

## Appel à communications

**Les « territoires de la bière » : promotion touristique et développement durable**

**Colloque international**

**15 et 16 septembre 2023 à l'Université de Lille**



Ce colloque international et interdisciplinaire, organisé par l'Université de Lille, en partenariat avec l'Université du Littoral Côte d'Opale, l'InREnT et l'Échappée Bière, vise à rassembler des chercheurs de toutes disciplines mais aussi des professionnels et des acteurs du secteur touristique et brassicole.



## **Les « territoires de la bière » : promotion touristique et développement durable**

La découverte de traditions culinaires, la dégustation de plats emblématiques ou de boissons locales, constituent pour de nombreux touristes, des éléments clés de l'expérience vécue lors de la découverte d'une destination. Ces dernières années, un grand nombre de destinations touristiques ont fait le choix, pour se différencier, de valoriser leur territoire en promouvant les attraits de leur patrimoine culturel matériel mais aussi immatériel. Dans ce contexte, les territoires de la bière, par leur production agricole et brassicole, fournissent des éléments patrimoniaux matériels et immatériels abondants, susceptibles d'être des marqueurs pour ces territoires, marqueurs dont l'exploitation permet également de construire et développer une attractivité touristique.

Le secteur brassicole est un secteur fragmenté, où coexistent des producteurs industriels et artisanaux. Cette fragmentation ouvre sur deux types de tourisme brassicole : un tourisme industriel (visite de brasseries industrielles, type Heineken à Amsterdam et Guinness à Dublin) et un tourisme de terroir fondé sur l'exploitation de ressources locales dans la survivance d'une tradition. Le tourisme industriel assure un tourisme fondé sur la curiosité des modes de production en grande quantité alors que le tourisme de terroir met en résonance les ressources et les pratiques susceptibles de donner aux touristes une idée d'un esprit local.

L'extension du nombre de petits producteurs (brasseries artisanales, micro-brasseries), la relation étroite entre les modes de production artisanaux et les niveaux de qualité qu'ils permettent, l'utilisation durable de ressources puisées sur le territoire associées à des modes de production éco-responsables, favorisent l'ancrage de l'activité brassicole dans les territoires. Ces trois éléments donnent aux territoires, au titre de « territoires de la bière », des opportunités nouvelles de se différencier et de développer leur attractivité touristique.

Au cours de ces dernières années, les acteurs de la filière brassicole se sont ainsi rapprochés des professionnels du tourisme, institutions et collectivités territoriales afin de travailler collectivement au développement d'une offre touristique autour de la bière. L'offre, encore récemment limitée à la visite de brasseries ou micro-brasseries, est aujourd'hui largement enrichie. Les touristes ont la possibilité de vivre une expérience de visite diversifiée autour de la bière, en ayant par exemple le choix de suivre un circuit touristique (route de la bière, randonnées « bière »), de participer à des animations (style brasseur d'un jour) ou encore des festivités (fêtes ou festival de la bière).

Une procédure de labellisation a également vu le jour à travers le label « Héritage bière », premier label de tourisme brassicole.

En se basant sur cette offre touristique aujourd'hui diversifiée, l'objectif du colloque sera d'étudier les meilleures pistes / solutions permettant de renforcer cette intégration de l'activité brassicole dans l'identité touristique des territoires.

Le colloque mettra essentiellement à la discussion les thématiques suivantes (la liste n'étant pas exhaustive) :

### **Thématique 1. Les « territoires de la bière » : définition, parties prenantes, devenir**

- Comment définir une région « territoires de la bière » autrement que par la localisation des producteurs ? Sur quels critères (historiques, géographiques, socio-économiques, culturels, industriels...) fonder « l'appellation » « territoire de la bière » et fournir des repères aux parcours touristiques ?  
Dans cet effort de définition, quelles sont les réponses apportées par des pays étrangers (européens ou hors Europe) en matière d'exploitation touristique de la bière ?
- Comment l'offre liée au tourisme brassicole se structure-t-elle ? Quelles sont les stratégies de différenciation mises en œuvre par les professionnels ? L'agriculture, avec le développement de nombreuses offres intégrant une composante agricole, telles que des randonnées sur les sentiers de découverte du houblon (avec visite de houblonnières), des visites de fermes brasseries..., peut-elle constituer un facteur de différenciation pour les professionnels ?  
Quels pourraient-êtr e la place et le rôle d'un équipement structurant comme une Cité de la bière (projet de la région Hauts-de-France) ?
- Quels sont les acteurs et parties prenantes actuellement impliqués ou qu'il conviendrait d'impliquer dans la construction et le développement touristique de ces « territoires de la bière » ?  
Comment amener les acteurs du secteur brassicole et du secteur touristique à mieux combiner leurs ressources en vue d'accroître l'attractivité touristique des « territoires de la bière » ?
- Comment devient-on un « territoire de la bière » ?  
Quels outils de communication et d'influence (marque, label, appellation d'origine contrôlée, indication géographique protégée, outils digitaux, réseaux sociaux...) utiliser ?
- L'expérience du tourisme vinicole peut-elle servir d'exemple et permettre aux professionnels du secteur du tourisme brassicole de tirer profit de l'expérience œnotouristique ?

