

Mars

2023

Cité de la Bière

TOURISME BRASSICOLE

RÉGION HAUTS-DE-FRANCE

NOTE D'INTENTION

Complémentaire au Livre Blanc du Tourisme Brassicole de 2016, aux Assises du Tourisme Brassicole de 2017 et 2019.



L'ÉCHAPPÉE BIÈRE
SAVOUREZ L'EXPERTISE



L'ÉCHAPPÉE BIÈRE
SAVOUREZ L'EXPERTISE

A	CONTEXTE	3
B	UNE VOLONTÉ RÉGIONALE	4
C	LES "CITÉS" GASTRONOMIQUES POINTS DE VIGILANCE	5
D	NOTRE VISION UNE CITÉ DÉCENTRALISÉE / DES MARQUEURS FORTS / UN TOURISME INFRA-RÉGIONAL	8
E	NOTRE LÉGITIMITÉ	17
F	ET MAINTENANT ?	20

A Contexte

- La région Hauts-de-France est la deuxième au niveau du volume de production brassicole en France (en attendant le transfert de la production Heineken de l'Alsace vers Mons en Baroeul),
- Elle est la 3ème région au niveau du nombre de brasseries (derrière ARA et Nouvelle Aquitaine)
- Dans la région, la filière représente 1200 emplois sur l'ensemble du territoire
- Grande disparité sur le territoire entre ex-NPDC (180 brasseries) et ex-Picardie (51), et entre le Nord (123 brasseries) et les autres départements.
- Une typologie de brasseries idéale, allant des brasseries historiques et familiales aux toutes nouvelles arrivantes, le tout constituant un maillage important du territoire.
- Une **forte légitimité** de la région sur la thématique
- Apparition puis essor du tourisme brassicole depuis 10 ans avec la mise en place de circuits de visite, l'aménagement touristique des brasseries (et même l'apparition récente d'un label dans la MEL), la prise en main du sujet par les collectivités régionales, la présence de L'Echappée Bière, unique agence de Tourisme brassicole en France.
- Apparition de plusieurs temps forts institutionnalisés, dont une majeure partie initiée par nos soins (premier Livre Blanc du Tourisme Brassicole et deux éditions des Assises du Tourisme Brassicole organisées à l'Hôtel de Région) avec constats et chantiers dans le Livre Blanc de 2016, puis pistes de travail dans sa mise à jour post-assises de 2018.
- Une **image de la bière, en région et partout en France, radicalement positive, dynamique, moderne et porteuse**, ce qui n'était pas le cas il y a encore 10 ans.

B Une volonté régionale

L'AMI publiée en décembre 2022 par le Conseil Régional des Hauts-de-France pointe sur plusieurs aspects et oblige sur certains points :

