

# Comment vit la Cité du champagne ?

Elle vient d'inaugurer sa troisième exposition à la villa Collet. Mais combien de personnes ont déjà visité la cité et comment peut-elle rayonner ?



Éric Deroo, historien attaché au CNRS, était présent au vernissage de « Champagne et guerres », pour apporter son éclairage de commissaire d'exposition. Christian Lantenois

**A**vec la livraison de la boutique et de l'espace accueil ce mois-ci, la Cité du champagne montée à Aÿ par la plus vieille coopérative de Champagne, la Cogevi, portant la marque Collet, complète sa structure. Ayant ouvert dans un premier temps la maison Cogevi et la villa Collet en juin 2014, elle a inauguré le musée des métiers du champagne il y a un an et ouvre donc cette année sa troisième année d'existence.

Structure unique en Champagne par sa proposition en trois dimensions (culture, histoire et mise en valeur des métiers), la Cité du champagne a encore besoin de se faire connaître. « *Le champagne se lie à merveille avec l'art et l'Histoire* », assure le directeur général Olivier Charriaud. Pas la peine de se comparer à la Cité du vin de Bordeaux et ses quelque 80 millions d'euros de budget (contre sept pour Collet-Cogevi), l'objectif est différent. L'histoire des femmes et hommes qui ont fait et font encore la et le champagne transpirent des pôles de la cité, qui s'adresse à tous, adultes comme enfants, profanes comme avertis. En juin, la Cogevi a même remporté le prix de l'œnotourisme à Marseille au congrès des coopératives viticoles de France.

« *La culture et l'œnologie rassemblent pour l'emploi et l'image de la Champagne* », assure Pascal Blanchard, historien et fondateur des Bâtisseurs de mémoire, agence parisienne qui a conçu la cité et les expositions. « *C'est une source énorme de richesse et c'est fort que ce soit une coopérative qui innove de cette manière. Dans dix ans, il faut que cet endroit soit perçu comme offrant une vision à*

## Un espace de séminaire ouvert à la location

La Cité du champagne ne s'adresse pas qu'aux touristes. Les entreprises et organismes peuvent louer un espace dédié aux séminaires au sein du musée des métiers, personnalisable et isolé du circuit de visites jusqu'à 80 personnes. Cocktail ou non, visite ou non, la cité s'adapte à la demande.

*360 degrés sur la Champagne. J'aime rappeler que 80% des visiteurs qui viennent à Reims ne voient pas la vigne. Ici, c'est possible.*

Rendant également hommage à la ville d'Aÿ qui compte donc comme une troisième destination viti-vinicole incontournable dans la Marne, après Reims et Épernay. Représentée à Reims pour « Destination vignobles », la cité fait aussi partie de plusieurs tours-opérateurs régionaux « vendant » la destination de la Champagne.

## 5 000 visiteurs en 2015

Pas étonnant donc que dans cette dynamique, les organismes officiels viennent peu à peu apporter une légitimité supplémentaire à l'action de la cité. Pour cette nouvelle exposition autour de « Champagne et guerres », la mission du Centenaire de la Première guerre mondiale, l'Office national des anciens combattants et victimes de guerre (Onac), le Souvenir français et la direction de la mémoire, du patrimoine et des ar-

chives (DMPA) l'ont soutenue soit par un label soit par un financement.

En 2015, la cité a enregistré plus de 5 000 visiteurs gratuits puisque les visites n'étaient pas payantes pendant l'année d'ouverture. « *Les visites sont payantes depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2016 mais cela n'a pas perturbé la fréquentation. Celle-ci devrait dépasser 6 500 visiteurs à la fin de l'année* », indique l'équipe de la cité.

Un début prometteur, notamment pour attirer les touristes puisque les visites sont assurées en français, anglais, allemand, portugais et italien. Reste à régler le problème de fréquence des trains sur la ligne Épernay-Paris : « *Nous ne sommes qu'à 1 h 15 de la capitale, souligne Olivier Charriaud. Les touristes doivent pouvoir accéder mieux que cela à Aÿ...* » Le préfet de la Marne, Denis Conus, assure être « à l'écoute ».

Qui vient pour le moment ? 80 % de touristes français (dont des locaux), 20 % de clientèle internationale dont 6 % d'Anglo-saxons et 3 % de Belges. Pour le moment, ces visiteurs ont entre 50 et 64 ans et appartiennent à une catégorie socio-professionnelle élevée. La nouvelle équipe composée de six permanents dont un directeur est en place pour conforter l'existant et explorer d'autres pistes d'attractivité pour tous les publics.

CLAIRE HOHWAYER

► Tarifs des visites : exposition temporaire (dégustation incluse) à 12 euros pour un adulte, 5 euros en tarif réduit sans dégustation ; formule musée et exposition temporaire (dégustation comprise) à 22 euros, 12 euros en tarif réduit sans dégustation. Renseignements (y compris pour l'espace séminaire) au 03 26 55 98 88 et sur [www.citeduchampagnecolletcogevi.com](http://www.citeduchampagnecolletcogevi.com)