### **Thématique 2. Attractivité touristique et offre brassicole**

- Sur quel écosystème, quelle gouvernance, l'offre brassicole doit-elle s'appuyer afin d'optimiser son attractivité touristique ?
- Comment mettre en scène l'offre brassicole pour optimiser son attrait touristique ?  
*Le touriste co-producteur et co-créateur de son parcours de tourisme brassicole ;  
Le touriste « brasseur d'un jour ».*
- Comment construire une destination touristique autour de la bière ?  
Quel rôle d'autres secteurs d'activité peuvent-ils tenir dans la construction d'une destination touristique autour de la bière ?

*Les arts (comme la peinture avec par exemple Pieter Bruegel et ses fils, la littérature avec des scènes de tavernes, de pubs, et le folklore à travers par exemple la chanson populaire, les différents festivals de la bière, etc) peuvent-ils par exemple inciter des touristes à visiter des sites de production/consommation de bière, voire à suivre une route de la bière, contribuant ainsi à développer le tourisme brassicole sur un territoire ?*

- Comment diversifier l'offre brassicole en l'associant à d'autres offres dont les propriétés ou les qualités issues du même territoire en renforcent l'attractivité touristique générale ?
- Comment utiliser les services associés à l'offre brassicole comme élément d'attractivité touristique ?

*La pratique touristique comme art de la dégustation.*

### **Thématique 3. Secteur brassicole et tourisme : comment favoriser un développement durable et une économie circulaire ?**

- Les processus de production de la bière peuvent avoir des effets néfastes sur l'environnement : pollution et dégradation des milieux (sols, eaux souterraines, air), émissions de gaz à effet de serre, production de déchets, consommation d'eau et d'énergie. Le secteur brassicole tend à adopter une démarche de production fondée sur le développement durable et l'économie circulaire. Cette démarche de production repose sur la proximité, la préservation des ressources et la circularité.

Quelle démarche le secteur brassicole et le tourisme brassicole peuvent-ils mettre en œuvre afin de renforcer leur engagement dans le développement durable et l'économie circulaire sur la base des trois piliers suivants : proximité, préservation des ressources et circularité ?

L'offre développée par les micro-brasseries en France, avec une consommation très locale des produits (aux alentours de la micro-brasserie) permet-elle de répondre à la problématique du développement durable (en limitant les expéditions, le conditionnement) ?

Comment développer une activité de valorisation des coproduits et des déchets du secteur brassicole ?

Quelle place la consigne pourrait-elle tenir dans une démarche d'économie circulaire de la filière brassicole ?

- Comment les brasseurs peuvent-ils faire pour que cette exemplarité en matière de développement durable devienne un élément d'attractivité touristique ? Quels outils utiliser sur l'ensemble de la chaîne de valeur ?
- Comment les brasseurs peuvent-ils influencer le comportement des touristes en les initiant à des pratiques liées au développement durable ou à l'économie circulaire mises en œuvre dans leur structure ?

Ce colloque international sera l'occasion de croiser plusieurs disciplines et plusieurs champs de recherche autour de la bière. Les problématiques abordées, très variées, pourront relever, sans que cela soit exhaustif, des différents champs suivants : sociologie, ethnologie, marketing, stratégie, économie, histoire, géographie, droit, littérature, développement durable et RSE...

Les communications se feront de préférence en présentiel à l'Université de Lille, à la faculté des Langues, Cultures et Sociétés -campus Roubaix- et en cas d'impossibilité en **distanciel simultané**.

**Les propositions (environ 400 mots)**, rédigées en français ou en anglais, accompagnées de 3 à 5 mots-clés et d'une courte notice biographique, sont à adresser au plus tard le **31 juillet 2023** aux deux organisatrices par mail : [nathalie.dupont@univ-littoral.fr](mailto:nathalie.dupont@univ-littoral.fr) et [laetitia.garcia@univ-lille.fr](mailto:laetitia.garcia@univ-lille.fr).

Les communications feront l'objet d'une expertise complémentaire et d'une publication après le colloque (ouvrage collectif ou numéro de revue).

Le colloque se déroulera à la faculté des Langues, cultures et sociétés, Université de Lille (campus Roubaix).

Comité scientifique :

- Delphine Chambolle (Université de Lille)
- Nathalie Dupont (Université du Littoral Côte d'Opale)
- Michel Félix (SKEMA Business School)
- Laetitia Garcia (Université de Lille)
- Vincent Herbert (Université du Littoral Côte d'Opale)
- Marie-Agnès Lanneaux (Université de Lille)
- Nicolas Lescieux (professionnel du tourisme brassicole, Échappée Bière)
- Philippe Vaesken (Université de Lille)
- Philippe Vervaecke (Université de Lille)