



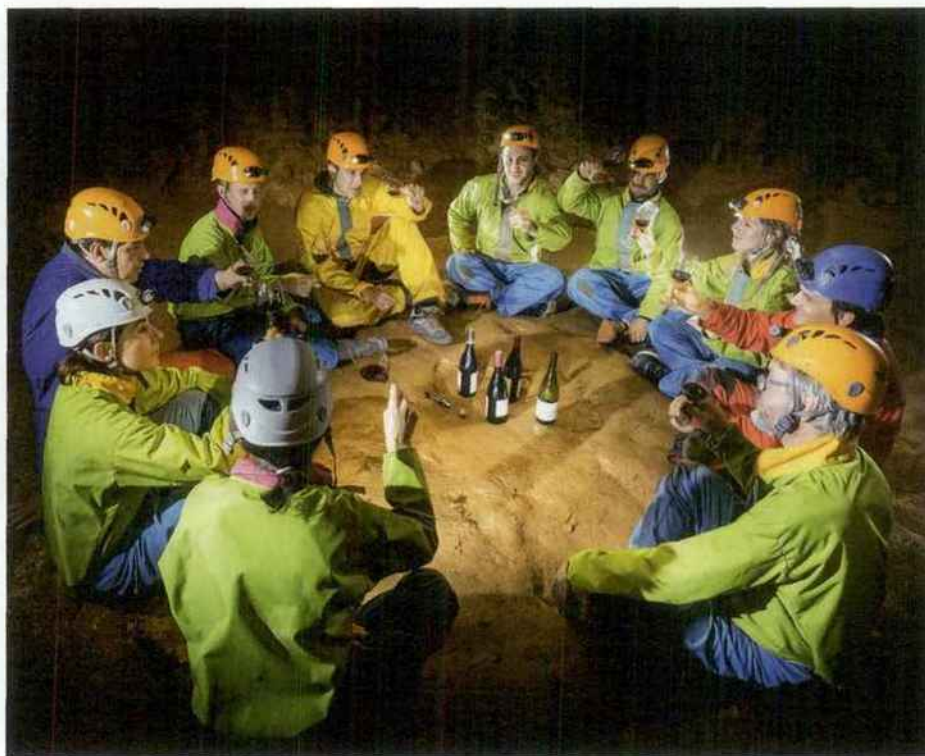
## DISTRIBUTION

### SPÉLÉCÉNOLOGIE EN ARDÈCHE

# VOYAGE AU CENTRE DU TERROIR

Quand un vigneron et un spéléologue se rencontrent, que se racontent-ils ? Des histoires d'exploration, de sol et de sous-sol. Pour Raphaël Pommier et Nicolas Bransolle, l'histoire a débouché sur une activité œnotouristique : la spélécénologie, ou comment déguster au cœur du terroir, en AOC côtes-du-rhône Bourg-Saint-Andéol.

**F**aire déguster des vins vieillis dans la roche-mère, au cœur d'une grotte et dans le noir total à des touristes : l'idée est assurément originale. C'est celle qui a traversé l'esprit de Raphaël Pommier, du domaine Notre-Dame-de-Cousignac à Bourg-Saint-Andéol (Ardèche) et qui s'est concrétisée grâce à sa rencontre avec Nicolas Bransolle, guide de spéléologie. « *Nous n'avons rien inventé, relativise le vigneron, car j'ai toujours vu mes oncles et mon père s'aventurer dans les grottes de la région.* » Le spéléologue renchérit : « *Et dans les sacs, il y a toujours le vin et le casse-croûte.* » Mais ces deux-là ont eu la bonne idée d'ouvrir à tous la possibilité de partager ces instants rares, sous le signe de l'exploration. Ainsi, depuis 2015, les touristes peuvent descendre sous terre, dans la grotte de Saint-Marcel d'Ardèche. De la randonnée de 2 h 30 sous le ter-



roir, jusqu'à la tyrolienne au-dessus d'un gouffre, il y en a pour tous les publics (à partir de sept ans) et pour un budget accessible (à partir de 58 €/personne). Pour les moins sportifs, des dégustations sont aussi organisées dans la partie aménagée

**Les touristes dégustent les vins après une excursion guidée dans la grotte sur le thème du terroir.**

de la grotte, par Jézabel Janvre, guide œnologique (à partir de 12 €).

#### UNE HUITIÈME PORTE D'ACCÈS

En 2018, 300 spélécénologues ont tenté l'expérience, guidés à la fois par un spéléologue et un vigne-



ron. Beaucoup de familles, des groupes d'amis pour des enterrements de vie de célibataire, par exemple, et de plus en plus, des entreprises s'y sont intéressées pour changer du karting et du paintball. « *Le vin attire des clients, nous avons créé une huitième porte d'accès à cette grotte, qui en compte sept naturellement* », plaisante Nicolas Bransolle.

Il a fallu trois ans pour passer de l'idée à la réalisation. « *J'avais envie de faire vieillir mes vins dans une grotte, pour leur température constante toute l'année*, raconte Raphaël Pommier. *Et un jour, en visitant la grotte de Saint-Marcel d'Ardèche en été, il faisait frais, j'ai eu le déclic.* » La grotte, qui compte 60 km de galeries, est une propriété communale ouverte au grand public. Elle fait partie des points d'attraction des gorges de l'Ardèche. Sa réputation est encore plus grande dans les milieux de la spéléologie. Mais personne n'avait encore jamais pensé y faire vieillir des vins.

