

Avec sa Cité du vin, Bordeaux veut devenir la capitale de l'oenotourisme

FRANK NIEDERCORN ([HTTP://WWW.LESECHOS.FR/JOURNALISTES/INDEX.PHP?ID=23801](http://www.lesechos.fr/journalistes/index.php?id=23801)) | Le 31/05 à 07:00



Avec sa Cité du vin, Bordeaux veut devenir la capitale de l'oenotourisme

Le bâtiment est inauguré ce mardi par Alain Juppé et François Hollande. Dédié à la découverte du monde du vin, il veut attirer 450.000 visiteurs par an.

« Il m'est arrivé d'affirmer : "La Cité du vin sera mon Guggenheim". », Dans le dossier qui présente le projet, Alain Juppé qui doit inaugurer l'édifice ce mardi 31 mai en compagnie de François Hollande, malgré des manifestations qui risquent de perturber l'événement, place la barre très haut. A Bilbao, le musée dessiné par Frank Gehry est lui-même une oeuvre d'art qui a transfiguré la ville. Mais si Desmazières et Anouk Legendre de l'agence parisienne XTU n'ont pas la notoriété de l'architecte américain, ils ont donné naissance à un bâtiment audacieux, dont les formes tout en courbes évoquent

« l'âme du vin ». Tout comme le musée basque, il a été construit sur des friches industrielles. En aval du nouveau pont levant à l'entrée des Bassins à flot (l'ancien coeur du port), il constitue avec ses 55 mètres de haut le premier édifice que voient les croisiéristes arrivant en paquebot dans le centre de Bordeaux. Son mode constructif est lui aussi innovant : bois pour la charpente, aluminium et verre pour les 3.165 panneaux de la façade.

Il reste désormais à transformer la prouesse architecturale en réussite économique. Car pour la ville, le coût est lourd puisqu'elle assume 38 % du financement. Le solde étant apporté par les autres collectivités, le Conseil interprofessionnel du vin de Bordeaux (CIVB) et une fondation reconnue d'intérêt public qui apporte 19 % du budget, principalement auprès des grands propriétaires, mais aussi de nombreux étrangers. « *C'est un gros atout, car le projet bénéficie d'un rayonnement international dès le départ* », souligne Didier Arino qui dirige Protourisme, le cabinet qui a réalisé l'étude marché en 2012, qui estime que la Cité du vin, une fois en vitesse de croisière, produira 38 millions d'euros de retombées par an et 250 emplois directs.

Coûts maîtrisés

Le coût du projet s'est finalement élevé à 81 millions d'euros avec un dérapage de 28,6 % dans le temps. Beaucoup mieux que d'autres, estime la ville qui a comparé sa Cité du vin à six autres grands projets culturels, comme la Fondation Louis Vuitton à Paris, le MuCEM à Marseille ou le Musée des Confluences de Lyon, dont les **factures** (<http://solutions.lesechos.fr/injonction-de-payer/>) ont en moyenne grimpé de 158 %. Alain Juppé revendique ainsi « l'exemplarité » en termes de maîtrise des coûts avec, à l'arrivée, un prix du mètre carré d'environ 6.000 euros, la moitié des projets concurrents.

Encore faudra-t-il attirer les 450.000 visiteurs annuels espérés. Si l'objectif n'a, a priori, rien d'impossible à atteindre dans une ville qui revendique désormais 5 ou 6 millions de touristes chaque année, il est indispensable car « *le modèle économique repose uniquement sur la rentabilité en phase d'exploitation* », insiste Philippe Massol, directeur général de la Fondation pour la culture et les civilisations du vin qui a supervisé tout le projet. Avec des revenus qui dépendent de la billetterie, mais aussi des boutiques, du restaurant, du bar à vins et de la location d'espaces.

Pas un musée

La Cité du vin n'est pas un musée puisqu'elle n'a pas de collection permanente, mais a vocation à « *transmettre au plus grand nombre ce patrimoine culturel, universel et vivant qu'est le vin* ». Une bonne partie du succès va tenir à celui de la technologie et de la scénographie mise au point par le cabinet anglais Casson Mann. Sur le parcours permanent de 3.000 mètres carrés qui constitue le coeur de la visite, le numérique est en effet omniprésent : images 3D, diffusion d'odeurs, décors immersifs... Chaque visiteur effectuant son parcours avec un audio guide interactif spécifiquement développé par l'allemand Tonwelt, le numéro un du secteur. Un survol en image des vignobles du monde entier sera possible, sans oublier une table tactile géante qui permettra d'entendre des vigneronnes et de voir des cartes et des images de dix régions du monde.

Les délais de construction et d'aménagement ont été très serrés. Il était en effet impensable pour la Cité de ne pas profiter de l'effet d'aubaine du déroulement de l'Euro de football à Bordeaux et du début de la saison estivale.

Frank Niedercorn, Les Echos
Correspondant à Bordeaux