

# The Good Life

BUSINESS & LIFESTYLE BY TRAIN

## The Good Mayor

Interview exclusive de Valérie Plante,  
maire de Montréal

## The Good Speed

Hyperloop, le train de demain  
... à 1 000 km/h ! Dingue !

## The Good Match

Maglev : Chine vs Japon,  
la course à la technologie ▶

## The Good Saga

L'Orient-Express fait toujours rêver ♥♥♥

## The Good College

Paris-Saclay, le MIT français

## The Good Test – Breaks

Volkswagen Arteon Shooting Brake  
& Peugeot 508 Sport Engineered

## The Good Profile – Cuisine

Les nouveaux trentenaires  
de la scène food frenchie

Still extremely addictive

NUMÉRO  
SPÉCIAL  
TRAINS

Imprimé  
sur papier  
recyclé ☺



## Le spiritourisme en plein boom

Inventé au XIX<sup>e</sup> siècle par Alexandre Le Grand qui inaugura le palais Bénédicte, première maison de spiritueux à avoir ouvert ses portes au public, le spiritourisme s'est popularisé dans les années 60... Une manne pour les entreprises, mais aussi pour l'économie locale.

TEXTE : Béatrice Delamotte



Depuis quelques années, le spiritourisme, contraction de spiritueux et tourisme, a connu un essor extraordinaire. Un engouement qui révèle une véritable tendance de fond : aujourd'hui, des vacances en famille, un week-end à deux ou une escapade entre amis sont autant d'occasions d'un retour vers l'authentique, le naturel. Le plaisir de redécouvrir

le patrimoine autrement. Et cet engouement ne concerne pas que les seniors, amateurs de spiritueux haut de gamme, mais également les trentenaires qui consomment des cocktails et ont envie d'en apprendre plus sur leurs alcools préférés. Au-delà de la qualité des produits concernés, la production de spiritueux est souvent associée à un terroir et est fortement liée à la préservation des paysages agricoles et patrimoniaux. Cognac en est un témoin remarquable. La commune de Charente, qui compte près de 20 000 habitants à l'année, a reçu en 2019, avant la période de Covid, près de 300 000 visiteurs. Une manne pour les maisons, qui organisent visites et dégustations pour des clients, qu'ils soient français ou étrangers, et un véritable rôle de locomotive pour la ville qui a eu la chance de donner son nom à l'eau-de-vie la plus connue au monde. Ce succès est dû à un travail entamé dès les années 60 par les

grandes marques qui ont su développer des visites guidées, comme on les appelait alors, sans pourtant y consacrer des budgets importants.

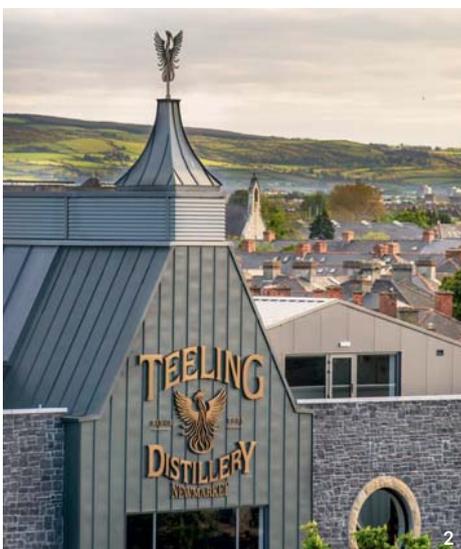
### Un enjeu financier

Il faudra attendre les années 90 pour que ces circuits deviennent un enjeu commercial et financier, auquel on consacre dès lors beaucoup d'argent. Aujourd'hui, il suffit de pousser les portes du centre Hennessy, sur les bords de la Charente, pour se convaincre que la maison a su investir pour fournir une expérience exceptionnelle à ses quelque 30 000 visiteurs annuels. Entre le bâtiment moderne construit sur les quais, les chais historiques de l'autre côté de la rivière et l' incontournable boutique, Hennessy propose pas moins de trois expériences multisensorielles et singulières, qui permettent de comprendre l'élaboration de ses cognacs et son identité. De quoi transformer les visiteurs conquis en ambassadeurs de la marque à moindre coût. Bien sûr, Cognac n'est pas la seule ville qui bénéficie de cette manne, puisque la Fédération française des spiritueux (FFS) estime que plus d'une entreprise

