

Un exemple d'espace productif agricole : Le vignoble champenois

- Compétences :**
- Collaborer dans le cadre d'un travail de groupe
 - Comprendre un corpus de documents
 - Maîtriser différents langages pour raisonner



Votre société de conseil *Coco and Co* a été contactée par la mairie de Reims qui souhaite communiquer sur l'attractivité de la région et du vignoble de Champagne. Elle vous demande alors de rédiger une étude sur l'insertion de cet espace dans la mondialisation.

Vous disposez de plusieurs documents : une carte du vignoble champenois, un graphique sur les ventes de champagnes entre 2020 et 2024, une étude des exportations dans le monde et un article sur l'œnotourisme. Vous pouvez sélectionner les informations sur les documents avec un code couleur.

PLAN DE L'ÉTUDE

Introduction – Présentation du vignoble champenois ☐

- ❖ Géographie (situation, région, ville sous-préfecture).
- ❖ Spécialité et 3 exemples de vignobles.
- ❖ Réputation et statut de la ville d'Épernay.

Problématique et annonce du plan (à recopier)

Comment le vignoble champenois s'insère-t-il à la mondialisation ? Dans une première partie, nous aborderons les connexions de cet espace avec le monde et ses aspects économiques puis, dans une seconde partie, les secteurs qu'il développe pour faire face aux difficultés rencontrées.

I. Un espace bien connecté au monde ☐

- ❖ Les infrastructures de transport.
- ❖ Le commerce (marché intérieur et extérieur, principales régions d'export, évolution globale depuis 2020, en volume et en valeur).

II. De nouvelles activités pour répondre aux difficultés ☐

- ❖ Secteur développé (définition).
- ❖ Classement et ses 3 conséquences.

Conclusion

- ❖ Réponse à la problématique en résumant chaque partie en 1 phrase chacune.

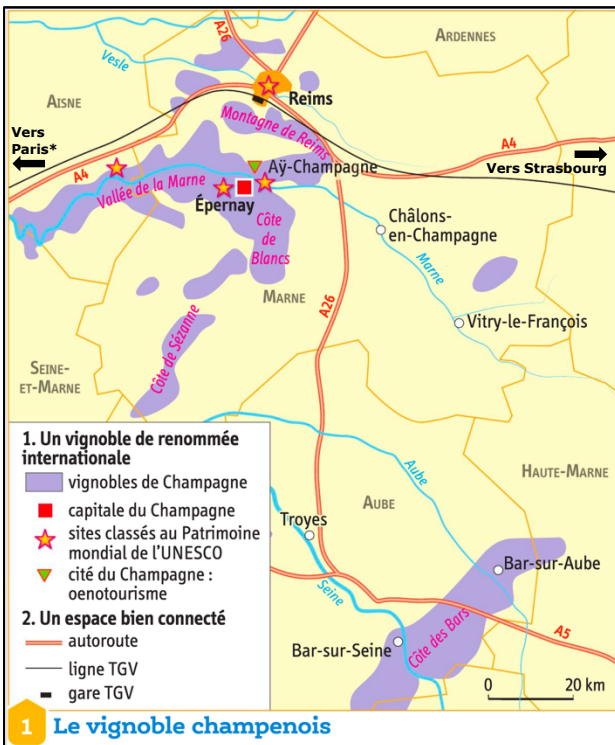
ÉLÉMENTS DE FORME

- ❖ Utilisez des connecteurs logiques pour introduire chaque idée.
- ❖ Revenez à la ligne à chaque nouvelle idée.
- ❖ Commencez chaque nouveau paragraphe par un alinéa de 2 carreaux.
- ❖ Sautez une ligne entre l'introduction, la partie 1, la partie 2 et la conclusion.

