

ÉCONOMIE

L'œnotourisme
en plein
essor

REIMS Les touristes sont de plus en plus nombreux à venir vivre des « expériences » en Champagne et à plonger au cœur du vignoble.

Les chiffres sont bons. Très bons même. Et les professionnels s'accordent à dire qu'il reste une belle marge de progression. Aux 3^{es} Assises du tourisme du Grand Reims, organisées hier au centre des congrès, tous les intervenants ont parlé d'un « très bon cru 2018 » marqué par une fréquentation en hausse. « En 2017, nous avons accueilli à Reims 3,5 millions de touristes. C'est un formidable signal pour l'attractivité de notre territoire. Les dix premiers mois de 2018 semblent également prometteurs », se réjouit Catherine Vautrin, la présidente de l'office de tourisme du Grand Reims.

LES TOURISTES VEULENT VIVRE
DES EXPÉRIENCES FORTES

De son côté, Laurence Prévot, la directrice du Comité régional du tourisme Champagne-Ardenne, prédit une « année record ». La destination Champagne intéresse, assure-t-elle, de plus en plus de monde. La preuve : 93 % des tour-opérateurs qui proposent des destinations « vignoble » programment désormais la Champagne. « Un tiers d'entre eux n'étaient jamais venus chez nous. Aujourd'hui, ils sont 99 % à nous être fidèles. »

Si la quasi-totalité des touristes qui viennent en Champagne veulent visiter la cathédrale de Reims, ils sont de plus en plus nombreux à opter pour l'œnotourisme, ce tourisme lié au vin qui permet de déguster, de visiter des caves et des cuveries mais aussi d'échanger avec des vignerons, dans des petites ou grandes maisons.

« Aujourd'hui, qu'ils choisissent ou non l'œnotourisme, les voyageurs ne veulent plus être de simples spectateurs. Ils souhaitent être acteurs et vivre de véritables expériences », estime Alexandre Bari-

teaud, le directeur marketing et commercial de l'office de tourisme du Grand Reims.

Une campagne de
communication décalée
pour toucher de
nouveaux publics et les
inciter à venir sur place

Pour répondre à cette demande croissante d'œnotourisme, les professionnels innovent. « Il faut agir ! », remarque Léo Ginailhac, le fondateur de l'entreprise Erell Digital, en glissant que les maisons de champagne ont souvent tendance à se reposer sur leurs lauriers, notamment en matière de communication.

Le viticulteur Maxime Blin, qui est membre du bureau du Syndicat général des vignerons (SGV), a présenté hier sa campagne de communication « décalée » qui invite à boire du champagne en toute simplicité, avec un artichaut, un œuf dur ou des sardines à l'huile.

« Le pari était osé car ça bouscule les codes. Mais l'objectif de toucher de nouveaux publics a été atteint et les nombreux retours que nous avons eus montrent que nos anciens consommateurs n'ont pas été déstabilisés. Par ailleurs, ce genre de campagne de communication sur le champagne incite indirectement les gens à venir nous rencontrer sur place. »

LE JAPON, UN EXEMPLE À SUIVRE
EN MATIÈRE D'ACCUEIL

Les touristes qui cherchent à vivre de bons moments dans les vignes et les caves sont nombreux à se tourner vers des opérateurs spécialisés dans l'œnotourisme. Pascal Mineau, créateur en 2011 France Bubbles Tours, organise par exemple des



En Champagne, 1,7 million d'œnotouristes ont déjà été enregistrés en un an. Archives Remi Wafflard

excursions dans les secteurs de Reims et d'Épernay. « Nous proposons des accueils individuels ou en petits groupes. Notre clientèle est internationale et la concurrence est mondiale. D'où l'importance de participer à de nombreux salons, pour se faire connaître », a-t-il témoigné hier au centre des congrès.