### LE SPIRITOURISME

#### EN CHIFFRES

- **2,16 M** : le nombre de visiteurs qui ont fréquenté les distilleries écossaises, en 2019. Ils étaient plus d'un million en Irlande à la même période. Et, en 2021, en France, ils étaient plus de 2 M à découvrir les sites de productions de métropole et d'outre-mer.
- **120** : le nombre d'entreprises françaises de spiritueux (à 95 % des PME) qui ouvrent leurs portes au public, en proposant régulièrement des visites, rencontres, animations et des dégustations avec des professionnels.
- **5,7 M** : le nombre de visiteurs de la distillerie la plus visitée au monde en 2021, Ole Smoky, qui regroupe quatre sites dans le Tennessee, soit deux fois plus que toutes les distilleries écossaises.



1. Noilly Prat produit un vermouth blanc réputé.
2. La distillerie Teeling, à Dublin.
3. Les chais du château de Cognac.
4. La distillerie Dewar's Aberfeldy.
5. Casa Bacardi à Porto Rico.

sur deux propose une offre de visite. Ainsi, le palais Benedictine, à Fécamp, attire plus de 100 000 visiteurs par an. « En plus des sites ouverts au public de façon permanente ou temporaire en période estivale, on compte en France aussi plus de 18 sites qui sont à la lisière entre l'unité de fabrication et le musée, comme le Cassissium, en Bourgogne, Calvados Expérience, en Normandie, ou le palais Benedictine, à Fécamp, et qui permettent d'en apprendre plus sur l'histoire et la fabrication des produits », précise Jean-Pierre Cointreau, président de la FFS. De quoi attirer plus de 2 millions de visiteurs par an, sans oublier les rhumeries des Antilles et de la Réunion, qui renforcent le tourisme local de manière importante. Une diversité de spiritueux – on en compte pas moins d'une quarantaine de catégories en France – qui nous permet d'occuper la deuxième place des producteurs européens, derrière le Royaume-Uni, l'Écosse en tête. Car si l'on devait prendre des leçons en matière de spiritourisme, c'est là qu'il faudrait se rendre. Depuis longtemps,

le tourisme des spiritueux a été érigé en art national en Écosse, boosté par le nationalisme local et la beauté des paysages.

#### Le modèle écossais

Quasiment toutes les distilleries écossaises offrent des circuits de visites complets, et certaines proposent même des hébergements sur place, pour garder captifs les touristes amateurs de single malts et de blends. Par exemple, Glenmorangie a ouvert son propre hôtel, Glenmorangie House, pour prolonger l'expérience. En 2019, le tourisme du whisky écossais a atteint un niveau record avec 2,16 millions de visites comptabilisées, ce qui a représenté un chiffre d'affaires de 85 millions de livres sterling. La qualité des infrastructures attire aussi les visiteurs non britanniques, qui représentent les deux tiers des entrées dans les distilleries, permettant aux hôtels, bars et restaurants de faire le plein quasiment toute l'année, soutenant l'économie locale et permettant l'emploi direct de 1 200 personnes dans les centres d'accueil du whisky écossais, soit 10 % de l'emploi direct de l'industrie en Écosse. Ces résultats sont à la hauteur de l'effort d'investissement consenti par l'industrie de ce secteur. Selon la Scotch Whisky Association, plus de 200 millions de livres sterling ont ainsi été injectés, au cours des cinq dernières années, pour répondre à la demande accrue des visiteurs et leur offrir un meilleur accueil. ■

#### LA TENDANCE EST AUX ÉDITIONS LIMITÉES ET À LA PERSONNALISATION

Celui qui est un jour entré dans la boutique de n'importe quelle distillerie peut en témoigner : les éditions limitées s'arrachent. Vieillesse particulière, compte d'âge exceptionnel ou tout simplement embouteillage original séduisent les amateurs de telle ou telle marque ou, plus généralement, les collectionneurs. Souvent uniquement vendues à la distillerie, ces bouteilles peuvent atteindre des prix conséquents. Certaines maisons proposent même de repartir avec une bouteille unique, celle que le visiteur aura remplie lui-même, à partir d'un fût unique avec une étiquette personnalisée. Par exemple, au château de Cognac, devenez acteur d'une expérience exclusive et authentique en mettant sous verre « Princes de Cognac ». De la mise en bouteille directement du fût à la personnalisation de son étiquette, le visiteur emporte avec un lui un souvenir incomparable, et laisse son empreinte dans le registre historique du château.