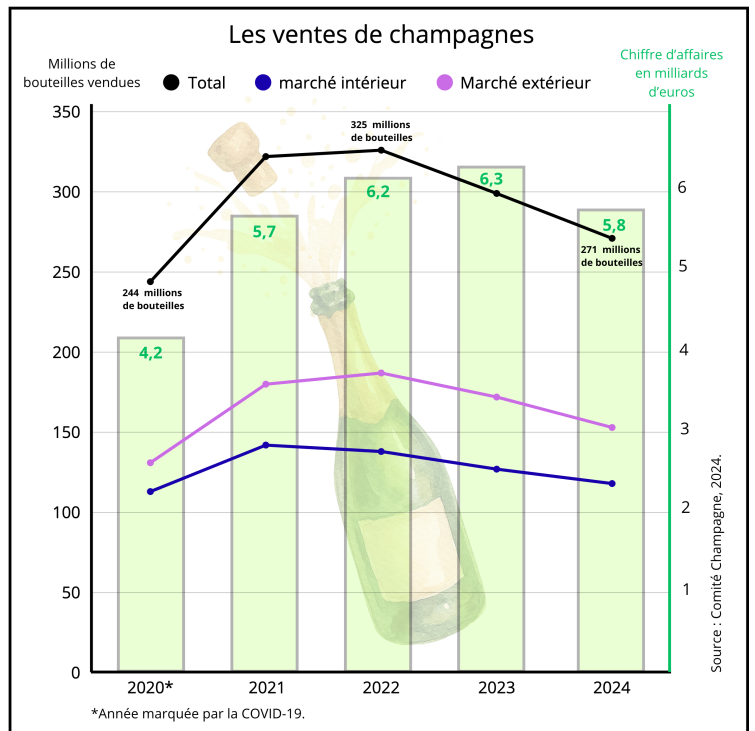


Un espace productif agricole : le vignoble de Champagne

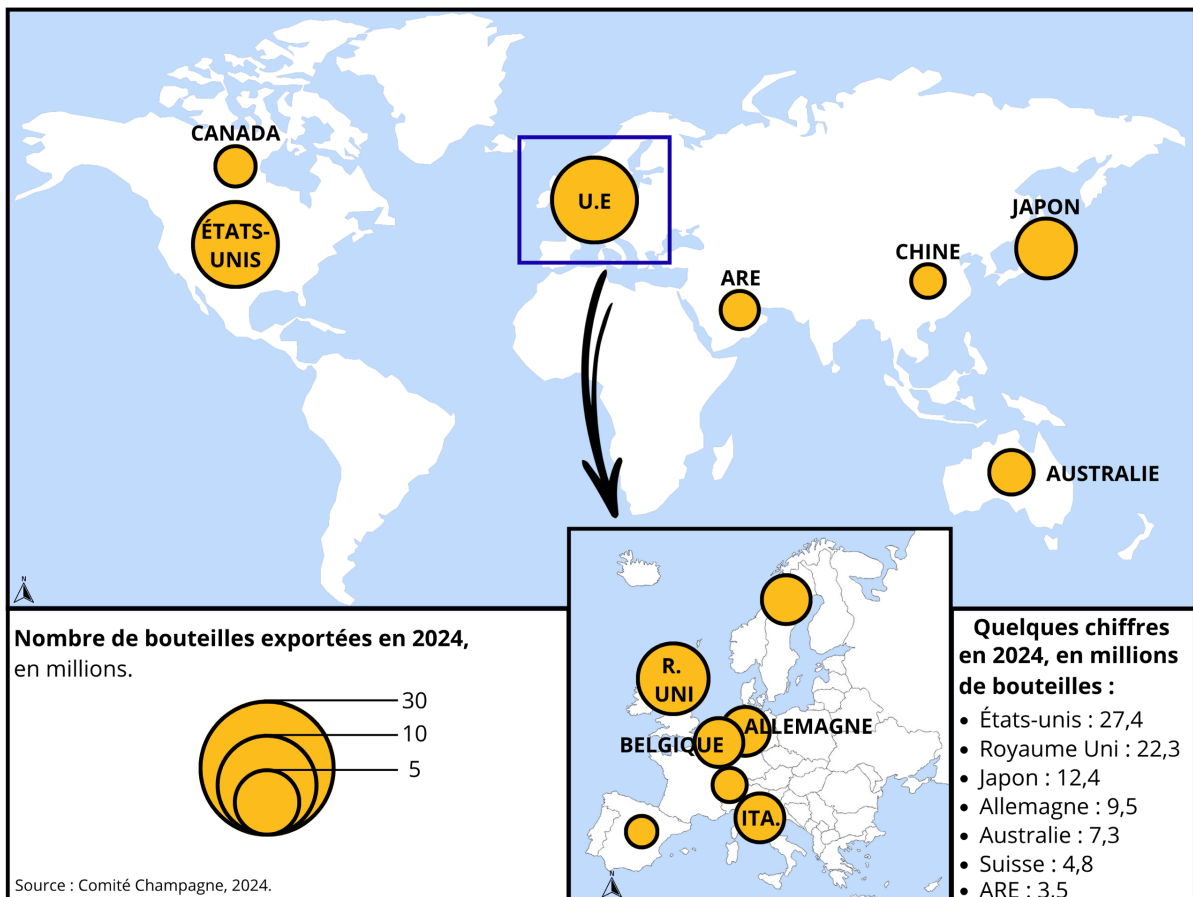
La Champagne est un espace productif à dominante agricole, spécialisé dans les vins effervescents. Ce vignoble de la région Grand Est, exporte sa production, liée au luxe « à la française », dans le monde entier et développe le tourisme du vin sur son territoire.