Le professionnel a par ailleurs souligné que les Champenois doivent faire attention à la quali-

té de l'accueil. « Nous devrions suivre l'exemple des Japonais, très forts dans ce domaine. »

Matthias Collard travaille pour sa part pour À la Française !, une société qui intervient en Champagne mais aussi dans le bordelais et en Bourgogne, et depuis peu en Provence.

En Champagne, il accueille une majorité d'Américains et d'Asiatiques. Si ces derniers, qui ne se déplacent dans la région que

pour une journée, réclament des visites dans les grandes maisons du groupe LVMH ou Taittinger, ils se montrent également très intéressés par les petites entreprises familiales.

UN LIEN DIRECT AVEC LA CULTURE

« Les touristes étrangers sont très heureux de pouvoir discuter avec des petits viticulteurs. En venant ici, c'est d'ailleurs avant tout l'expérience champenoise qu'ils viennent chercher. D'où le besoin de trouver des guides qui sachent partager les valeurs de notre vignoble comme l'authenticité. »

Pour Matthias Collard, comme pour beaucoup de ses confrères, l'œnotourisme est directement lié à la culture, dans la mesure où le patrimoine champenois est intimement lié au vin. La marge de progression reste donc élevée. ■

VALÉRIE COULET

1,7 MILLION D'ŒNOTOURISTES EN CHAMPAGNE

L'office de tourisme du Grand Reims a enregistré 3,5 millions de touristes en un an. Parmi eux, on recense 1,7 million d'œnotouristes. Ces derniers représentent 17 % du total d'œnotouristes en France. Mardi 20 novembre, auront lieu à Paris, au palais des congrès, les premières Assises nationales de l'œnotourisme. Cette rencontre sera organisée par Atout France, à la demande de Jean-Baptiste Lemoyne, le secrétaire d'État auprès du ministre de l'Europe et des Affaires étrangères. L'occasion de mettre un coup de projecteur sur cette filière en pleine croissance et de fixer les grands axes de développement pour les années à venir.



DES "FA'BULLEUSES" AU SERVICE DE PETITES MAISONS DE CHAMPAGNE

Depuis 2014, sept vigneronnes installées en Champagne sont réunies au sein de Les Fa'Bulleuses, une association qu'elles ont créée pour « valoriser leur métier » et « apporter du dynamisme » dans leur secteur d'activité. L'objectif pour ces jeunes femmes est aussi de se serrer les coudes et de se mobiliser pour attirer davantage de touristes passionnés par l'élaboration du champagne. « Les reprises des vignobles par des femmes ne sont plus taboues. Il y a d'ailleurs de plus en plus de femmes à la tête des exploitations », remarque Delphine Brulez. Présente hier à Reims avec Claire Blin et Sophie Moussié-Milési, elle a insisté sur le fait que les Fa'Bulleuses n'est pas une association féministe. « Le vin n'est pas une question de genre mais de passion et de tradition ! », a-t-elle insisté. De même, les Fa'Bulleuses qui élaborent des « vins de caractère », ne croient nullement en l'existence d'un goût ou d'un palais spécifiquement féminin. Ces Champenoises, qui s'investissent beaucoup dans le développement de l'œnotourisme, viennent de lancer une route touristique qui traverse sept terroirs différents et qui s'écarte parfois de la traditionnelle route touristique du champagne. Lucile Bocahu, qui ne fait pas partie des Fa'Bulleuses, mais qui œuvre pour le champagne J. de Telmont à Damery, se mobilise, elle aussi, pour attirer de nouveaux touristes dans les vignes et les exploitations viticoles. Hier, elle a notamment annoncé avoir développé une chasse au trésor. ■ V.C.



Trois des sept Fa'Bulleuses, des vigneronnes passionnées.

3 QUESTIONS À...



PHILIPPE VERGER
DIRECTEUR DE
L'OFFICE DE
TOURISME

“Il faut continuer de chasser en meute !”

Comment se porte le tourisme dans la région de Reims ?