## 3 questions à Stéphane Tillement

Fondateur de Wine Paths.

### Pourquoi avoir créé un département spiritourisme ?

À l'origine, l'ambition de Wine Paths était de créer le leader mondial des expériences œnotouristiques. Mais devant la forte demande d'expériences autour des spiritueux, nous avons ajouté cette thématique il y a deux ans. Nous sommes très satisfaits de son développement, qui représente déjà presque 10 % de notre chiffre d'affaires, malgré la crise liée au Covid.

### Qu'est-ce qui séduit tant dans le spiritourisme ?

Comme son cousin, le tourisme du vin, le tourisme des spiritueux se concentre sur la mise en valeur de l'incroyable diversité des productions et sur la passion des personnes qui le pratiquent. Depuis, en faisant la publicité de leur région en tant que destination de spiritourisme, les communes rurales et les entreprises locales se diversifient et se développent en attirant des visiteurs du monde entier. Et grâce au partenariat que nous venons de nouer avec la plate-forme Amazon Explore, nous proposons aussi des solutions de visites virtuelles pour les maisons de spiritueux.

### Pourquoi avoir noué un partenariat avec le groupe Bacardi ?

Nous avons décidé d'unir nos forces pour élargir nos marchés. Depuis 2021, nous sommes devenus le partenaire privilégié de 9 des maisons du groupe Bacardi pour le tourisme, que ce soit en France, en Italie, aux États-Unis ou au Royaume-Uni. Ce partenariat permet de proposer à nos clients des destinations de choix et des expériences privilégiées avec des marques reconnues.



## Spiritourisme, tour du monde en 9 distilleries

Créé en 1862, à Cuba, par Facundo Bacardí, le groupe, toujours familial, possède aujourd'hui une quarantaine de marques de spiritueux, des rhums bien sûr, mais aussi des whiskies, bourbons, vodkas ou gins. Pour permettre aux amateurs de mieux connaître son univers, Bacardí a ouvert au public 9 de ses maisons emblématiques, se positionnant comme un précurseur et un acteur majeur du spiritourisme. On peut ainsi découvrir les différents savoir-faire du groupe : le château de Cognac, la maison Noilly Prat, les distilleries des whiskies Dewar's et Aberfeldy, en Écosse, ou de Teeling, à Dublin, mais aussi les gins Bombay Sapphire, près de Londres, l'emblématique Martini, près de Turin, ou les bourbons Angel's Envy, dans le Kentucky.



le vieillissement, et qui se termine, bien sûr, par une dégustation des meilleurs cognacs de la maison ou un *pairing* original avec du caviar français. Et pour les plus passionnés, dégustations à la pipette dans les chais, sur les pas du maître de chai.

[chateauroyaldecognac.com](http://chateauroyaldecognac.com)

## Au cœur de l'histoire CHÂTEAU DE COGNAC (1)

Dominant les rives de la Charente, le puissant château royal, qui a vu naître le roi François I<sup>er</sup>, fait partie des premières maisons de Cognac. En 1795, en pleine Révolution, le baron Jean-Baptiste Otard rachète l'impressionnante bâtisse devenue bien national, conscient que les murs épais et la proximité de la Charente sont des atouts pour assurer un vieillissement exceptionnel aux eaux-de-vie. Les visiteurs découvrent ainsi l'histoire de ce monument, mais aussi les secrets de la production des cognacs Baron Otard et D'Ussé. Une visite qui mène du Moyen Âge aux chais de

