

Migron : l'écomusée du Cognac.

Il s'agit d'un équipement de visite structuré, créé et géré par un exploitant privé, disposant d'un fort potentiel de développement. L'équipement est implanté dans la ferme d'un viticulteur, le domaine de JP Tesseron et fils.

L'ensemble est un beau lieu de patrimoine, avec des bâtiments de caractère dans un paysage de vignobles.

Pour y accéder le promeneur visiteur parcourt une campagne souriante alternant les vignes et les bois...le paysage est de qualité, et le village de Migron que l'on traverse en venant de Saintes est intéressant. Une aire de stationnement est aménagée à l'arrivée sur le site.

L'équipement est communiqué comme étant "ouvert toute l'année", avec surtout une ouverture du 15 juin au 15 septembre, pour une visite guidée par le propriétaire Patrick Tesseron tous les jours à 15h30. L'accueil des groupes s'effectue d'avril à octobre sur réservation.

La visite comprend l'accueil au domaine viticole, un spectacle audiovisuel de 30 minutes, une visite guidée de la distillerie et du "musée des Arts et Traditions du Vigneron charentais", une initiation à la dégustation. Il est également possible de visiter librement à l'extérieur un jardin de plantes aromatiques, et de suivre un chemin dans les vignes pour prolonger la visite.

La qualité des équipements et de la visite surprend agréablement le visiteur, d'autant qu'il s'agit d'une entreprise familiale, une exploitation agricole de viticulteurs, producteurs artisanaux de cognac et pineau.

Le déroulement de la visite qui comprend des séquences variées, l'existence d'une projection audiovisuelle, l'ampleur des surfaces de présentations, l'attention portée aux aménagements y compris dans les détails, sont positivement perçus. L'accueil chaleureux et la passion communicative du propriétaire participent largement de l'attrait de la visite et de la satisfaction exprimée par les visiteurs.

Le site, les équipements et l'opérateur possèdent de nombreux atouts permettant de développer au Logis des Bessons une destination touristique, un espace de découverte thématique, de détente, de promenade, avec un pôle d'accueil et de services adaptés aux attentes des clientèles.

Les préconisations :

- Reconnaître le potentiel de ce site de visite, comme équipement attractif majeur et point d'appui pour la découverte des autres sites de proximité.

- Soutenir financièrement le propriétaire en ce qui concerne les équipements d'accueil et de services, notamment la transformation de l'accueil et de la boutique, la création d'un espace cafétéria et terrasse, la mise en place pour les enfants, à l'extérieur d'une aire et mobilier de jeux, à l'intérieur d'un coin détente et jeux éducatifs à thème. Accompagner véritablement le propriétaire dans la création d'un équipement de découverte de loisirs à thème.

- Renommer le site : le vocable “ écomusée ” entretient la confusion et dessert le site. Il ne s’agit pas d’un lieu institutionnel public ou associatif. Le fait d’être accueilli dans une famille de vignerons charentais et dans un domaine fondé par cette même famille depuis un siècle et demi doit être privilégié et immédiatement identifié dans la communication. L’“ écomusée ” a par ailleurs souvent une connotation passéiste, considéré comme le conservatoire d’un savoir-faire disparu ou menacé, ce qui ne correspond pas du tout à la réalité : “ *la maison Tesseron, aujourd’hui encore, au Logis des bessons, cultive ses vignes, distille ses eaux de vie et élabore son cognac et son pineau dans la plus pure tradition charentaise* ”.

- “ Relooker ” l’identité visuelle et notamment le document d’appel : le document actuel présente une expression graphique trop chargée dans ses messages, une qualité du dessin parfois inadéquate et renforce maladroitement l’image d’un “ écomusée ”. Aider la mise en place d’outils de communication attractifs et de qualité.

- Renforcer la présignalétique touristique routière et le fléchage d’accès, quasiment inexistantes ou en tout cas totalement insuffisantes.

- Mettre en place une signalétique soignée représentative de la qualité du site : à l’arrivée une signalétique d’accueil, présentant le “ menu ” de la visite et des services ; l’étiquetage des plantes dans le jardin aromatique ; un balisage discret des cheminements de découverte complémentaires.

- Définir des boucles de promenade de découverte dans les vignes afin de proposer au visiteur de prolonger sa visite, découvrir par exemple selon les saisons certains travaux dans les vignes, répondre à la demande des clientèles touristiques pour lesquelles la promenade à pied est souvent le premier loisir souhaité...

- Rénover les montages et films audio-visuels : une durée de projection de 30 minutes est trop longue. Mieux vaut deux séquences distinctes (correspondant d’ailleurs aux thèmes abordés) de 11 à 15 minutes chacune.

- Améliorer la présentation du dit “ musée des Arts et Traditions...” (à renommer), avec notamment une assistance d’un professionnel architecte d’intérieur (et non conservateur) pour la “ mise en scène ” de la collection d’objets anciens. En ayant la volonté de se décaler d’une muséographie scientifique et classique vers une mise en scène du patrimoine affectif de la famille, “ un grenier de famille ” attestant de l’identité charentaise et de l’évolution des modes de vie.

- Proposer un accompagnement au propriétaire pour le développement de son produit de visite et de ses modalités. Le développement de la fréquentation est aujourd’hui en partie freiné par l’organisation restrictive des visites guidées et les contraintes inhérentes à l’incompatibilité, à certaines périodes et certains horaires, entre activité professionnelle agricole et accueil personnalisé avec visite guidée. La réflexion mérite d’être engagée sur la diversification des modes de visite, sans pour cela perdre tout contact avec le visiteur.

- Envisager de pouvoir accéder à un chais, élément logique pour le visiteur d’une telle visite.