

**l'union**

CHAMPAGNE ARDENNE PICARDIE

Publié sur *L'Union* (<http://www.lunion.presse.fr>)[Accueil](#) > L'avenue de Champagne devient aussi un produit d'exportation

# L'avenue de Champagne devient aussi un produit d'exportation

Par *Corinne LANGE*

Créé le 27/05/2013 09:37

Et Aussi

**Url:**<http://www.lunion.presse.fr/node/1470136>**Titre:**

De l'avenue de Champagne à la cité des Sacres

**Url:**<http://www.lunion.presse.fr/node/1470263>**Titre:**

La marque AC en bonne place au camping

EN 2010, Benoît Moitié, adjoint au maire chargé de l'attractivité et du tourisme lançait l'idée d'une boutique au sein même de l'office du tourisme d'Épernay et sa région. L'idée : proposer des produits du territoire rassemblés sous sa propre marque.

« Paris a sa Tour Eiffel, Épernay son avenue de Champagne », avance Frédéric Nebout, directeur de l'office. Les Champs Elysées sparnaciens comme image de marque, quoi de plus normal !

La marque, déposée, AC voit rapidement le jour. C'est d'ailleurs une Sparnacienne de talent, Marion Thomas-Mauro qui en assure le design.

« Avec ses 1,8 km de longueur, il est impossible de prendre en photo l'avenue de Champagne dans son intégralité. En achetant nos produits, les touristes ont l'impression de repartir avec un bout de notre célèbre avenue », affirme Frédéric Nebout qui travaille désormais sur un slogan qui pourrait être « Épernay avenue de Champagne, on n'en verra jamais AC... »

## Demandeur d'excellence

Côté boutique, aucun produit n'est écarté même si l'office du tourisme a mis en place un groupe de travail chargé d'étudier les demandes. Aujourd'hui, des bijoux, des verres peints à la main, des sculptures sont venus compléter la gamme axée sur le champagne.

En 2013, Frédéric Nebout a décidé de pousser les murs de l'office du tourisme et d'exporter la marque AC. « Nos premiers interlocuteurs, ce sont nos partenaires », précise le directeur qui affirme catégoriquement que « le premier objectif n'est pas de faire du chiffre d'affaire ». Pour lui, « il s'agit avant tout de développer la gamme de produits AC et de multiplier nos partenaires ».

Le concept semble suffisamment attractif puisque six hôtels de catégories différentes ainsi que des commerces de bouche et bien entendu des maisons de champagne, ont accepté de vendre les produits AC au sein de leur établissement.

« Les touristes qui viennent visiter la capitale du champagne ont un certain pouvoir d'achat. Ils sont demandeurs d'excellence et nos partenaires répondent à cette demande ».

De quoi rassurer lorsqu'il s'agira d'étudier l'inscription des paysages de Champagne au patrimoine mondial de l'Unesco...

#### Photos / vidéos

Auteur :

Légende : 1) Avec La Briqueterie à Vinay, c'est un complexe hôtelier de haute gamme qui propose désormais les produits de la marque AC.

**Visuel 1:**



Auteur :

Légende : A la chocolaterie de Pierry, Xavier Thibaut a accepté de vendre les produits de la marque AC après avoir spontanément accepté d'apposer le logo AC en lettres d'or sur ses propres emballages.

**Visuel 2:**



Auteur :

Légende : Partenaire de la première heure, l'hôtel Première classe a mis dans son hall d'accueil le présentoir de l'office du tourisme.

**Visuel 3:**



**URL source:** <http://www.lunion.presse.fr/article/aisne/lavenue-de-champagne-devient-aussi-un-produit-dexportation>