## La perle de Marseillan LA MAISON NOILLY PRAT (2)

À quelques pas des plages méditerranéennes, la Maison Noilly Prat permet de découvrir les chais centenaires dans lesquels ont vieillis les vins blancs nécessaires pour l'élaboration du vermouth façonné par la mer. Depuis 1850, le petit village de Marseillan voit ainsi défile les visiteurs du monde entier qui viennent s'initier aux secrets de fabrication du Noilly Prat. De l'ombre du chai des Mistelles au soleil éclatant de l'Enclos, où les fûts affrontent le climat capricieux du Languedoc pendant un an, on découvre quelques-unes des étapes, qui permettent de transformer, grâce à la macération de plantes et

d'épices, ces vins blancs en vermouth indissociable de la recette du Dry Martini. Pour s'imprégner des subtilités de la production, le visiteur peut même créer son propre vermouth, en sélectionnant les vins, les herbes et les épices, ou découvrir les secrets de la mixologie au bar privé.

[noillyprat.com](http://noillyprat.com)



## Une folie normande LE PALAIS BÉNÉDICTINE (4)

Du port de Fécamp, on ne peut pas rater la silhouette originale du flamboyant palais Bénédictine. Imaginé au XIX<sup>e</sup> siècle par le négociant en vins Alexandre Le Grand, ce chef-d'œuvre architectural mi-gothique mi-Renaissance a gardé sa vocation première : abriter une collection d'œuvres d'art exceptionnelle et l'unique distillerie de la liqueur Bénédictine. Dans ce cadre somptueux, on s'initie aux secrets de fabrication de la célèbre liqueur dont la recette aurait été mise au point par un moine bénédictin vénitien

au début du XVI<sup>e</sup> siècle. De l'herboristerie aux alambics en cuivre martelé presque bicentennaires, en passant par les chais cachés dans les caves du palais et la découverte de la part des anges – les alcoolats qui entrent dans la composition de l'élixir –, les coulisses de l'élaboration de la liqueur se dévoilent aux amateurs qui terminent leur visite par la dégustation de quelques cocktails, à La Verrière, le nouveau bar du palais.

[palaisbenedictine.com](http://palaisbenedictine.com)

## L'essence de l'Italie CASA MARTINI (3)

C'est tout près de Turin qu'est produit, depuis 1863, le célèbre apéritif italien, le Martini. Au cœur de ce lieu emblématique, on découvre l'histoire et des anecdotes sur les fondateurs de la marque, Martini et Rossi, mais aussi les coulisses de



la production de ce vermouth à la fois doux et amer. Pour mieux comprendre le processus de fabrication, de la vigne à la mise en bouteille, un parcours olfactif permet de discerner les différentes fragrances des herbes aromatiques qui composent le Martini, avant de pénétrer dans l'incroyable cathédrale de cuves en Inox où sont stockés des millions de litres de l'élixir. Une visite qui se termine, bien sûr, par une dégustation des produits de la maison et de l'un des cocktails emblématiques qui ont fait et qui continue de faire le succès de la maison italienne.

[visitasamartini.com](http://visitasamartini.com)



**God save the gin**  
**BOMBAY SAPPHIRE**  
**DISTILLERY (5)**

Près de Londres, à Laverstoke, dans le Hampshire, ce lieu permet de se plonger dans l'univers de la marque et l'art de produire un London Dry Gin mondialement réputé. C'est dans une ancienne imprimerie, où étaient imprimés les billets britanniques, que Bombay Sapphire a inauguré, en 2014, sa distillerie à la fois moderne, authentique et écoresponsable. La visite débute par les serres où sont cultivés des échantillons des 10 plantes qui entrent dans la composition du gin, puis dévoile l'art de la distillation et de l'infusion à la vapeur, avant de terminer par une dégustation d'un cocktail au Mill Bar. L'expérience sensorielle et aromatique de la Botanic Dry Room (l'herboristerie) est tout bonnement exceptionnelle.  
[bombaysapphire.com/distillery/](http://bombaysapphire.com/distillery/)