#### DES AUTORISATIONS NÉCESSAIRES

Le vigneron va donc initier les démarches. La mairie



Nicolas Bransolle et Raphaël Pommier sont à l'origine du concept de spéléoenologie.

est partante. Reste à étudier l'impact sur les vins et la faisabilité du projet. Pour cela, Raphaël bénéficie du soutien de la maison Ogier, avec qui il est partenaire. Un premier fût est donc descendu en 2012 pendant huit mois, puis une quinzaine l'année suivante avec différents bois. « *Nous nous sommes rendu compte qu'il existait un risque de développement de bactéries sur les fûts, aussi nous avons dû trouver une résine qui protège le bois* », indique-t-il. Côté œnologique, le passage dans la grotte crée une acidité carbonique qui rafraîchit le vin.

Une autorisation des douanes a aussi été nécessaire : il a fallu démontrer que ce lieu était une extension de la cave, pour bénéficier d'une extension du numéro d'accises. Là encore, le projet a été accueilli favorablement. Il a alors été proposé à tous les vignerons de la commune de s'associer à la démarche. Tous ont répondu présent. Depuis 2015, une partie de la grotte est ainsi devenue un espace de vieillissement pour différents contenants (fûts, mais aussi bouteilles de 75 cl, magnums...). Juridiquement, les intervenants sont des entrepreneurs autonomes qui

**« J'avais envie de faire vieillir mes vins dans une grotte, pour leur température constante »  
Raphaël Pommier, vigneron**



Étiquette en vrai bois, graphisme inspiré de la préhistoire: la cuvée Vinolithic constitue le haut de gamme du Domaine de Cousignac.

travaillent en collaboration. Des conventions sont passées avec la commune, qui gère la grotte.

### « NOUS CRÉONS DE LA RARETÉ »

Pour les vigneron, la valorisation de cette initiative provient des cuvées spéciales qu'ils ont créées avec les vins vieillis dans la grotte. Ces cuvées sont proposées dans la boutique de la grotte ou vendues par leurs soins. « Nous créons de la rareté », insiste Raphaël Pommier qui commercialise sa cuvée haut de gamme Vinolithic à 20 € le col, quand le prix moyen de ses vins est de 13 €. La cave coopérative de Saint-Marcel d'Ardèche

a également créé sa cuvée Noir absolu et le domaine du Chapitre va sortir sa cuvée Luz. Une association est en cours de création entre tous les vigneron parties prenantes pour pouvoir communiquer ensemble. Un macaron « élevé dans la grotte de Saint-Marcel d'Ardèche » figure déjà sur les bouteilles. Le deuxième axe de valorisation est l'accueil au domaine. Pour Raphaël Pommier, par exemple, la spéléologie attire des clients pour ses cinq chambres d'hôtes et sa petite restauration bio au domaine. Il estime que l'œnotourisme représente 30 % de son chiffre d'affaires aujourd'hui contre 10 %

en 2010. Plus largement, cette initiative contribue à promouvoir la région, grâce au bon écho qu'elle a rencontré dans les médias. Mais, si l'affluence estivale est satisfaisante, « des marges de progrès existent pour les autres saisons, tout en restant cohérent avec notre éthique », estime Nicolas Bransolle. Aussi, les spéléologues ont-ils participé au Salon Destination vignobles, pour convaincre les tours operators. Des contacts ont été pris en Inde, en Suède, en Norvège, aux États-Unis... Avec pour objectif de garantir une pérennité à leur activité.

Irène Aubert

Un macaron a été spécialement créé pour distinguer les cuvées ayant vieilli dans la grotte.



Premières assises nationales

## 20 MESURES POUR L'ŒNOTOURISME

Placer la France en tête des destinations œnotouristique est l'objectif d'Atout France. Vingt mesures ont été présentées à cet effet lors des premières Assises nationales de l'œnotourisme en novembre 2018.

Parmi les 20 actions et mesures listées par Atout France, pour favoriser le développement de l'œnotourisme, plusieurs concernent la levée des freins réglementaires aux activités œnotouristiques, comme la définition du concept de « vendanges touristiques » dans la réglementation, afin d'écartier le soupçon de travail irrégulier que les autorités pourraient faire peser sur les domaines viticoles concernés. Très impliqués dans l'œnotourisme, les vigneron indépendants ont souligné l'aspect prioritaire de ce dossier.

L'agence souhaite aussi faire progresser la qualité et la lisibilité de l'offre française, et propose par exemple de lancer un classement des expériences œnotouristiques ou encore de fédérer au niveau national les régions labellisées « vignobles et découvertes », pour construire une stratégie de promotion commune. Mais l'amélioration de la qualité de l'offre passe aussi par la formation et la professionnalisation des opérateurs. L'idée de réaliser un Massive open online course (Mooc) a ainsi été lancée. Enfin, plusieurs mesures sont listées pour améliorer la promotion de l'œnotourisme français, comme travailler avec les filières voisines (spiritueux et bière), coordonner un événement œnotouristique à l'échelle nationale en fédérant les initiatives locales autour d'une même date, créer une commission de réflexion stratégique au sein du Comité national des interprofessions des vins à AOC et IGP (Cniv), créer des trophées de l'œnotourisme...