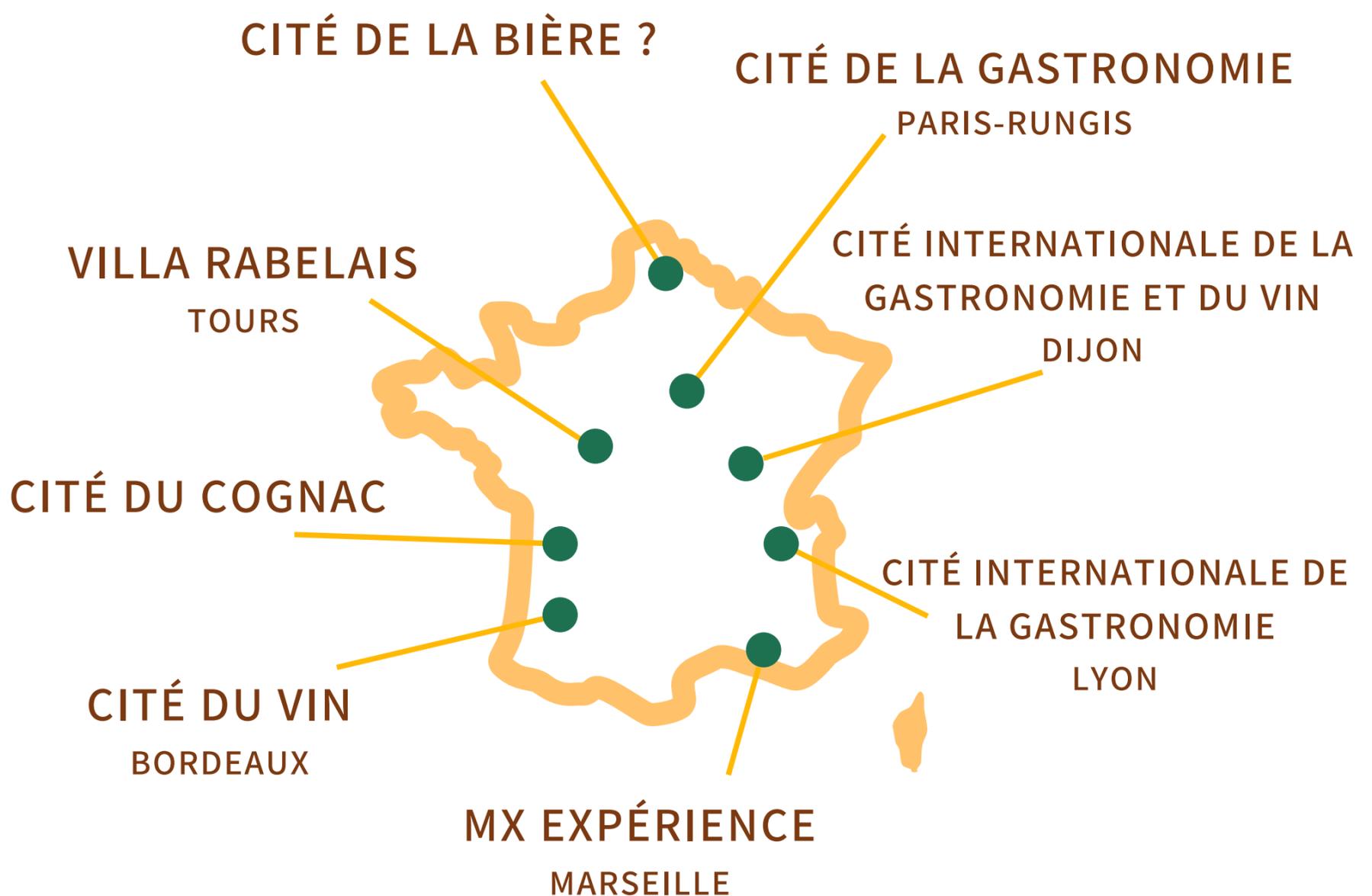
- Etre en capacité d'accueillir des événements
- Proposer un parcours muséal ludico/culturel
- Offrir un espace de dégustation
- Promouvoir l'expérience bière sur le territoire et chez les acteurs de la filière
- Initier de la formation pour le CHR
- Interconnecter et développer le tourisme brassicole sur le territoire
- Pas de site de production de bière
- Inscrire tout ou partie de la Cité dans un bâtiment en réhabilitation



C Les "Cités" gastronomiques points de vigilance

Le **MX Expérience de Marseille** est cité comme exemple dans l'AMI. Centre expérientiel sur les boissons anisées créé par Ricard dans la cité phocéenne, il convient toutefois de remettre en perspective cet exemple, à la fois sur le fond, puisqu'il est à l'initiative d'une fondation privée émanant de l'un des plus gros groupes de spiritueux au monde, que sur la forme, puisque le MX reste un espace de taille modeste, ne permettant pas l'accueil d'événements d'ampleur, ne proposant pas de formation et étant intrinsèquement lié à la ville de Marseille plutôt qu'à sa région.

Il convient d'ailleurs de **prendre un peu de recul et de tirer les enseignements des précédentes « Cités »** qui ont vu le jour un peu partout en France depuis quelques années (notamment depuis l'inscription – au forceps – du repas gastronomique des français au Patrimoine Culturel immatériel de l'humanité en 2010).



C Les "Cités" gastronomiques points de vigilance

Tours : la « villa Rabelais ».

Inaugurée en 2016 avec pour mission initiale : la mise en valeur du patrimoine gastronomique via l'angle des sciences humaines et sociales. La réussite du projet est aujourd'hui très discutable au vu du peu d'activités constaté.

Néanmoins, il y a une volonté de relancer le projet sur trois lieux : la Villa Rabelais (maisons des cultures gastronomiques), Les Halles (valorisation des territoires), le quartier du Sanitas (espace solidaire et inclusif).

=> **Passage d'un centre unique à une offre en réseau.**

Dijon : la Cité internationale de la gastronomie et du vin.

Ouverture prévue pour 2019, reportée en décembre 2021, puis en avril 2022 et finalement inaugurée en mai 2022, avec pour mission de valoriser le repas gastronomique des Français et les « climats » du vignoble de Bourgogne (aussi inscrit au PCI de l'UNESCO).