**Une légende du scotch**  
**ABERFELDY DEWAR (6)**

John Dewar et ses fils, Alexander et Tommy, font partie des légendes du whisky écossais. D'un petit négoce de scotch, ils ont fait l'une des plus grandes maisons productrices de blend, au point d'apposer leur nom sur l'étiquette de leurs produits. Tommy aurait même inventé le High Ball, ce cocktail très frais qui associe whisky, glace, soda et citron, aujourd'hui dégusté dans le monde entier. La distillerie Dewar's Aberfeldy permet de plonger au cœur de l'histoire de la famille et de l'art de l'assemblage, qui a fait son succès. On y découvre les

impressionnants chais de vieillissement des single malts, avant de déguster quelques références au bar. Et pour prolonger l'expérience, on peut repartir avec des éditions limitées ou même une bouteille d'un single malt choisi parmi les meilleurs fûts.  
[dewarsaberfeldydistillery.com](http://dewarsaberfeldydistillery.com)



**Whiskeys artisanaux**  
**TEELING DISTILLERY (7)**

Dublin évoque souvent la bière brune, mais une nouvelle génération de distillateurs fait souffler un vent d'innovation dans le monde du whiskey. Ouverte en 2015, Teeling est la première distillerie à s'installer dans la capitale irlandaise depuis plus de 125 ans. Héritiers de plusieurs générations de distillateurs, Jack et Stephen Teeling permettent de s'immerger dans leur univers, de découvrir leur savoir-faire en matière de production et de vieillissement de single malts d'exception, 100 % whiskey, qui sont réputés pour leur délicatesse et leur douceur. Que l'on soit néophyte ou amateur éclairé, la visite des lieux permettra de mieux comprendre le processus de production et de déguster quelques-uns des meilleurs whiskeys de la jeune maison.  
[teelingdistillery.com](http://teelingdistillery.com)



**Le bourbon du Kentucky**  
**ANGEL'S ENVY (8)**

Dans l'univers du bourbon, Lincoln Henderson reste une figure incontournable, à l'origine de nombreuses marques emblématiques. Angel's Envy est son chef-d'œuvre, créé avec



5



6

son fils, Wes. Pour mieux comprendre le savoir-faire en matière de distillation du grain et l'art du vieillissement – qui dure six ans dans des fûts de chêne américains et avec une finition de six mois dans des fûts d'environ 225 l. de Ruby Port –, une visite à la distillerie de Louisville s'impose. Rien que le bâtiment qui l'abrite vaut le détour. Construit en 1902, il a toujours fait partie du cœur de la production de bourbon du Kentucky jusqu'à la prohibition. Depuis 2013, il abrite l'alambic et les chais

d'Angel's Envy. Et impossible de repartir sans avoir fait une pause dégustation dans la Finishing Room, pour savourer l'une des références de la maison ou le cocktail iconique Mint Julep.  
[angelsenvy.com/](http://angelsenvy.com/)

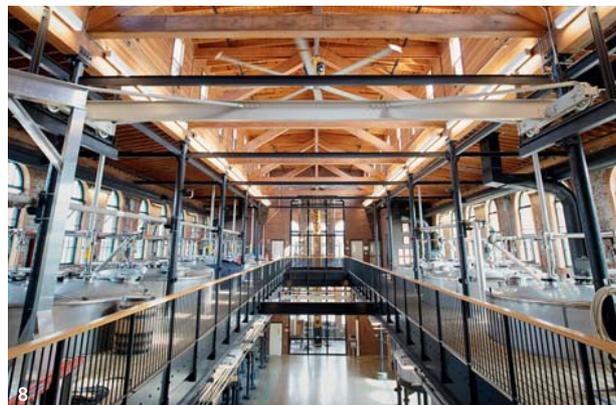


**Le royaume du rhum**  
**CASA BACARDÍ**

Un séjour à Porto Rico ne peut se terminer sans une visite de la plus grande distillerie de rhum haut de gamme au monde. C'est là que sont produits la plupart des rhums Bacardi consommés dans le monde entier. On y découvre l'histoire de la famille Bacardi, avant de s'initier à l'art d'assembler des cocktails, dont les célèbres mojito et piña colada, mais aussi des compositions originales, ou de déguster des accords rhum et chocolat. Les amateurs de produits exclusifs rempliront leur bouteille directement au fût, avant de personnaliser l'étiquette pour un souvenir unique de cette journée.  
[casabacardi.com](http://casabacardi.com)



7



8