

À Vinexpo, Nicole Bricq a rassuré la filière



Nicole Bricq et Guillaume Garot, entourés d'acteurs de la filière, lors de la table ronde.

Lors de sa venue à Bordeaux, le 17 juin dans le cadre de Vinexpo, la ministre du Commerce extérieur, Nicole Bricq, a affirmé que tout sera fait pour ne pas entraver les échanges avec la Chine. Avec un excédent de 10 milliards d'euros en 2012, le secteur des vins et spiritueux est un élément clé pour le commerce extérieur.

Au cours d'une table ronde avec des producteurs de vin -en présence notamment du Guillaume Garot, ministre délégué chargé de l'agroalimentaire- Nicole Bricq n'a pas

voulu rater l'occasion de rappeler les moyens que le gouvernement a mis en place pour accompagner les entreprises françaises dans leur conquête à l'export et notamment dans les marchés émergents. «Les vins et spiritueux sont dans un cycle porteur: il faut aller vers des marchés lointains qui n'appliquent pas forcément les mêmes règles qu'en France. La politique doit de ce fait soutenir le secteur en accompagnant les entreprises en amont et avec tous les outils nécessaires», a affirmé le ministre.

A.D.

Le golf tout en douceurs



En 2012, 11 châteaux et 90 joueurs (12 joueurs pro) ont participé. On attend plus de 150 participants en 2013.

Ph Agence Hickory

Les 14 et 15 septembre, à l'occasion de la deuxième édition de Golf et Grands Crus classés Sauternes et Barsac 1855, les amateurs de la petite balle blanche vont suivre un circuit au milieu des vignobles et des chais. Chaque trou sera installé dans l'un des châteaux participants: Château d'Yquem (qui organisera la soirée de gala), Clos Haut-Peyraguey et Châteaux La Tour Blanche, Climens, Guiraud, de Myrat, Doisy-Vedrine, Filhot, Broustet, de Malle. Pas besoin d'être un golfeur de haut niveau pour suivre ce parcours de neuf trous. Un golfeur professionnel sera à la disposition des participants qui le désirent dans chacun de ces châteaux.

Organisée par la Gold & Golf Association, avec le soutien du groupe Territoires Conseil et de partenaires comme la CCI de Bordeaux et Baccarat, la manifestation vise à proposer aux amateurs de golf et de grands crus de découvrir autrement les plus

grands vins liquoreux du monde.

«Les gens qui y participent ressentent étonnés de la richesse de ce territoire, si près de Bordeaux. L'an dernier, nous avons eu des échanges très intéressants avec les joueurs», affirme Xavier Planty, du Château Guiraud, dont l'idée est de développer ce concept à l'international. «En tant que golfeur, j'étais très inquiet au départ, car il faut être très technique vu le parcours. En fait, cela a été une expérience excellente, assure Jean Barot, membre de l'association Gold & Golf Association. J'ai découvert les arômes des sauternes, j'ai appris les accords entre les mets et les vins. Avis aux golfeurs: allez-y! Vous allez vous amuser!»

Les inscriptions⁽¹⁾ sont déjà ouvertes et les organisateurs lancent un appel pour attirer de nouveaux partenaires.

A.D.

(1) www.golfeetgrandscrus.com/inscriptions.html
Prix du package pour le week-end (hors hébergement): 395 euros pour les joueurs, 195 euros pour les accompagnants.

Les viticulteurs girondins peuvent compter sur Oenocentres

À l'occasion de Vinexpo, une offre globale de services qui vise l'optimisation de la qualité et de la commercialisation des productions des viticulteurs girondins a été présentée.

Une offre globale de service est née. Son nom est Oenocentres. «L'idée est de mettre en avant tout ce que nous faisons déjà auprès des viticulteurs, avec un réseau de sept centres œnologiques et une trentaine de conseillers viticoles qui travaillent sur tout le territoire girondin. 55% de la production girondine passe par notre structure, explique Louis Fleury, responsable marketing des services à la Chambre d'agriculture de Gironde. Sans oublier les conseillers commerciaux et export que nous avons recrutés à la Chambre d'agriculture. Le but est d'accompagner les viticulteurs de A à Z.»

Ces prestations ont un prix qui débute à partir de 3.000 euros par an selon les types de prestations (un minimum d'une trentaine de visites sont prévues ainsi que l'intervention de plusieurs ingénieurs qui travaillent étroitement avec le viticulteur dans un parcours qui va du diagnostic ou l'audit aux préconisations). Un investissement qui s'avère gagnant, aux dires des viticulteurs qui ont déjà adhéré à cette démarche.

