



Mes chers amis académiciens

Nous avons fait hier un tour du vignoble des Crus du Beaujolais, et je ne reviendrai pas aujourd'hui sur les vins, les appellations, les paysages, les terroirs, ni la technique. Vous avez me semble-t-il remarqué qu'une énergie nouvelle commençait à se dégager.

Ce vignoble depuis 50 ans a été tantôt encensé, tantôt critiqué, et n'a en tous cas jamais laissé indifférent.

Historiquement, il est là depuis longtemps, et vivra encore longtemps.

**J'ai envie de vous parler de sociologie**, d'économie en Beaujolais, en essayant de vous dire où nous sommes et où nous allons.

**En plus de mon métier de vigneron**, j'assume depuis 3 ans la présidence de l'Interprofession du Beaujolais, cela me permet d'avoir un angle différent et complémentaire sur cette région.

Tout vignoble a des terroirs donnés, ils sont là, immuables, et notre travail de vigneron consiste à les faire vivre.

**Mais l'économie du vin, celle qui permet d'acheter du pain tous les jours, pour nourrir sa famille et payer ses salariés** tient à l'homme, le chef d'orchestre et Dieu sait que la plupart de nos vignobles ont vécu ou vivent aujourd'hui des dents de scie extrêmes sur ce sujet.

**La lumière de l'expérience** n'éclaire certes que celui qui la porte, mais tout de même, si du passé nous savions en tirer quelques leçons, nous avancerions plus vite pour orienter l'avenir !

### **Le Beaujolais hier, d'où venons-nous ?**

**Un mot a imprégné les 150 dernières années, le métayage.**

**Depuis 1850**, la propriété en Beaujolais est dominée très largement par la noblesse au nord, et par la bourgeoisie industrielle lyonnaise au sud.

Au milieu du 19<sup>e</sup> siècle, l'économie française était excellente, et l'économie lyonnaise également, les constructions mécaniques, la soie, la métallurgie. Toutes ces familles industrielles lyonnaises ont investi dans le Beaujolais, pas pour le vin, ils avaient un métier, tout simplement parce que c'était la plus belle région à moins de 3 heures de voiture à cheval pour y établir une maison de famille.

**Partout autour, il y avait de la vigne** et voilà 150 ans que ces vignes sont exploitées par des métayers, alors que la plupart des propriétaires n'ont jamais joué leur rôle de leader technique et commercial.

C'est en Beaujolais que le métayage a été le plus présent

**Pour mémoire, en métayage**, le propriétaire met à disposition ses vignes et le métayer ses 2 bras, voire les 4 avec ceux de son épouse, et on partageait la récolte en 2.

**Le métayer**, était dans un état de dépendance qui relevait de la féodalité, dans une posture de soumission et de respect, le propriétaire avait des droits, et le métayer des devoirs. Les contrats étaient précaires, l'insécurité des récoltes fortes, et la ponction des propriétaires conséquente.

Cela s'est tout de même amélioré au fil des années, bien heureusement.

**Cet échange soi-disant de bons procédés** a entretenu en Beaujolais une union qu'on trouve rarement ailleurs, entre le monde des bourgeois et celui des paysans.

Ce métayage qui était une dominante forte en Beaujolais laissera des traces jusqu'à maintenant. Il paralyse encore un peu aujourd'hui la zone des Crus dans la partie nord.

**Côté vins, Cyrille l'a rappelé hier soir au Château des Jacques, le Beaujolais a toujours eu des grands vins.**

**Dans les années 30**, sur les catalogues des cavistes parisiens, les Morgon, Moulin à Vent et Chénas étaient, dans la catégorie des vins bouchés, par opposition aux vins de café, de même notoriété et de même prix que les Châteauneuf du pape, les Chambertin ou Vosne Romanée.

**Plus tard, à partir des années 70 à 90**, pendant le « tsunami » du beaujolais nouveau, le côté ancestral et figé de la production par le métayage et le côté médiatique du Beaujolais Nouveau, géré principalement par les négociants a été un vrai paradoxe. C'était 2 mondes trop différents. L'un a approvisionné l'autre sans vraiment comprendre pourquoi ça marchait si bien, ni en voir les limites.

Le Beaujolais Nouveau a été une histoire extraordinaire, j'aime le dire, mais une histoire que collectivement on n'a pas su conduire. **C'était un marché de demande** qui a endormi tout le monde, et qui à la sortie, nous le verrons plus tard a bloqué la région au bas de l'escalier.

