieux domaines de Bernard Magrez.

se classant première au Top 10 des escapades œnologiques. Devant la Napa Valley en Californie, la Toscane en Italie, la Champagne en France, la Barossa Valley en Australie, la Rioja en Espagne, les vignobles du Chili, d'Afrique du Sud ainsi que ceux de Nouvelle-Zélande ! Noblesse de ses crus oblige, beaucoup de clients affaires souhaitent loger dans un lieu de prestige, selon le Convention Bureau de la ville. Et si possible "au milieu des vignes" comme au Château Hôtel Spa Grand Barrail, aux Sources de Caudalie, au Relais de Margaux ou au Golf du Médoc Hôtel & Spa. Car, en Aquitaine, l'œnotourisme donne dans le

très haut de gamme. Ainsi, Bernard Magrez, propriétaire de 35 vignobles dans le monde, a-t-il créé l'agence Luxury Wine Tourism dont le siège est installé au centre d'un des domaines bordelais du groupe, le château Pape Clément, à Pessac. "Nous proposons aux entreprises de vivre une expérience prestigieuse, unique : savourer le quotidien d'un authentique châtelain, dans sa propriété !", explique Claire Ballarin, responsable œnotourisme de l'agence. Le ton est donné d'emblée, lorsque les privilégiés sont accueillis par un majordome qui leur remet la clé des lieux.

Pendant le séjour, ils découvrent l'ordinaire – si l'on peut dire – du domaine et

peuvent même partager la table de leurs hôtes. Des visites et activités sont bien sûr organisées. Et pour rester dans le ton, tous les transferts d'un site à l'autre s'effectuent en Rolls Royce ! Mieux, au départ des plus grandes villes du monde, un Falcon 50 peut être mis à disposition des groupes – très exclusifs, on s'en doute – pour rejoindre l'un des domaines du propriétaire bordelais. À bord de ce jet d'affaires, une dégustation des meilleurs millésimes... L'agence propose d'autres options, toujours très VIP : survol en hélicoptère des vignobles et de la région, sortie en pinasse sur le bassin d'Arcachon, rencontre d'ostréiculteurs et dégustation d'huîtres, cocktail dînatoire dans un carrel – cabanes de pêcheurs posées au bord de la Garonne –, spectacle au Grand Théâtre de Bordeaux, concert privé au château avec des interprètes lyriques de renom, cours de cuisine avec un chef étoilé,

coach sportif privé, visite de Bordeaux au fil de l'eau à bord d'un légendaire bateau Hacker-Craft...

SANITAS PER VINUM

Toujours dans le Bordelais, des séjours bien-être sont également possibles, aux Sources de Caudalie, où les groupes incentive se réjouiront d'une expérience unique en France : la vinothérapie. "Depuis notre création en 1999, les demandes émanant des entreprises ne cessent de croître. Surtout ces dernières années", remarque Alice Tourbier, co-directrice. Ainsi, la clientèle affaires représente près de 20 % de l'activité de ce luxueux complexe hôtelier dédié à l'art de vivre et posé au cœur des vignes du renommé château Smith Haut Lafitte, Grand Cru classé de Graves. Alice Tourbier note "que, généralement, cette clientèle souhaite visiter un ou deux châteaux... Elle demande

de l'interaction, des explications ludiques, mais surtout pas de cours magistraux sur le vin. Les participants préfèrent prendre le verre en main puis oxygéner le vin, le bumer, et enfin le porter en bouche". Les invités séjournent dans cet hôtel cinq étoiles décliné sous forme de hameau. Ils s'initient à la dégustation, guidés par le chef sommelier Aurélien Farrouil ; se régale de la cuisine de Nicolas Masse, un macaron au Michelin, et se font chouchouter au spa vinothérapie, élu parmi les meilleurs au monde par les lecteurs de Condé Nast Traveller. Ce spa de 1 500 m² dispense des soins exclusifs basés sur les bienfaits de la vigne et du raisin, tel que le gommage Crushed Cabernet, l'enveloppement Fleur de vigne, le bain "barrique" ou encore le massage vigneron.

Un séjour tout aussi insolite attend les groupes incentive en Champagne. Dans cette région, certaines caves se visitent après une descente en rappel. Les balades dans les vignes s'effectuent en segway ou en voiture de collection. Les vignobles se découvrent depuis la nacelle d'une montgolfière et les dégustations se font à la cime des arbres, comme au Perching Bar, à Verzy, au cœur

NOBLESSE DES CRUS BORDELAIS OBLIGE, BEAUCOUP DE CLIENTS AFFAIRES SOUHAITENT LOGER DANS UN LIEU DE PRESTIGE, SELON LE CONVENTION BUREAU DE LA VILLE. ET, SI POSSIBLE, "AU MILIEU DES VIGNES".



