



# ÉDITO BARMAG

## *Tendances cocktails : que siroter en cette rentrée ?*

À l'instar de celui de la mode, l'univers cocktails voit les saisons défiler et les tendances évoluer au gré de ses acteurs les plus reconnus. Techniques inédites, créations atypiques, produits innovants : quels seront en cette rentrée 2016-2017 les cocktails appelés à renouveler le genre, à séduire et les connaisseurs et les néophytes ? Pour le savoir, de Paris à Bordeaux en passant par Montpellier, nous avons rencontré les professionnels les plus inventifs en la matière.

Afin d'être exhaustif et de répondre au mieux à ce que l'univers cocktails aura de plus original à vous offrir en cette rentrée, rien ne vaut une scène internationale dédiée aux spiritueux et à la mixologie. Les 11 et 12 octobre, Berlin accueillera pour la 10<sup>e</sup> fois le salon Bar Convent Berlin. Cet événement, qui figure parmi les plus importants dans le secteur, rassemblera plus de 300 exposants venus du monde entier. L'occasion d'en savoir plus sur les dessous de cette manifestation avec la rencontre outre-Rhin d'Helmut Adam, cofondateur.

Dans nos colonnes ce mois, après l'Allemagne vous vous envolerez pour Lisbonne à la découverte des bars à cocktails qui rythment la vie nocturne de la capitale du Portugal. Puis, de retour à Paris, vous passerez la porte de trois nouveaux lieux à la déco raffinée et aux cartes savamment élaborées.

Enfin, après le cocktail vous prendrez connaissance du projet ambitieux de l'Échappée Bière : la première agence française dédiée au tourisme brassicole s'est donné pour objectif d'étendre sa pratique sur l'ensemble de l'Hexagone. Vous assisterez également à l'apogée de la BD dédiée aux spiritueux et à la bière avec les sorties du tome 3 de *Cognac : un mort dans l'arène* et d'*Une histoire de la bière...*  
Tendances, sorties et culture : le breton d'as est entre vos mains !

Bonne lecture et @ très bientôt,

**Gérald DUDOUET** > *Rédacteur en Chef*



REPÉRAGE > 1  
L'ÉCHAPPÉE BIÈRE

# L'ÉCHAPPÉE BIÈRE

## À LA CONQUÊTE DE LA FRANCE

Après avoir conquis la région Hauts-de-France, la première entreprise de tourisme événementiel brassicole vient d'ouvrir une agence à Bruxelles et s'installera prochainement à Strasbourg. Son ambition vise à structurer en national la filière du tourisme brassicole, à l'instar de ce qui existe aujourd'hui pour l'œnotourisme.

C'est en constatant l'attrait du grand public à l'égard de l'œnotourisme, et aussi pour promouvoir leur terroir, que Nicolas Lesclieux, Olivier Faure et Aurélie Baguet, originaires de la Région Hauts-de-France, lancent fin 2013 l'Échappée Bière. « Dès le départ, notre volonté a été de créer une agence de tourisme à même de promouvoir notre patrimoine brassicole, précise Aurélie. L'idée était de proposer au grand public des visites de brasseries artisanales du Nord de la France et de Belgique. » Assez rapidement pour étendre leur champ d'activité, les 3 entrepreneurs développent leur offre en ciblant les professionnels via du tourisme d'affaires dans le cadre de congrès, de team-buildings et de soirées d'entreprise. Parallèlement, ils organisent des sessions de dégustation et des animations sur tout le territoire français pour stimuler la bière artisanale. « À ce jour, nous sommes à la fois en capacité de proposer de l'événementiel, des séminaires, des jeux de pistes, des circuits à la journée, des visites ponctuelles et des séjours sur mesure, accompagnés ou en autonomie, à destination des particuliers comme des entreprises », résume Aurélie. Heureux d'ouvrir leurs portes, quasiment tous les brasseurs de la Région ont accepté de s'associer au projet. Il s'agit avant tout, pour eux, de faire connaître les ressorts de leur activité, les processus de fabrication de leur bière, et aussi de gagner en notoriété et de promouvoir leurs produits.