* Paris compte deux aéroports internationaux, Roissy et Orly, favorisant les échanges internationaux de marchandises.



LES EXPORTATIONS DE VIN DE CHAMPAGNE



Comment l'Unesco a boosté l'œnotourisme en Champagne.

« Au diable, les rivalités passées, bel et bien enterrées, place au travailler ensemble sur l'espace champenois pour continuer de le faire prospérer sur la base de ses précieux atouts viticoles, mais pas seulement. Car l'œnotourisme¹, derrière une mosaïque d'acteurs, est un tout. Un facteur de dynamisme économique et culturel profitable à tous, des professionnels du secteur aux collectivités, en passant par les habitants de la Champagne eux-mêmes. Sans oublier les visiteurs !

Savoir d'où l'on vient pour savoir où l'on va : les 2^e Assises de l'œnotourisme en Champagne organisées le 11 mars à Troyes par la Mission Unesco avec l'ensemble des acteurs du tourisme en région et l'Interprofession ont été l'occasion d'un point d'étape et d'une action de prospective, car, en la matière, il s'agit de ne pas laisser le soufflé retomber.

Les initiatives qui ont fleuri un peu partout sur le territoire au cours des 10 dernières années, en lien avéré avec l'Inscription sur la liste du Patrimoine mondial, ont ouvert des perspectives intéressantes qu'il faut conforter pour devenir une destination incontournable auprès de touristes cherchant à découvrir, échanger, partager avec des professionnels capables de mettre en valeur autant leurs savoir-faire et leurs produits que leur authenticité et leur environnement.

Dans son propos introductif diffusé en vidéo, Nathalie Delattre, ministre déléguée chargée du Tourisme, n'a pas caché les difficultés actuelles touchant la filière vin et elle a considéré que l'œnotourisme était « un levier d'attractivité » sur lequel il faut s'appuyer. Pour « gagner de nouvelles clientèles », elle exhorte, « la mosaïque des acteurs de terrain, très variés, n'ayant pas forcément l'habitude de travailler ensemble, à s'y mettre », le succès dépendant de la somme des efforts fournis par chacun et par tous. [...]

Notoriété, fierté et... retombées économiques

Menée auprès de 600 participants (habitants, élus et professionnels) début 2025, l'enquête de l'Agence d'urbanisme, de développement et de prospective de la région de Reims (AUDRR) a mis en avant trois axes majeurs :