Partager le quotidien des vigneron et transformer les cadres d'entreprises en apprentis vendangeurs : de nombreux prestataires se sont spécialisés dans l'œnotourisme à destination du monde de l'entreprise, à l'image de l'agence de voyages Promenades en France qui a développé son offre "Séminaires et vignobles".

du parc de loisirs Arboxygènc. À 5,5 mètres du sol, ce "haut" lieu célèbre à sa manière Dom Pérignon et accueille les groupes allant jusqu'à 70 personnes. Unique en Europe, ce bar se présente sous la forme d'une cabane avec une plateforme de 80 m² dotée d'une terrasse. Complètement intégrée au paysage, on y accède par une passerelle en bois. De là, les clients jouissent non seulement d'une vue exceptionnelle sur la plaine de Champagne, mais ils peuvent aussi découvrir les meilleurs crus de la Marne, comme Mumm ou Bollinger. Parallèlement, les groupes pourront s'exercer, au sein du parc, à un parcours dans les arbres ou visiter la distillerie de Guillon, unique production de single malt de la région.

Tout autant que les autres, les vins alsaciens font partie du patrimoine viticole français. D'après une enquête Ipsos mettant en lumière le choix d'une destination, le vignoble alsacien contribue à hauteur de 22 % à la venue de touristes français dans

la région, et à celle de visiteurs allemands pour 17 %. Gastronomie et visites de caves sont même la deuxième raison de fréquentation de l'Alsace, motivant une personne sur trois. Voire un touriste sur deux pour le territoire d'Eguisheim et de Turckheim.



*"Nous sommes une région viticole renommée avec un panel important d'activités offertes par divers prestataires et producteurs. Une diversité qui séduit bon nombre d'entreprises", relève Mireille Dartus, directrice du **Strasbourg***

Convention Bureau. Gabriela Reichert-Frey de l'agence Destination, précise qu'elle "reçoit beaucoup de groupes affaires venant du monde entier... Les demandes sont carrément exponentielles !" Ses clients ne veulent plus se limiter à une dégustation. Ils ont soif de connaissance. Ainsi, ils pourront apprécier la présence exceptionnelle de la confrérie Saint-Étienne – rassemblement d'œnologues alsaciens distingués – lors d'un dîner de gala au château de Pourtalès, siège de l'agence. Autre produit plébiscité : "l'Art de vivre à la française". Idéalement conçu pour des groupes d'une cinquantaine de personnes maximum, cet atelier initie à l'art de recevoir. Les cours se déroulent au château où les participants apprennent à accueillir leurs invités, à dresser une table, à placer les convives, à plier les serviettes... Mais l'animateur ne se borne pas à dispenser un cours magistral. Il raconte également d'amusantes anecdotes à propos des us et coutumes en vigueur aux siècles passés. Vinothérapie,

RENCONTRE



Christian Mantei, directeur général d'Atout France

« Un nombre croissant d'entreprises se tourne vers l'œnotourisme pour leurs manifestations. »

Comment évolue le marché de l'œnotourisme ?

C.M. – Depuis une dizaine d'années, l'œnotourisme se développe singulièrement. Selon la dernière publication "Tourisme et Vin" réalisée par Atout France, on estime à 24 millions le nombre de visites – et non de visiteurs – dans les régions vitivinicoles étudiées, dont 6 millions d'étrangers et 18 millions de Français. Le nombre de caves touristiques en France s'élève à plus de 10 000 et celles-ci reçoivent plus de 12 millions de visites. On compte également 31 musées et sites thématiques liés au vin. Ces derniers accueillent, en moyenne, 1 million de visiteurs par an. Le potentiel de développement est encore très important si l'on considère que de nombreux produits attendus sont encore méconnus.

Quels sont les atouts de la France vis-à-vis des autres destinations viticoles ?

C.M. – D'après notre étude, pour les Français comme pour les étrangers, la France reste le leader du tourisme viticole. Dans la mémoire collective, le vin est rattaché aux valeurs de la France, à ses terroirs et à son art de vivre : c'est le pays de la gastronomie ! Notre premier atout est la qualité des produits et la diversité des vignobles. D'autre part, contrairement aux destinations du Nouveau Monde où le tourisme s'apparente plus à des visites formatées de grosses caves et de structures récentes du type bodegas en Espagne ou wineries aux USA, la France possède une véritable histoire et une tradition du vin. À travers l'œnotourisme, c'est tout un fond culturel que nous

proposons : des rencontres avec des vignerons, de la gastronomie, des dégustations... mais aussi des paysages et des territoires façonnés par la viticulture. Et non l'inverse !

Le tourisme d'affaires pèse quel poids sur ce marché ?