**Je m'explique.**

Pendant cette période forte du Beaujolais Nouveau, les héritiers de ces belles propriétés dont nous parlions auparavant, ont pris l'argent que produisaient leurs vignes, mais n'ont pas réinvesti dans le vignoble. Nous avons les vignes les plus vieilles de France avec les Pyrénées Orientales, ils n'ont pas réinvesti dans les bâtiments, et n'ont toujours pas joué leur rôle de leader économique, .... Et en même temps, ils ont continué à faire des enfants.

**Aujourd'hui, pas un petit cousin** ne veut changer les tuiles du château pour l'indivision ou racheter la part des autres, l'outil n'est pas en bon état, et le commerce reste un peu tendu, donc tout change de main, tout

se vend, ce qui permet au monde extérieur de s'intéresser au Beaujolais et c'est ainsi le début d'une nouvelle histoire.

**D'un marché de demande** dans les années 70 à 95, nous sommes passés à un marché d'offre, c'est plus compliqué, il faut séduire, c'est un autre métier.

A l'époque, dans ces années-là, 90 % des vins étaient achetés en vrac et distribués sur la scène internationale par les négociants qui avaient créé image et notoriété. C'était **un négoce à l'époque qui n'était que très peu propriétaire de vignes.**

**L'image s'est doucement** mais sûrement détériorée, il y eu à un moment plus de consommateurs d'image que de créateurs, le produit s'est affaibli, les entreprises de négoce spécialisées du Beaujolais ont peiné, et sont devenues pour survivre, souvent plus généralistes que spécialistes, sans compter les achats ventes et concentrations d'entreprises, qu'on voit tous les jours dans tous les métiers.

**... et puis nous avons perdu** nos 2 gros marchés européens, la Suisse et l'Allemagne.

### Où sommes-nous aujourd'hui ?

1. **Des hommes nouveaux arrivent**
2. **Un cépage résolument moderne, le Gamay**
3. **Un Chardonnay qui trouve sa place**
4. **Des terroirs remarquables**
5. **Une stratégie simple**
6. **Les Crus prennent le pouvoir.**
7. **Une image qui s'améliore**

**Globalement nous sommes encore en plein paradoxe.** Nous produisons des vins modernes, résolument dans l'air du temps, alors que la culture de la vigne relève encore la plupart du temps du Moyen Age ... avec beaucoup de travaux manuels à un moment où il est compliqué de trouver de la main d'œuvre.

**Mais...**

### **1. Des hommes nouveaux arrivent**

Tout change de main disais-je, avec le côté très positif que les changements viennent alimenter une nouvelle histoire qui s'écrit. **Cela permet à** des investisseurs de prendre position, avec des projets, vous en avez rencontré hier, avec les Châteaux de la Chaize, de Moulin à Vent et celui des Jacques. Cela permet à d'autres de s'agrandir, et en tous cas à des jeunes de pouvoir s'installer.

Les négociants achètent des vignes et des raisins, les vignerons se mettent au commerce, nous voici tous réunis, avec des tailles différentes, dans le même métier.

**Ces nouveaux investisseurs** sont arrivés, avec une vision, des envies,... et chose très importante, plus qu'apporter de l'argent, ils s'investissent eux-mêmes. Ils apportent de l'énergie.

### **2. Un cépage moderne, le gamay**



Les tensions économiques depuis 25 ans ont fait douter du Gamay, quelquefois un peu capricieux, et regarder ailleurs vers des cépages complémentaires.

**Il est vrai que la course à la concentration** dans le monde entier pendant quelques années, la course au boisé, aux vins ensoleillés, structurés, n'était pas pour nous aider.

**Mais aujourd'hui, le consommateur**, le client final a dit ce qu'il a envie, il veut majoritairement du vin pour boire, pas pour réfléchir, des vins de partage et d'amitié, avec de la finesse et de l'élégance.

**Notre vignoble a vieilli**, nos vins ont pris un peu de matière, les vignerons ont amené de la pureté, c'est un mot que j'ai entendu hier, tout en gardant rondeur, finesse et élégance.

**Le réchauffement climatique** nous est bénéfique en nous apportant plus de rondeur et moins d'acidité, **nous sommes aujourd'hui dans l'axe de la consommation du monde.**

On s'aperçoit que ce Gamay qui a été un peu décrié est un cépage fabuleux, capable de jouer dans le registre du fruit comme dans celui de la matière.

