

œnotourisme : Les privés relèvent le défi

Faire en sorte que la Bourgogne et ses professionnels deviennent aux yeux du monde touristique la région française la plus courtisée et la plus dynamique : telle est l'ambition et même la raison d'être de l'association Clos Mosaïc qui vient de voir le jour.

REVENDIQUANT une démarche unique en France, dans la mesure où « elle s'appuie sur la compétence des acteurs du tourisme viticole » (sic), l'association Clos Mosaïc a vu le jour sous l'impulsion de neuf membres fondateurs : la maison Michel Picard, le domaine Olivier Leflaive, Sensation Vin, Divine-Comédie, le domaine Comte Senard, l'Imaginarium, le domaine Anne Gros, le domaine Laroche et l'agence via-Bourgogne.com.

L'avenir dira si l'action de cette association sera couronnée de succès. Elle en en tout cas réussi un premier



L'association Clos Mosaïc, que préside Francine Picard (à gauche) entend soutenir, structurer et valoriser l'œnotourisme bourguignon (photo BP-LD)

challenge : susciter l'intérêt.

Mercredi soir, au château de Chassagne-Montrachet, lors de ce qui faisait figure de présentation officielle, près de 300 personnes avaient en effet répondu présent.

Parmi elles le président du conseil régional, François Patriat ; le conseiller général de Beaune Sud, par ailleurs président du comité départemental du tourisme, Jean-Pierre Rebourgeon ; ceux de Beaune nord, Denis Thomas et de Nolay, Emmanuel Bichot, en passant par le député-maire de Beaune, Alain Suguenot, ou encore le président du comité régional de tourisme, Didier Martin. Mais aussi et surtout des acteurs directs de ce qui est au cœur de Clos Mosaïc : l'œnotourisme, que l'association entend ainsi « soutenir, structurer et valoriser ». Et si l'on en croit une récente mission d'évaluation sur le tourisme œnologique (plus connu sous le nom de rapport Dubrulle), la Bourgogne a, au mieux,

du pain sur la planche, au pire, du souci à ce faire.

Sept collègues

On y apprend en effet que, dans le domaine, les trois régions les plus prisées sont le Bordelais (21 %), l'Alsace (17 %) et la Champagne (12 %). Suivent le Langue-

doc-Roussillon (8 %), la Vallée du Rhône (6 %), le Sud-Ouest, le Val de Loire (5 %), la Provence-Corse (3 %). C'est ainsi que la Bourgogne n'y apparaît même pas si ce n'est – peut-être ? – dans la rubrique « autre que Bordelais » : 6 % !

La Mosaïc a intérêt à trouver un bon ciment...

En attendant, sept collègues (viticulteurs, négociants caves coopératives ; hôteliers, restaurateurs ; événementiel ; partenaires publics ; patrimoine, culture, histoire ; et enfin médias) ont été constitués afin de se mettre en ordre de bataille.

X. C

Clos Mosaïc, dont l'appellation administrative est Association de valorisation et de commercialisation de l'œnotourisme bourguignon (AVCOB) a son siège à Dijon, avenue Albert-Camus, tél. 03.80.28.82.30.

Ils ont dit

Francine Picard (présidente de l'association) : « Il faut faire en sorte que cette région soit unie ».

Jacky Rigaux (enseignant et écrivain) : « La dimension associative va permettre d'activer les convergences plutôt que d'attiser les divergences ».

Louis-Marc Chevignard (confrérie des chevaliers du tastevin) : « Sur le fond on n'invente rien, mais il s'agit de se structurer ».

François Patriat (président du conseil régional) : « Pour le classement (Ndlr du rapport Dubrulle) il doit y avoir une erreur... » Mais de reconnaître par ailleurs que si « la Bourgogne est une marque extraordinaire, elle manque (Ndlr en matière d'œnotourisme) de vraie visibilité et doit structurer son offre ».