Actuellement les chiffres sont assez flatteurs avec 520 000 visiteurs sur les 8 premiers mois, avec toutefois un bémol à intégrer : la comptabilisation des spectateurs de la salle de cinéma Pathé présente dans la Cité.

Des doutes apparaissent d'ailleurs chez certains, comme par exemple chez Matthieu Honnorat, l'ex-directeur du Village Gastronomique qui a choisi de partir en décembre dernier : "Le lieu est magnifique, mais il faut des animations pour le rendre populaire. Il faut en faire un Disney Land de la gastronomie, avec des démonstrations et des évènements."

=> **Ne pas sous-estimer l'importance de l'animation pour faire vivre une Cité à l'année.**



C Les "Cités" gastronomiques points de vigilance

Lyon : la Cité internationale de la gastronomie.

Inaugurée en 2019 avec un positionnement Alimentation et santé.

Le gros point noir des Cités gastronomiques en France, puisque la Cité de Lyon a fermé après un peu plus d'une année, certes peu aidée par le Covid, mais aussi par le prix d'entrée jugé trop élevé (12€/pers).

Une nouvelle mouture de la cité a ouvert en octobre 2022, cette fois sur un modèle gratuit, et annonce un volume de visitorat sur le dernier trimestre 2022 équivalent aux 6 mois d'ouverture de la première version

=> **Ne pas se positionner sur des fourchettes de tarifs muséaux sans une contrepartie significative.**

Bordeaux : La Cité du Vin

Ouverte en 2016 elle fait figure d'exemple pour toutes les « cités » de France et a atteint au Printemps 2022 les 2 millions de visiteurs ce qui en fait le 4ème musée le plus fréquenté hors Île-de-France. Des chiffres très impressionnants mais qui doivent aussi être examinés sous le prisme des moyens à disposition de l'intersyndicale (5 millions injectés), de la région (5 millions), de la ville de Bordeaux (33 millions) et donc du budget pharaonique de ce projet (80 millions d'euros). Autre point de vigilance sur la comparaison de ce projet avec le projet de Cité de la Bière, le caractère un peu hors-sol du dispositif, qui met en valeur la tradition viticole bordelaise sans pour autant être connecté aux producteurs ou à celles et ceux qui font le produit sur le terrain. Notons enfin que ce « succès » est rattaché au patrimoine viticole français, mondialement reconnu comme un fleuron du patrimoine national.

=> **Ne pas détacher l'offre de l'existant sur le territoire et ne pas sur-estimer la portée de l'intérêt pour l'univers brassicole**

Mais aussi...

La Cité du Cognac : annoncée il y a quelques semaines par l'interprofessionnelle du Cognac, qui servira principalement la filière via des espaces de travail commun.

La Cité de la Gastronomie de Paris-Rungis : avec une ouverture prévue en 2024 et repoussée à 2027 avec pour mission de valoriser une alimentation durable et la gastronomie responsable.



D Notre vision

1 – Une Cité décentralisée : un bâtiment amiral au centre d’un réseau de frégates interconnectées

L’un des écueils dans lequel pourrait tomber le projet : se focaliser exclusivement sur la dimension urbanistique, d’aménagement et/ou réhabilitation d’un bâtiment unique (induite par la dimension Rev3 de l’AMI).

Pour autant, et même si nous ne sommes pas partisans d’une Cité monumentale sur le modèle de la Cité du Vin de Bordeaux (une vision par ailleurs irréalisable financièrement pour le territoire et la filière), **il faut bien évidemment conserver la notion de navire amiral**, constituée par un centre d’interprétation ludique et culturel.

Un centre muséal, complété par d’autres espaces (séminaires, restauration, etc.) qui fera office de **guichet unique et d’étendard vers lequel convergent les dynamiques**. Mais il est selon nous impératif que ce centre soit **entouré et relié à un réseau régional de tourisme brassicole** et à tous celles et ceux qui font la filière sur le territoire.

Un **centre d’interprétation qui deviendrait le totem, le chaînon manquant de l’existant** sur le territoire régional, et qui viendrait finaliser et lier l’offre déjà présente (brasseries, musées, industries annexes, formation, routes de la bière).

Pour reprendre la métaphore maritime que nous employons depuis des années, le vaisseau amiral a aussi – voire avant tout – pour vocation de faire briller une flottille de navires existants.