- « L'inscription [au patrimoine mondial de l'UNESCO] a eu un impact majeur sur la notoriété et l'image. Ainsi, 82 % des habitants estiment que l'image du territoire s'est améliorée en dix ans et 86 % se disent fiers de l'inscription. »
- « Au plan économique, l'augmentation de la fréquentation touristique a eu un impact direct sur l'économie locale, notamment dans les secteurs du tourisme et de l'hébergement-restauration. À Reims, le nombre de nuitées a progressé de plus de 60 % entre 2016 et 2023, atteignant 1,8 million. À Reims et Troyes, le top 3 des pays d'origine des touristes sont l'Allemagne, les Pays-Bas et le Royaume-Uni. Globalement, la clientèle s'est internationalisée et les demandes se concentrent particulièrement sur la visite de vignobles et les expériences œnotouristiques. L'amélioration de l'attractivité touristique a soutenu la hausse de l'emploi qui s'est accru de 33% ces dernières années, à 8 240 emplois dans le secteur tourisme fin 2023. »
- « Concernant le patrimoine, 84 % des habitants constatent une amélioration de la préservation du patrimoine. D'importants efforts de rénovation ont été entrepris par les professionnels. L'inscription a également entraîné l'intégration de mesures spécifiques dans les documents d'urbanisme et la mise en place de protections renforcées, que ce soit pour préserver les bâtis ou le bien les chartes éoliennes. »

Philippe SCHILDE, <https://lachampagneviticole.fr/comment-lunesco-a-booste-loenotourisme-en-champagne/>, le 20 mars 2025, site consulté le 13 février 2026.

1. **œnotourisme** : tourisme regroupant les activités liées à la découverte du vin (dégustation, visite de cave, d'exploitation, musée...).

Prénom :

Correction - Un exemple d'espace productif agricole : le vignoble champenois		
Comprendre un corpus de documents	/10	☹️☹️☹️☹️
Maîtriser différents langages pour raisonner	/5	☹️☹️☹️☹️
Collaborer dans le respect des autres groupes	/5	☹️☹️☹️☹️
Appréciations		Signature
		/20

Le vignoble champenois est situé dans le nord-est de la France, dans la région administrative du Grand Est, à proximité de Reims. C'est un vignoble français important, spécialisé dans les vins effervescents produits, par exemple, dans la vallée de la Marne, la côte de Blancs ou la côte des Bars. Il bénéficie d'une renommée mondiale du fait de sa réputation liée au luxe. Épernay porte même le titre de capitale mondiale du Champagne.

Comment le vignoble champenois s'insère-t-il à la mondialisation ? Dans une première partie, nous aborderons les connexions de cet espace avec le monde et ses aspects économiques puis, dans une seconde partie, les secteurs qu'il développe pour faire face aux difficultés rencontrées.

Tout d'abord, cet espace est bien connecté avec le monde. Il est relié à l'ensemble du territoire français grâce aux autoroutes (comme l'A4, l'A26 ou l'A5) et à la ligne TGV reliant Paris et Strasbourg en passant par la gare de Reims. Sa proximité avec la capitale lui permet d'avoir accès aux aéroports internationaux de Roissy et d'Orly.

Ainsi, en 2024, même si le marché interne reste important, l'internationalisation du commerce du champagne est marquée avec des fortes exportations en Europe (Royaume-Uni, Allemagne...), aux États-Unis ou encore au Japon. Cependant, si après la crise de la COVID 19, le nombre de bouteilles vendues a augmenté passant de 244 millions en 2020 (pour une valeur de 4,2 milliards) à 325 millions en 2022 (6,2 milliards), leur nombre ne cesse de diminuer depuis pour atteindre 271 millions en 2024 (5,8 milliards).

Pour répondre à ces difficultés, la région souhaite développer de nouvelles activités, notamment l'œnotourisme (tourisme regroupant les activités liées à la découverte du vin : dégustation, visite de cave, d'exploitation, musée...). **Dès lors**, le classement de plusieurs vignobles au Patrimoine mondial de l'UNESCO a permis de changer l'image du territoire, de préserver le patrimoine local et d'augmenter l'activité touristique (plus de 60% de nuitées à Reims depuis 2016), notamment internationale avec des touristes originaires d'Allemagne, des Pays-Bas ou du Royaume-Uni. Ainsi, l'activité touristique contribue à améliorer la santé économique du territoire et entraîne la création de nombreux emplois.

Pour conclure, le vignoble champenois est bien un espace productif agricole dynamique qui s'insère à la mondialisation grâce aux infrastructures de transport qui le relie au reste du monde. Pour répondre aux difficultés récentes de la filière vin, les acteurs locaux ont su se diversifier et développer de nouvelles activités pour vitaliser un peu plus le territoire.