### UN LIVRE BLANC POUR ENCOURAGER LE TOURISME BRASSICOLE...

À quelques jours de son troisième anniversaire, l'Échappée Bière, qui recensait en avril dernier et ce depuis sa création 1 600 visiteurs sur ses circuits brassicoles, 200 entreprises ayant fait appel à une prestation événementielle et plus de 1 400 participants à leurs cours de dégustation, est toujours en quête de développement. « Après avoir récemment inauguré une antenne à Bruxelles, nous ouvrirons au printemps prochain une agence à Strasbourg, explique Aurélie. À terme, notre ambition, serait de nous déployer sur les régions les plus emblématiques de la culture brassicole artisanale française. À ce titre nous sommes en relation avec le groupement d'intérêt économique Atout France, l'agence de développement touristique français qui a énormément œuvré pour l'œnotourisme dans l'Hexagone. Avec eux comme avec les brasseurs artisanaux, nous aimerions impulser la même dynamique autour du tourisme brassicole. »

Dans cette optique, l'Échappée Bière pense notamment à la création d'une plateforme de réservation dédiée à ce type de tourisme, qui permettrait à tout un chacun de connaître l'ensemble des brasseries à même d'être visitées. Afin de donner le maximum de visibilité à cette ambition, l'entreprise, accompagnée d'acteurs majeurs du secteur, a signé un Livre Blanc d'une cinquantaine de pages ayant vocation à structurer la filière du tourisme brassicole. Parmi leurs inspirations, une formule de Francesco Frangialli secrétaire général de l'Organisation mondiale du tourisme de 1997 à 2008 : « À l'avenir, le tourisme sera de plus en plus lié à la découverte des richesses et des traditions gastronomiques d'une ville ou d'une région. »



Visite d'une brasserie





# LIVRE BLANC

## COMMENT FAIRE DU TOURISME BRASSICOLE UN ENJEU ÉCONOMIQUE MAJEUR ?

Pour la mise en place d'une filière structurée autour du tourisme brassicole, l'Échappée Bière a rédigé un Livre Blanc pour convaincre les pouvoirs publics d'impulser une dynamique à ce secteur à fort potentiel économique. Une démarche soutenue par plusieurs personnalités à l'instar de Philippe Vasseur, ancien ministre de l'Agriculture, ou Philippe Faure, président d'Atout France.

Pour démontrer quel pourrait être le succès économique du tourisme brassicole sur l'ensemble du territoire français, l'Échappée Bière a choisi pour modèle l'œnotourisme. En quelques années, que ce soit dans le Bordelais, le long de la vallée du Rhône, en Bourgogne, en Champagne ou en Alsace, ce type de tourisme est devenu l'un des fleurons économiques de ce secteur. Pour preuve, selon les chiffres de la dernière édition du Petit Futé sortie cet été et consacrée à l'œnotourisme, les domaines viticoles attirent en moyenne 7,5 millions de visiteurs annuels dont 2,5 millions de touristes étrangers.

En comparaison le Louvre, deuxième destination la plus fréquentée en France, en rassemble 9,3 millions. Bien entendu, pour en arriver là, les acteurs du vin et du tourisme se sont mobilisés. À ce jour, on compte près de 40 destinations labellisées « vignobles et découvertes », des dizaines de routes du vin, sans oublier un grand nombre d'agences de voyages spécialisées sur cette thématique.

## LES ATOUTS DU TERROIR BRASSICOLE FRANÇAIS POUR FIGURER DANS LE PAYSAGE TOURISTIQUE HEXAGONAL...

Certes, la bière n'est pas le vin mais est-ce à dire que le tourisme brassicole n'a pas d'avenir en France ? Avec près de 700 brasseries selon les derniers chiffres de Brasseurs de France, réparties sur l'ensemble du territoire, et un impressionnant regain de la filière, le tourisme brassicole a tous les atouts nécessaires pour figurer dans le paysage hexagonal. « L'inscription de la bière au patrimoine de la culture et de la gastronomie en juin 2014 consacre le rôle prépondérant de cette filière sur les actifs de production agricole, affirme Philippe Faure, le président d'Atout France. La France est en effet le plus important producteur mondial de malt d'orge à destination des brasseries, assurant même 20% de la production mondiale. Aux côtés de l'offre touristique des vignobles, le tourisme brassicole doit donc désormais prendre toute sa place car la demande existe, les sites de production également. De plus, la notoriété de certaines bières d'origine régionale (Nord-Pas-de-Calais, Alsace, Rhône-Alpes) est très élevée, tant en France qu'à l'international. »