D Notre vision

1 – Une Cité décentralisée : un bâtiment amiral au centre d'un réseau de frégates interconnectées

La Cité de la Bière ne doit pas se limiter à un projet, certes extrêmement important, d'aménagement urbain, mais doit voir plus loin, s'envisager comme l'opportunité de **créer des convergences et un maillage** favorisant l'**émulation touristique et le développement économique** de toute la filière et donc de la région.

D'autant que sur le territoire, il existe toute une offre avec l'émergence de musées, d'aménagement pour l'accueil du public dans les brasseries, de salles événementielles, etc. Cette émergence nous l'accompagnons d'ailleurs depuis plusieurs années pour des brasseries qui font appel à nos services, et nous sommes persuadés qu'elle n'en est qu'à son début.

Par ailleurs, certains de ces projets bénéficient ou ont bénéficié de financements régionaux ou des territoires, élément supplémentaire pour qu'ils soient inclus et valorisés dans le dispositif Cité de la Bière et non en marge et donc potentiellement concurrents.

En aucun cas la Cité ne doit cannibaliser l'offre de tourisme brassicole qui – enfin ! – a émergé ces dernières années.



D Notre vision

1 – Une Cité décentralisée : un bâtiment amiral au centre d'un réseau de frégates interconnectées

Il n'y aura qu'une seule Cité de la Bière à proprement parler (dans le sens d'un bâtiment accueillant le centre d'interprétation), certes très importante, et qui retient l'attention des territoires sur l'AMI. Mais au-delà de ça, chacun de ces territoires peut avoir sa carte à jouer pour accueillir une antenne de la Cité de la Bière. Il y a fort à parier que la vision de la Pévèle ne sera pas la même que celle de la Flandre, de l'Avesnois ou de l'Arrageois.

Chaque territoire pourra mettre en avant la spécificité de son terroir. Ainsi qu'est ce qui empêcherait l'Arrageois ou le Béthunois de s'orienter sur une interprétation gastronomique, la MEL sur une vision davantage R&D (nous y reviendrons plus bas) ou les Flandres sur sa tradition houblonnière. **Chaque territoire devenant un maillon d'un réseau régional permettant une activation de tout le territoire sur la thématique brassicole, avec le réseau Cité de la Bière comme trait d'union.**

Ce projet devenant alors une opportunité unique de relier les territoires des Hauts-de-France entre eux, de faire de la bière un trait d'union et de cohésion. Il y a d'ailleurs fort à parier que cette AMI ait suscitée des vocations dans les territoires qui, même s'ils ne sont pas retenus, pourraient tout de même avoir envie de développer une proposition sur la thématique.

Il serait alors pertinent d'imaginer une forme de labellisation « Cité de la Bière » pour tous ces lieux périphériques qui donnent de la bière des interprétations différentes, et au final, exhaustives à l'échelle régionale. Tout en veillant à ne pas tomber dans le piège de la superposition de multiples labels rendant illisible l'offre.



D Notre vision

1 – Une Cité décentralisée : un bâtiment amiral au centre d'un réseau de frégates interconnectées

Dans l'AMI il est indiqué que cela doit permettre de « poser les bases d'un dialogue avec le territoire retenu », or selon nous, la Cité de la Bière est également l'occasion de construire un dialogue ENTRE les territoires !

Il est également fondamental, selon nous, de **ne pas occulter les synergies ou partenariats éventuels avec nos voisins belges limitrophes**, partageant la même passion et le même savoir-faire sur cette thématique, et bénéficiant par ailleurs de plus d'expérience en matière touristique.

De belles initiatives transfrontalières voient le jour en matière de tourisme (sur le territoire des Ardennes notamment), **pourquoi ne pas nous en inspirer et additionner nos forces ?**

Enfin, cette interconnexion entre les territoires et leurs différentes frégates ne pourra se faire sans un outil/portail centralisateur. Une version de Cité totalement numérique (idée qui a pu exister à un moment donné) serait, selon nous, une erreur, au vu de la nécessaire dimension conviviale du projet. Mais **connecter un maillage brassicole régional de façon efficiente passera par un portail numérique central**. Il s'avère que ce portail existe, nous l'avons créé il y a de cela plusieurs années dans une démarche de promotion de circuits et d'itinéraires.



D Notre vision

2 – Les marqueurs de la Cité de la Bière dans les Hauts-de-France

La convivialité comme valeur cardinale

Pour fédérer un réseau, il est nécessaire d'**avoir un dénominateur commun**. Il convient donc de se poser une question : qu'est-ce que nous avons que les autres territoires n'ont pas ?

