

Portrait. Francine Picard nous accueille au Château de Chassagne, qu'elle a ouvert aux amateurs. Impliquée, elle annonce la création d'une association pour valoriser l'œnotourisme.

Madame l'ambassadrice de l'œnotourisme

Réceptions, visites, dégustation, table de dégustation, suites du château... La maison Michel Picard (un groupe familial international qui réalise un chiffre d'affaires de 100 millions d'euros) a logiquement ouvert son patrimoine viticole aux amateurs. Ce que, sur les jolies brochures, les propriétaires appellent « *le tourisme au château* ». Lorsqu'elle acquiert le château de Chassagne-Montrachet en 1997, la famille Picard se demande comment occuper tout cet espace. Une demeure familiale ? Les enfants ne sont pas forcément pour. Francine Picard, la directrice générale, qui attache beaucoup d'importance à la pédagogie du vin, décide de s'ouvrir aux visiteurs.

« Nous avons commencé timidement en 2004 pendant les Hospices de Beaune pour accueillir nos clients ». À l'époque, les chambres du château servaient donc à héberger des étrangers de passage pour la vente des vins de Beaune. L'opération est un succès pour les visiteurs, qui apprécient particulièrement de se réveiller face à la colline du Montrachet.

Un an plus tard, le château engage une personne qui sera chargée d'accueillir les visi-



MICHEL PICHARD

teurs et superviser les dégustations. « Nous avons commencé modestement, se rappelle Francine Picard, avec des petites dégustations improvisées derrière un tonneau puis nous avons mis en place une offre plus structurée avec possibilité d'organiser un dîner-dégustation au château. »

LA VIE DE CHÂTEAU

Aujourd'hui, le château propose une des meilleures offres œnotouristiques de la région. Il a eu les honneurs de la presse nationale, notam-



Francine Picard avait participé à notre dîner-débat sur l'œnotourisme pour rappeler qu'il était important d'avoir une approche didactique avec les visiteurs. Ce qu'elle fait désormais au château de Chassagne-Montrachet.

ment grâce à l'audace de sa décoration : des vasques en bronze (signées d'un artiste

de Buxy) pour remplacer les traditionnels évier en laïence.

Tout ici a été fait pour faire du château un haut-lieu du vignoble de la Côte de Beaune, en phase avec la clientèle étrangère haut de gamme. Les visiteurs sont d'ailleurs sensibles aux efforts : une exposition d'art au rez-de-chaussée, trois salons cosy avec un billard à la française, une salle à manger pour déguster les vins du domaine face aux vignes du domaine (35 hectares pour le château, 135 hectares au total pour cette famille de négociant né à Chagny, en Saône-et-Loire). Quant aux cinq suites du château, elles ont été entièrement relookées pour aller dans le ton de la déco.

Une association pour l'œnotourisme

Très impliquée dans la défense du patrimoine viticole, Francine Picard a récemment accepté la présidence d'une nouvelle association de valorisation de l'œnotourisme en Bourgogne. L'association, qui n'a pas encore dévoilé officiellement ses intentions, est entreprendre une démarche inédite en France : elle appuie sur la compétence des acteurs

du tourisme viticole (viticulteurs, négociants, restaurateurs, professionnels du tourisme, journalistes...), qui ont ainsi décidé d'unir leurs forces pour promouvoir, structurer et valoriser le tourisme viticole. « Malgré la notoriété incontestée de la Bourgogne, de son patrimoine et la reconnaissance de l'excellence de ses vins, la région a une mauvaise lisibi-

lité en tant que produit œnotouristique. Ce constat nous a laissés d'autant plus amers que les atouts touristiques de notre région sont indéniables », explique la présidente. L'association sera officiellement lancée le 24 octobre au château de Chassagne-Montrachet et « tous les professionnels motivés sont cordialement invités », précise la présidente.

Le Château de Chassagne-Montrachet est devenu un vrai produit touristique haut de gamme pouvant prendre en charge réceptions, cocktails, séminaires, banquets ou simplement des visiteurs cherchant à passer une soirée dans un lieu véritablement magique (avec une formule à 250 euros pour deux personnes incluant la visite du château) : « Le concept se veut didactique, précise Francine Picard. Nous essayons de donner le plus d'explications possible en leur montrant les caves, la vie du vin dans un tonneau à paroi vitré ».

PATRICK LEBAS

dég

Côtes

Rouge G
domaine



Cacher cette sta
un peuple dans
C'est vrai qu'à v
des magazines
l'amateur. Surto
sur ce vin étoilé
n'a pas cherché
derrière l'étiquet
sur la raison soc
le monde a trou
avant. « Nous a
il y a 20 ans, rad
avec son mari d
en 1996, quand
ces dix hectares
il a accepté ». É
reconnaît que c'
« mais nous n'a
en avant. Nous
reconnu pour sa
l'on puisse dire,
Aujourd'hui, les
en face du pont
de six hectares s
du Gard, connais
« Terre de Garan
du domaine, ent
distribution, disp
les foires aux vin
dans les linéaires
du domaine - et
d'une plante qui
qui a donné son
près la même fo
produit à partir d
d'une vingtaine
est un assemblag
(20 %) et de mou
cette couleur par