C.M. – Le nombre d'entreprises qui se tournent vers l'œnotourisme va croissant. Porteur de valeurs de partage et de convivialité, synonyme de plaisir, festif et ludique, le vin représente un formidable support pour leurs événements. De nombreux châteaux ouvrent leurs portes pour des soirées prestigieuses et, par ailleurs, les visites de chais peuvent ponctuer conventions ou séminaires. De leur côté, les vignobles offrent un magnifique terrain de jeu pour des incentives.

Pouvez-vous nous citer des exemples d'actions mises en place par les acteurs de la filière ?

C.M. – Les producteurs se structurent pour accueillir les groupes affaires ; des réceptifs spécialisés sur une région proposent une offre œnotouristique... Des sommeliers de renom, comme Franck Thomas, meilleur sommelier de France en 2000, animent des soirées. Cinérea décline toute une gamme d'animation. Des sites, comme la Winery de Philippe Roux, près de Bordeaux, proposent des infrastructures pour l'organisation d'événements, livrés clé en main. Enfin, le futur Centre culturel et touristique du vin, qui doit ouvrir à Bordeaux en 2014, sera aussi un nouveau lieu emblématique de l'œnotourisme français mis à la disposition des entreprises.



© Sources de Caudalie

1) **Hôtel cinq étoiles au cœur des vignes du château bordelais Smith Haut Lafite, les Sources de Caudalie poussent à l'extrême le "french paradox", avec un concept bien-être innovant : la vinothérapie.**



2) **L'art de recevoir est une valeur fondamentale, éminemment française, et le château de Pourtalès convie ses invités à s'exercer aux rigueurs de l'étiquette.**

© Château de Pourtalès

L'ŒNOTOURISME, QUI L'ÊT CRU, EST AUSSI DÉVELOPPÉ EN ILE-DE-FRANCE. EN EFFET, LA RÉGION POSSÈDE QUELQUES ARPENTS DE VIGNE, ET MÊME UN MUSÉE DU VIN EN PLEIN PARIS.

une autre agence alsacienne, organise pour sa part des dégustations thématiques à l'aveugle durant lesquelles les invités doivent deviner un vin intrus. Les thèmes peuvent être, par exemple, les cépages régionaux ou plus tendance, les vins bio. Des soirées accords mets-vins ont également lieu.

Dans le Val de Loire, la troisième région vinicole en AOC, l'œnotourisme marie

nature et histoire. Il est vrai qu'avec plus de 400 châteaux, un vignoble d'exception et la majesté du dernier grand fleuve sauvage d'Europe, les entreprises disposent d'un large choix. Elles peuvent, par exemple, descendre la Loire en canoë avec des guides naturalistes et bivouaquer sur une petite île déserte. Là, elles goûtent à un repas traditionnel tourangeau et découvrent, en com-

pagnie d'un spécialiste, les plus belles appellations de la région, les Vouvray, Chinon, Bourgueil... Elles écoutent un comédien raconter l'histoire des châteaux ; celles des rois, des poètes et des artistes. À la tombée de la nuit, les amateurs observent les castors et les oiseaux migrateurs venus d'Afrique. "La région est également idéale pour des survols des vignobles et des châteaux en montgolfière", précise aussi Pierre-Olivier Coron, responsable de l'agence Promenades en

France. Autres grands classiques : des soirées costumées Renaissance, des dégustations dans des lieux troglodytes et des repas délicieusement arrosés dans des guinguettes des bords de Loire.

SOIF DE CONNAISSANCE

Ces mêmes guinguettes que l'on retrouve en région parisienne, le long de la Marne. Car l'œnotourisme, qui l'eût cru, est aussi développé en Ile-de-France. En effet, la région possède quelques arpents de vignes, et même un musée du vin en plein Paris. Ainsi, la société Cinérea, en partenariat avec l'agence Le Chemin des Vignes, amène les groupes dans les vignobles d'Issy-les-Moulineaux, aux portes de la capitale. Des soirées de gala, placées sous le signe de Bacchus, se déroulent dans d'anciennes carrières de craie. Parmi les animations dispensées, certaines sont directement calquées sur des jeux télévisés, comme *Le juste cru*, *Qui veut gagner des St-Emilion ?* ou *La barrique de la fortune*. De son côté, Œnodysee, spécialiste de l'événementiel œnologique, organise des rallyes pédestres dans Paris. Les groupes, stupéfaits, découvrent que l'Ile-de-France a été la première région productrice de vin en France jusqu'en 1860 ! Ils appréhendent, sous l'angle du vin, les quartiers de Montmartre, du Marais, de Bercy ou celui du Louvre et du Palais Royal. Ils participent à des ateliers vigneron : montage de barrique, séance de caricature bachique, utilisation de vieux outils, dégustation à l'aveugle... et terminent leur journée par une partie de pétanque. Un bouquet final certes empreint de la douceur de vivre du Sud de la France, mais qu'importe ! Les parties sont toujours fort joyeuses. Et pour cause. ■