## LA RÉGION HAUTS-DE-FRANCE COMME POINT DE RÉFÉRENCE

Afin d'explicitier l'intérêt de structurer le tourisme brassicole, le Livre Blanc, élaboré par l'Échappée Bière, s'est intéressé, à titre d'exemple, à un terroir qu'elle connaît bien, sans doute le plus emblématique du secteur de la bière : les Hauts-de-France. En 2011, dans la Région encore appelée Nord-Pas-de-Calais, le tourisme pesait un peu moins de 4% du PIB régional, soit un montant de 3,7 milliards d'euros, la plaçant ainsi au 9<sup>e</sup> rang métropolitain.

Des chiffres qui pourraient être bien meilleurs si la région décidait d'incarner l'une de ses composantes gastronomiques fortes : la bière ! Avec 60 brasseries installées allant de mastodontes comme Heineken, Saint-Omer, à des historiques telles la Jenlain ou la Choulette, ce fief pourrait devenir une véritable référence en la matière : « the place to be(er) ! » D'autant plus au regard du développement, depuis les années 2010, de la bière artisanale et des micro-brasseries qui, ici comme ailleurs, ne cessent de gagner en notoriété. Pour preuve la création du Syndicat des Brasseurs indépendants et les événements qui s'y rattachent comme Planète Bière, ou encore Paris Beer Week.

## ÉTABLIR DES LABELS DE QUALITÉ COMME CEUX QUI EXISTENT POUR LE VIN

Mais comment structurer un véritable tourisme brassicole capable de jouer dans la même cour que l'œnotourisme ? À cette question les instigateurs du Livre Blanc proposent plusieurs réponses. Si la première consiste à moderniser l'image de la bière – un sacerdoce maintes fois abordé par tous les acteurs du secteur –, le plaidoyer préconise, entre autres, « la création d'un label qualité pour distinguer bières artisanales et bières industrielles ainsi que les différentes familles de bières, le tout visible sur l'étiquette. L'idée est de créer de façon très simplifiée une classification qualité semblable à celle que l'on retrouve dans le vin (1<sup>er</sup> cru classé, 2<sup>e</sup> cru classé...) ».

En second plan, le Livre Blanc insiste sur la nécessité de sensibiliser les professionnels en les formant, entre autres, à l'accueil des touristes, en mettant en place des espaces d'accueil-dégustation, et en mentionnant « brasserie visitable » sur les étiquettes des bouteilles et des panneaux à l'entrée des brasseries.

## CRÉER UNE VÉRITABLE SYNERGIE POUR PROMOUVOIR LE TOURISME BRASSICOLE

Enfin, afin de structurer un tourisme brassicole d'envergure, la synergie des ressources apparaît comme l'un des enjeux essentiels de la démarche. En ce sens, le Livre Blanc de l'Échappée Bière suggère de centraliser par l'intermédiaire d'un portail web unique tous les critères relatifs à ce type de tourisme. « Il permettrait de connaître toutes les brasseries ouvertes au grand public, générerait les flux des demandes, conseillerait les visiteurs et serait associé à une ligne téléphonique accessible du lundi au samedi et le dimanche matin... », détaille Aurélie Baguet. À cela s'ajouterait une véritable coopération entre les acteurs du tourisme local (estaminets, hôtels, chambres d'hôtes, brasseries, voire agriculteurs) et la création de routes de la bière balisées, accessibles en voiture, à vélo ou à pied – comme cela existe dans le tourisme œnologique. Les idées sont là ! Place à l'action...