Dans les faits, si la région Hauts-de-France a une très forte légitimité sur le sujet, elle n'est pas la seule région à pouvoir prétendre accueillir une Cité de la Bière. La région Grand Est, et son territoire alsacien, serait également légitime pour se positionner.

Forte tradition brassicole, grosses brasseries familiales, style de bière emblématique, gros dynamisme de la filière et force de frappe touristique sont autant d'atouts que l'on retrouve chez nous, mais aussi, sous différentes formes (la Pils remplaçant la Bière de Garde par exemple) dans l'Est.

Ainsi, il est important de se demander quels sont les marqueurs de la Cité de la Bière HdF qui ne peuvent pas être ceux d'une hypothétique Cité de la Bière Alsace. La réponse tient en un mot : la convivialité.

Ce terme, trop souvent galvaudé mais pourtant terriblement réel, doit être **le ciment de la future Cité de la Bière**. Il est le marqueur de notre territoire, preuve en est le récent repositionnement du CRT avec l'adoption de Généreux par Nature, qui sous-entend notamment la notion de convivialité.

Brandir et se servir de cette valeur forte qu'est la convivialité ne doit bien évidemment pas venir se substituer à l'image de la bière. Cela doit au contraire venir s'ajouter à un élément fondamental, une **image de produit complexe issu d'un savoir-faire et d'une réelle démarche de création** de la part des brasseries.



D Notre vision

2 – Les marqueurs de la Cité de la Bière dans les Hauts-de-France

L'ensemble de la chaîne de valeur

Un autre élément différenciant qui doit devenir un marqueur de cette Cité de la Bière est **la présence sur le territoire régionale de l'ensemble de la production nécessaire à la filière brassicole** : des houblonnières flamandes, à la culture céréalière, en passant par le malt (Malteurop) à la levure avec la présence de Lesaffre dans la Métropole Lilloise.

Alors certes, il ne faut pas surjouer cette carte car la filière brassicole régionale ne peut se contenter de la seule production des matières premières locales, mais cela reste néanmoins une spécificité majeure. Une spécificité qui va d'ailleurs dans le sens d'une Cité de la Bière décentralisée avec la nécessité d'inclure ces zones/sites de production dans le réseau.

L'ambition d'un pôle d'excellence

Et on aborde là un point fondamental qu'il ne faudra pas négliger en regard de la dimension Grand Public de la Cité de la Bière qui attire la majorité de l'attention : la notion de **R&D et de prospective**.

La partie "grand public" regroupant centre d'interprétation, routes de la bière et animations événementielles est centrale dans la vision touristique du projet. Or, il est tout de même important de ne pas oublier la dimension touchant aux professionnels de la filière dans son ensemble.

Une Cité de la Bière ne peut s'envisager sans un pôle d'excellence au service de la filière. D'autant qu'aucun territoire ne s'est, pour l'heure, positionné sur ce sujet.



D Notre vision

2 – Les marqueurs de la Cité de la Bière dans les Hauts-de-France

Outre les raisons mentionnées dans le point précédent sur les matières premières régionales, la Cité de la Bière doit apporter **une plus-value technique, axée sur la réflexion et le développement** :

- permettant de **féderer** la filière régionale voire nationale
- permettant des **synergies de réflexions et d'actions**
- répondant aux **attentes des professionnels** (R&D, formation, etc.)
- facilitant l'**aide au développement** (études de marché, prospective, etc.)
- positionnant les Hauts-de-France comme **territoire de référence** sur cette notion de formation/R&D BtoB

Cette notion de pôle d'excellence doit d'ailleurs s'envisager dans la vision décentralisée de la Cité de la Bière, avec une implantation géographique potentiellement séparée du centre d'interprétation et pose également la question centrale du **mode de gouvernance**.

En effet, si l'on souhaite une Cité de la Bière incluant toutes les parties prenantes de la filière, du champ au verre en passant par le tourisme, la production ou encore le syndicat, la **gouvernance se devra d'être hétérogène, représentative et composée de membres légitimes**, sous peine d'étouffer l'ambition du projet ou de voir son potentiel non exploité.



D Notre vision

3 – Ne pas négliger le tourisme infra-régional

Cela a longtemps été un objectif touristique avoué, que ce soit dans les Hauts-de-France, mais surtout au niveau national : attirer des bus de touristes venus d'Amérique ou d'Asie.