Les chiffres de fréquentation sont très encourageants : 3,5 millions de touristes dont 1,7 million d'œnotouristes. Ces touristes sont à 46 % étrangers. Le Grand Reims attire principalement des Belges, des Américains et des Britanniques. Côté Français, nous enregistrons une très forte hausse de touristes en provenance de l'Île-de-France.

Sur quoi vous appuyez-vous pour obtenir ces chiffres ?

Sur deux baromètres : la cathédrale de Reims et l'hôtellerie. Les éco-compteurs installés il y a trois ans montrent une fréquentation en hausse de 16 % à la cathédrale entre 2016 et 2017 (1,33 million de touristes). Pour 2018, on s'attend à une hausse de 12 %. Des éco-compteurs seront également installés l'an prochain à la basilique Saint-Remi. Par ailleurs, on s'appuie sur la hausse de la fréquentation du palais du Tau qui a beaucoup augmenté depuis 2016 et qui enregistre 85 000 visiteurs. Quant à l'hôtellerie, elle enregistre une hausse de six points, avec un taux d'occupation moyen de 70 %.

Quel est l'intérêt d'organiser des Assises du tourisme ?

C'est l'occasion de redire que nous avons besoin de continuer de chasser en meute, pour lutter contre la concurrence et tirer notre épingle du jeu. Le tourisme est une affaire collective !

“ 100 MILLIONS DE TOURISTES D'ICI 2020 ”



Le secrétaire d'État a découvert les mystères de l'assemblage champenois. Edouard Lantenois

Après son passage aux assises du tourisme à Reims, le secrétaire d'État aux Affaires étrangères Jean-Baptiste Lemoyne a pris la direction de Chouilly, pour y visiter le centre vinicole Nicolas Feuillate. Arrivé autour de 13 h 30, il a suivi une visite des lieux avec comme guides les responsables de l'entreprise. Une excursion à travers les locaux de la société vitesse grand V, d'à peine 40 minutes là où l'itinéraire demande une bonne heure en temps normal. Bien que pressé par son agenda, Jean-Baptiste Lemoyne s'est arrêté dans chaque salle, ne lâchant jamais son téléphone des mains et mitraillant chaque point de passage. « Je prépare mon reportage Facebook de ce soir », adresse-t-il à son audience. Exceptés les souvenirs sur écran, le secrétaire d'État était tout sauf avaro de questions sur la conception du produit phare de la région. De l'assemblage des cuves à l'habillage des bouteilles en passant par les machines de dégorgeage, rien n'a été épargné au chef de cave Guillaume Roffiaen, qui a dispensé sa science. Après son déjeuner sur place, l'escorte ministérielle a fait un arrêt à Mareuil-sur-Ây, pour visiter cette fois-ci la maison Billecart Salmon. La halte à l'abbaye de Hautvilliers a été annulée en raison des obligations du secrétaire d'État, qui a dû quitter la région plus tôt que prévu. Également sénateur de l'Yonne, terre du chablis, l'Élu souhaite porter l'œnotourisme à un plus haut niveau, à une semaine des assises nationales se tenant à Paris. Quitte à afficher des objectifs ambitieux. « Reims c'est 3,5 millions de touristes qui passent, détaille Jean-Baptiste Lemoyne. L'objectif c'est d'atteindre les 100 millions de touristes internationaux d'ici 2020. » Dans cette optique, il dit compter sur les acteurs locaux pour aboutir à tel résultat. Interrogé sur les potentiels freins à la compétitivité comme le travail dominical, le secrétaire d'État a réaffirmé la volonté du gouvernement de « simplifier le code du travail. Il y a un sujet de tension qui est celui du recrutement dans le secteur du tourisme. Ce sera le thème majeur que le Premier ministre a choisi pour le prochain comité interministériel pour le tourisme qui aura lieu le 20 mars », a-t-il promis en conclusion. ■ SKANDER FARZA