C'est le cas de Laetitia Mauriac, 39 ans, du Château La Levrette, situé à Saint-Genès-de-Blaye. Sa production fait partie de la cinquantaine de vins élaborés et suivis par les équipes d'Oenocentres, présents à Vinexpo, le Salon



Laetitia Mauriac, petite fille d'une viticultrice et d'un négociant, a toujours baigné dans ce milieu.

Ph AD

international des vins et spiritueux qui s'est déroulé à Bordeaux du 16 au 20 juin. Avec ses frères, Laetitia Mauriac a acheté deux parcelles de vignes en 2005, «pour créer un château à l'image du vin qu'on souhaitait faire: une alliance du moderne et de l'ancien». Puis, il a fallu que ces petits-neveux de François Mauriac trouvent un nom pour ce château. La Levrette, donc, le féminin du lévrier, «car il reflète toutes les qualités de notre vin: noble, raffiné, subtil, délicat... C'est un nom qui se retient facilement.» Il fallait, enfin, trouver la

clientèle. «Notre cible, ce sont les 35-50 ans, mais notre présence sur les réseaux sociaux attire beaucoup de 20-35 ans.»

Cette diplômée en philosophie, qui avait démarré sa vie professionnelle dans la communication événementielle financière, est seule -aidée par un maître de chai- à la tête de la propriété de 7 ha dont les premières vendanges ont eu lieu à l'automne 2006. Une expérience «très positive, même si c'est difficile parfois. Faire le vin n'est pas compliqué, c'est surtout la partie commerciale et de développement! J'ai d'abord

visé le marché local, puis Paris et maintenant je m'attaque à l'export. J'aimerais atteindre les États-Unis, l'Angleterre et le Japon car ce sont des marchés matures et qui correspondent à mes vins haut de gamme.»

La marque Oenocentres, c'est son œnologue conseil de la Chambre d'agriculture, qui la suit depuis 2006, qui lui en a parlé: «Elle nous donne une visibilité accrue comme cette année avec Vinexpo, manifestation qui nous permet de capter de nouveaux clients.»

Anna DAVID

Le boom du tourisme urbain profite à Bordeaux

Malgré un contexte morose, Bordeaux s'en sort bien. En 2012, la ville a été la seule en France à voir le nombre de touristes progresser. Cinq millions de visiteurs (loisirs et affaires) ont été accueillis.

L'Assemblée générale de l'Office de tourisme de Bordeaux, le 11 juin dernier, a été l'occasion de confirmer que la ville a su saisir sa chance. L'aménagement urbain réussi et le classement au patrimoine mondial de l'Unesco ont fortement contribué à ce succès. Mais pas uniquement. La ville a su vanter, en France et ailleurs, ses atouts.

Bordeaux est devenue une marque et son attractivité semble avoir encore de beaux jours devant elle, si on en croit les prévisions de Didier Arino, directeur général du cabinet Protourisme: «Le tourisme urbain est le seul espace qui a progressé ces 30 dernières années. Il représente plus de 40% des retombées économiques. Bordeaux a rattrapé son retard. Le nombre de lits marchands sur Bordeaux et son agglomération

a progressé de 48% depuis 2003. L'offre en résidences secondaires a augmenté de 90% dans le centre et de 50% dans l'agglomération. Le potentiel de croissance de nuitées touristiques à Bordeaux est de 30% à l'horizon 2017.» Parmi les atouts sur lesquels la ville peut compter, il y a la future Cité des civilisations du vin qui devrait ouvrir en 2016.

Le site internet de l'Office de tourisme de Bordeaux a enregistré une hausse de 11,46% du nombre de visiteurs (783.619). Le chiffre de ceux qui ont pénétré dans les bureaux d'information (745.112) est en légère baisse (- 2,14 %). Pour les visites de la ville, des musées, des vignobles, pour les balades fluviales... les chiffres sont en hausse. Pour Didier Arino, l'offre touristique doit offrir «plus de numérique et de nou-



La transformation urbaine de Bordeaux, un atout pour le tourisme.

Ph AD

veaux moyens de communication».

On l'a bien compris à l'Office de tourisme de Bordeaux: la première mission confiée à son nouveau directeur, Nicolas Martin, a été la refonte du site internet: «Nous y travail-

lons et il sera opérationnel début 2014 en même temps que le nouveau City pass, qui proposera notamment visites de musées et accès aux transports publics.»

Anna DAVID