Selon nous, qui plus est dans un contexte post-covid ayant ramené la notion de local au centre du prisme touristique, **le bus de touristes venus de l'autre bout du monde relève davantage du fantasme que de la prévision à court/moyen terme.**

Si cela est le cas notamment pour la Cité du Vin de Bordeaux, il est fondamental de bien prendre en compte la différence abyssale qui existe entre le rayonnement mondial de la France sur le vin et sur la bière. Bien que les courbes de consommation de l'un et de l'autre se soient pour la première fois croisées à l'avantage du second, la bière française n'a pas encore (mais souhaitons-lui) le pouvoir d'attractivité du vin.

On pourrait alors miser sur la « déperdition » touristique des visiteurs venus du Monde entier pour découvrir la tradition brassicole de nos voisins belges.

Mais **le projet de Palais de la Bière qui verra le jour dans quelques mois à Bruxelles**, projet totalement orienté grand public, situé sur une des places centrales historiques de l'une des capitales les plus touristiques d'Europe, risque de ne pas laisser passer entre les mailles de son filet beaucoup de touristes internationaux sensibles à la thématique brassicole.

Or, la Cité de la Bière des Hauts-de-France, sans lui faire offense, ne pourra rivaliser avec cette attraction qui bénéficiera d'un trafic naturel important et présent pour la thématique bière.



