

ENOTOURISME / Le camping Les portes du Beaujolais à Anse propose à ses clients une formule alliant hébergement, Spa et œnologie. Valérie Bérerd, la gérante de l'établissement, a fait installer des œnologes parmi les tentes et les mobil'homes « classiques ». Une jolie preuve du combat qu'elle mène aux côtés des viticulteurs de la commune, pour promouvoir le Beaujolais.

Une promotion innovante et passionnée du Beaujolais

« Rhône tourisme a présenté notre candidature aux trophées du tourisme et de l'innovation et nous avons remporté le premier prix dans la catégorie éco-construction - développement durable ».

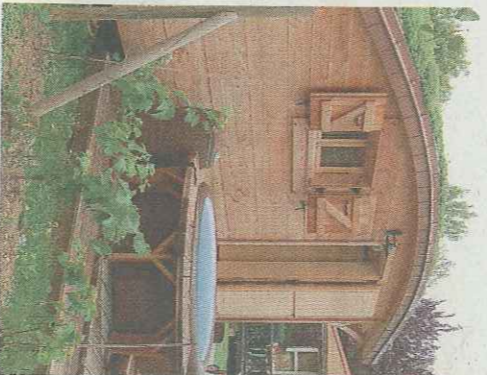
Une belle récompense pour Valérie Bérerd, gérante du camping Les portes du Beaujolais à Anse, à l'origine d'une démarche innovante et passionnée autour de la promotion du Beaujolais. Cette démarche passe entre autres par l'implantation de deux œnologes dans son camping, qui sont en fait deux chalets de bois d'une vingtaine de mètres carrés, avec toiture végétale et jacuzzi privé aux huiles essentielles de pépins de raisin. Chaque œnologue est aussi équipée d'une cave contenant six bouteilles de beaujolais (un beaujolais, un beaujolais-village, un beaujolais rosé, un blanc et deux crus). Pour la construction, Valérie Bérerd a fait appel au savoir-faire d'un artisan de Thônes en Haute-Savoie qui fabrique des roulettes à toiture végétale. Ce concept, qu'elle a découvert en participant à des salons à l'étranger, pourrait essaimer ailleurs dans le département puisque trois viticulteurs de Theizé sont d'ores et déjà intéressés pour implanter des œnologes sur leur domaine.



Chantal et Joost, venus des Pays-Bas, ont choisi la formule œnologue pour découvrir le Beaujolais. Ils ont prévu de ramener quelques bouteilles à leurs proches et de leur donner envie de venir dans la région.

souffert et a sûrement nuit à l'attractivité touristique du Beaujolais. Et pourtant, nous avons un territoire magnifique, des appellations qui méritent d'être connues grâce au travail remarquable des viticulteurs. »

Elle joint largement le geste à la parole : au restaurant du camping, les menus terroirs sont arrosés de beaujolais ; toute la gamme des vins locaux est mise en avant dans le hall d'accueil et proposée à la vente. En 2010, Valérie Bérerd a vendu environ 500 bouteilles. A noter aussi que chaque nouvel arrivant se voit remettre une bouteille et le guide de l'œnotourisme en cadeau de bienvenue. Il n'est pas rare non plus qu'au cours de son séjour, le client soit convié à participer à une soirée dégustation organisée sur place. C'est sans compter sur le discours bien rodé de la patronne qui prend très à coeur son rôle de « tremplin sur le territoire ». « Je me suis rapprochée d'Inter Beaujolais pour avoir des données précises sur le cépage. Lorsque je parle œnologie avec les touristes, je leur explique par exemple que près de 85 % du gamay est produit en France, le reste dans des pays parfois surprenants



Les œnologes sont des chalets en bois d'une vingtaine de mètres carrés, avec toiture végétale et jacuzzi privé aux huiles essentielles de pépins de raisin.

(Ukraine, Israël...). Ils sont en général sensibles à ce type d'informations. »

Une clientèle agréablement surprise

Valérie Bérerd répertorie deux types de clientèles pour ses œnologes : la clientèle « curieuse » de l'amour que certains portent au territoire et en général avide de découvrir le milieu du vin et une clientèle « pointue » qui, elle, a l'habitude de séjourner en chambre d'hôte chez les viticulteurs. Avec 60 000 nuitées totalisées sur tout le camping en 2010, le potentiel est important et contribue à imaginer divers moyens de promotion. « Les clients sont nombreux à nous demander où ils peuvent faire de la randonnée dans les environs. S'il existait un chemin qui passe chez les viticulteurs... » La gérante de l'établissement, qui est aussi membre de l'association de prestataires touristiques Atouts Beaujolais, signale par ailleurs qu'une convention vient d'être signée entre l'association et le Cluster Beaujolais en vue de renforcer la promotion et le développement d'activités touristiques (voir encadré). « Ça bouge et nos efforts payent : la plupart de ceux qui ne connaissent pas le Beaujolais sont agréablement surpris ! »

Un travail de tous les jours

Derrière cette initiative saluée par un trophée du tourisme et de l'innovation se cache un travail de tous les jours de promotion du territoire, des vins et des hommes du Beaujolais. « Peu de gens connaissent le Beaujolais qui est pourtant située sur une zone de passage. Un questionnaire que nous avons adressé à plusieurs de nos clients étrangers (Belges, Néerlandais...) a démontré qu'ils sont en général plus attirés par le soleil que par le territoire ! »

Enfant du cru et petite-fille de viticulteur, Valérie Bérerd ne tarit pas d'éloges sur « sa » région. « L'image de nos vins, notamment celle des primeurs a beaucoup

Nouvelle organisation pour le groupe tourisme du cluster

Les associations Atouts Beaujolais (association de prestataires touristiques réunis pour promouvoir leur offre) et Cluster Beaujolais ont signé un contrat de partenariat afin de renforcer les actions conduites par chacune des structures et d'améliorer la visibilité finale. Ce contrat se concrétise par la mise en place d'un pôle de promotion et de développement des activités touristiques en Beaujolais porté par un réseau de prestataires privés du territoire consolidé.

Le groupe tourisme du Cluster « Atouts Beaujolais » propose à ses membres de mettre en œuvre un plan d'action, sous la marque collective « Atouts Beaujolais ». Il comprend :

- le package plaquette et salons ;
- participation à 3 salons de renommée mondiale (deux salons grand

public à Utrecht et Bruxelles et un salon professionnel à Lille) ainsi que le référencement sur une plaquette publicitaire en 3 langues (F-UK-NL) qui sera diffusée lors de ces manifestations et sur le territoire (impression 5 000 exemplaires).

- Le référencement sur le site www.atouts-beaujolais.com, portail touristique avec suivi commercial (un nouveau site est en cours de création et devrait être opérationnel en septembre 2011).

- La participation au projet de création d'une signature identitaire qui sera la base graphique des différents supports de promotion et qui sera déclinée sur différents produits identitaires du Beaujolais mettant en œuvre les entreprises et savoir-faire locaux.

Source : www.clusterbeaujolais.com

Emmanuelle Perrussel