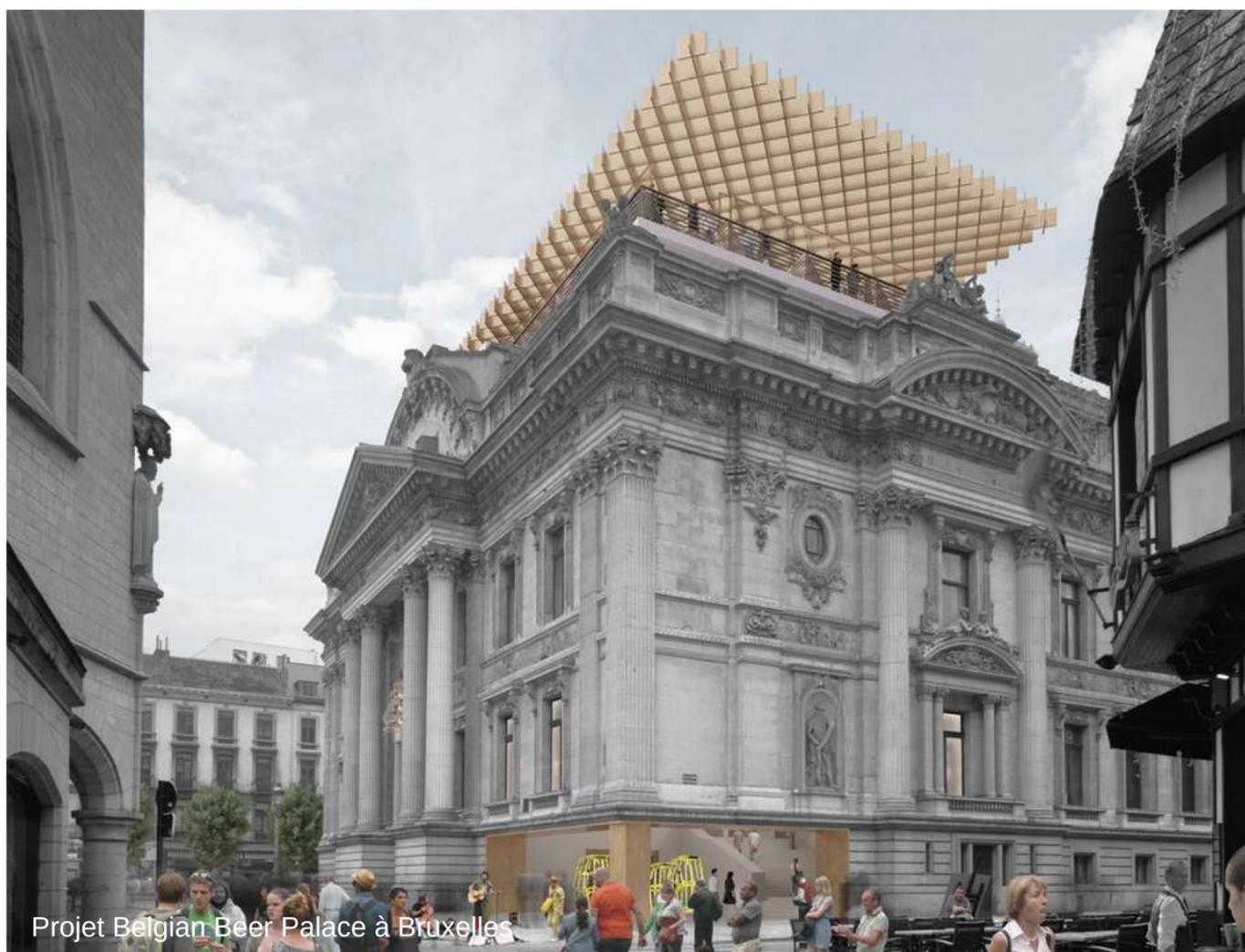
D Notre vision

3 – Ne pas négliger le tourisme infra-régional

C'est pourquoi, sans mettre de côté les efforts d'attractivité à l'échelon national voire européen, la Cité de la Bière doit notamment **s'envisager sur un tourisme de région** : habitants des régions limitrophes, mais aussi et surtout habitants des Hauts-de-France.

Il y aura bien évidemment des parisiens ou des ardennais venus passer un weekend prolongé dans la région, mais il y aura aussi une très large majorité de mouvements touristiques internes aux Hauts-de-France. Habitants d'Amiens allant dans les Flandres, Dunkerquois se rendant dans l'Avesnois, etc.

Autant de flux touristiques qui vont là encore **dans le sens d'un réseau d'antennes de la Cité de la Bière en région** et qui permettront, par exemple, au flamand, qui aura déjà visité son « antenne flamande », d'articuler son séjour en Pévèle autour de la visite de l'antenne locale et/ou d'une brasserie du territoire de la Pévèle.



Projet Belgian Beer Palace à Bruxelles



E Notre légitimité

Depuis 2013, avant tout le monde, nous mettons tout en œuvre pour développer et structurer le tourisme brassicole.

Basée à Lille depuis sa création, l'Echappée Bière **fait vivre depuis 10 ans déjà les Routes de la Bière** sur tout le territoire régional, que ce soit pour les professionnels, les touristes étrangers ou les locaux. A travers des circuits de visites thématiques et variés, maillant l'ensemble de la région, nous emmenons le grand public à la découverte du territoire à travers le prisme brassicole et gastronomique.

Les Routes de la Bière qui permettraient d'articuler et de faire vivre la Cité de la Bière dans l'ensemble des territoires régionaux existent déjà, nous les avons activées il y a 10 ans.

La région Hauts-de-France possède sur son territoire la seule agence exclusivement dédiée au tourisme, au conseil et à l'événementiel brassicole de France, qui compte maintenant 15 salariés et fait figure de pionnière. Il serait dommage de ne pas en profiter.

Les différentes études lancées sur le sujet ces trois dernières années par divers organismes, aboutissent à nos constats établis en 2016-2019 dans les différentes éditions des Livres Blancs et des Assises :

- Une **image de la bière** dans les Hauts-de-France à reconstruire/à accentuer
- Une **nécessaire formation et sensibilisation** des professionnels (les brasseurs sur la partie tourisme et le CHR sur la partie produit)
- Un besoin de **structuration, de coordination et de lisibilité** de l'offre touristique en région
- Une **amplification de la communication** sur l'existant



E Notre légitimité

Dans le prolongement, voici les pistes de travail que nous avons mises en réponse de ces constats en 2019 et leur étapes de concrétisation :

- Réaliser un audit
=> Mis en œuvre via différentes études commandées par le Syndicat des Brasseurs Hauts-de-France et le Conseil Régional
- Labelliser les acteurs
=> Apparition de la première labellisation « Héritage Bière » par la Métropole Européenne de Lille
- Former le personnel CHR
=> Besoin identifié dans l'AMI Cité de la Bière
- Proposer une offre touristique pertinente selon les typologies de publics (muséale pour le grand public, séminaire pour le BtoB)
=> Besoin identifié dans l'AMI Cité de la Bière
- Communiquer via des supports et de l'événementiel
=> Besoin identifié dans l'AMI Cité de la Bière
- Mise en place de grands équipements, d'un cluster bière : école, incubateur et Maison de la Bière (c'était l'appellation que nous lui avons alors donnée)
=> Essence même de l'AMI Cité de la Bière

Nous travaillons depuis 10 ans pour **structurer, densifier et institutionnaliser le tourisme brassicole** et en faire profiter l'ensemble du territoire et de la filière. C'est ainsi que nous appelons de nos vœux, et ce **depuis 2016**, la création d'une Cité de la Bière (ou Maison de la Bière) pour faire figure de totem et de porte d'entrée unique à cette démarche.

Nous avons à ce titre conduit, à titre bénévole, plusieurs réunions avec le Groupe d'Etude sur la Filière Brassicole de l'Assemblée Nationale dans **le but de faire exister un cluster «Tourisme Brassicole»** au sein d'Atout France (resté englué dans les rouages de l'administration).



E Notre légitimité

Enfin, nous avons répondu à l'appel d'offre en vue de la rédaction du cahier des charges qui deviendrait l'AMI Cité de la Bière, privilégiant une solution **décentralisée, plus modeste** (et donc moins onéreuse) que la Cité du Vin à Bordeaux, mais également davantage **interconnectée** avec l'existant sur le territoire.

Car cet existant, nous le voyons sortir de terre depuis quelques années maintenant de par nos activités, en étant par exemple missionnés par des brasseries de diverses tailles dans la création de leur musée (Brasserie Choulette, Brasserie Castelain) ou dans l'aménagement de leurs espaces en vue d'y inclure un volet visite/tourisme.

C'est **ce retour d'expérience qui nous conforte dans notre vision initiale d'une Cité de la Bière décentralisée, constituée certes, d'un bâtiment amiral, mais aussi d'un véritable réseau avec plusieurs antennes territoriales ayant chacune sa spécificité.**

Ce qui nous amène à nous sentir légitimes aujourd'hui sur plusieurs points notifiés dans l'AMI :

- Formation : nous **dispensons d'ores et déjà des formations** aux professionnels du CHR
- Événementiel : nous sommes **producteurs de plusieurs événements grand public** allant de 3000 à 18000 personnes par weekend
- Communication : nous sommes la seule **agence de communication et de conseil uniquement dédiée** à la filière brassicole
- Centre d'interprétation : nous **co-construisons du contenu et des parcours muséaux** pour des brasseries
- Coordination : nous **créons du contenu touristique brassicole et activons les routes de la bière** depuis maintenant 10 ans
- Réseau : de par nos activités et notre ancienneté, nous sommes aujourd'hui **au cœur de l'éco-système brassicole régional**, mais aussi national



E Et maintenant ?

Maintenant cette note d'intention lue, que reste-t-il et que fait-on face à ce projet d'ambition pour le territoire?

De par notre positionnement, notre existence, et nos actions, nous avons défriché le terrain du tourisme brassicole. Depuis 2013, et peu importe la modestie, nous avons grandement fait émerger le sujet. Peut-être d'ailleurs avec un peu trop d'avance sur un secteur quasi inexistant.

A l'heure actuelle, la Cité de la Bière en est à un stade embryonnaire qui verra chaque territoire intéressé se positionner mais il est évident que pour être optimal, ce projet devra être conduit en concertation avec les différentes parties prenantes. D'une part pour écouter les attentes et, d'autre part, pour répondre aux enjeux d'interconnexion :

- de la Cité avec les nouvelles formes de tourisme qui se développent (mobilités douces) et l'existant (équipements touristiques et brassicoles, circuits et itinéraires),
- entre les filières professionnelles impliquées (filière brassicole, hôteliers, institutionnels, tourisme, etc.),
- des territoires et de leurs "frégates"

Etant au croisement des univers brassicoles et touristiques, depuis maintenant 10 ans, étant reliés à l'ensemble des éco-systèmes concernés et en prise directe avec les territoires nous affirmons avoir notre rôle à jouer dans le projet.

A ce stade embryonnaire du projet, sans savoir quelles seront **les modalités - fondamentales - de la gouvernance**, ni quelle forme prendra la Cité de la Bière, il est compliqué de se positionner dans un rôle ou une mission précise. Cependant **depuis 10 ans, nous avons prouvé notre capacité à sentir (voire à développer) un marché et à concrétiser des idées pour l'alimenter.**

Nous avons de nombreuses idées et convictions liées à la Cité de la Bière et – bien qu'il ne soit pas question de porter seuls un projet de cette envergure (notre force est d'ailleurs de savoir fédérer et travailler avec d'autres acteurs des filières bière et tourisme) – nous pensons que L'Echappée Bière est incontournable sur beaucoup de volets de cet ambitieux et nécessaire projet pour la région et la filière.

Il ne nous manque plus qu'un mandat pour le concrétiser.



L'ÉCHAPPÉE BIÈRE
SAVOUREZ L'EXPERTISE

Cité de la Bière **TOURISME BRASSICOLE**

RÉGION HAUTS-DE-FRANCE

NOTE D'INTENTION
2023

www.echappee-biere.com/tourisme-brassicole