**Ce gamay que Philippe le Hardy** a eu la bonne idée de chasser de la plaine fertile de Dijon en 1395, a trouvé son royaume en Beaujolais sur ces sols granitiques et pauvres. Il y est très bien.

### **3. Un Chardonnay qui trouve sa place**



**La partie sud du Beaujolais pourrait blanchir.** Les terroirs argilo-calcaires sont en accord avec la culture du chardonnay.

Ces Chardonnay font aujourd'hui du Beaujolais blanc, nous le mettons largement en avant, mais aussi et principalement des vins de base pour l'élaboration des Crémant de Bourgogne.

**Cela a permis à beaucoup de vigneron du sud Beaujolais** de ne pas mourir dans des périodes de mévente du Beaujolais rouge depuis une vingtaine d'années, mais ce n'est pas l'idéal pour remonter l'image de la région. Pour votre info, selon les années, le Beaujolais fournit de 25 à 40% des Crémant de Bourgogne. Une preuve de plus, si besoin en était, que nous sommes dans le qualitatif...

#### 4. Des terroirs remarquables

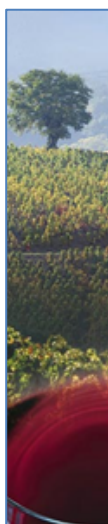
**Avec le cabinet Sigales**, nous avons conduit et financé en une dizaine d'années, depuis 2009, une étude sur les sols très poussée. Nous venons de terminer. C'est la seule étude qui ait été faite mondialement qui concerne toute une région viticole. C'est magnifique. Un très bel outil qui apporte des preuves et des indices pour améliorer la conduite de la vigne.

Plus de 15 000 sondages à la tarière ont été réalisés, et près de 1 000 fosses ouvertes pour observer les profils sur l'ensemble du Beaujolais. Cette étude permet d'orienter les réflexions et les conseils sur les modes de culture, et a permis d'établir des cartes précises sur tout le Beaujolais, calquées sur le parcellaire.

**Cette étude n'a pas été faite pour hiérarchiser**, je suis en accord avec Michel Bettane là-dessus, ça risquerait trop de diviser. Cette étude a été faite au contraire pour **protéger et valoriser un patrimoine commun** dans sa diversité, pour rassembler. C'est un outil aujourd'hui à disposition de tous.

#### 5. Une stratégie simple

Quelques chiffres pour planter le décor



#### **SURFACES EN VIGNES EN AOC BEAUJOLAIS ET CRUS**

1905	26 400 ha
1950	13 500 ha
2000	24 000 ha
2020	13 500 ha



En 15 ans, le Beaujolais a perdu 40% de son vignoble par arrachage, dans la partie sud du Beaujolais et 50% de son chiffre d'affaires.

Ce n'est pas glorieux, mais c'est arrivé à beaucoup de vignobles, et ça arrivera encore certainement à d'autres.

Une partie du nord du Beaujolais, dans les Crus n'est pas vraiment en meilleur état, c'est vieillot, et ça nécessite beaucoup d'investissements.

**De 24 000 ha, en 2004**, nous sommes passés à moins de 14 000 ha en appellation Beaujolais. Nous retombons approximativement dans les surfaces des années 50.

**Cependant**, nous sommes à un moment où l'image et les ventes s'améliorent, mais si les 2 courbes ne se croisent pas encore, nous arrivons tout de même au point bas, et nous estimons maintenant que nous pourrions rapidement manquer de vin, ... à moins que le marché mondial ne continue à se compliquer.

**Nous sommes là encore dans un véritable paradoxe**,..... pas très facile à gérer socialement. Nous sommes à un carrefour avec d'un côté les entreprises organisées qui fonctionnent bien et s'améliorent, et d'un autre côté des exploitations qui continuent à faiblir et qui arrêtent.

**Donnée importante, les chiffres de vente s'améliorent...**

De janvier à août 2019, les chiffres exports des douanes donnent des exportations françaises globalement négatives à **-2%**. **3 régions françaises sont en progression**, la Loire à +4,5%, la Bourgogne à + 5,5 et le Beaujolais en tête à + 11 %.....en volume et valeur.

**Ce n'est qu'une photo d'un moment**, à prendre avec précaution, mais elle a le mérite de montrer qu'à un moment où la consommation de vin rouge a tendance à diminuer au profit des blancs et des rosés, que les vins avec des tanins doux, de l'élégance, du fruit, de l'alcool modéré, non seulement conservent, mais améliorent leurs parts de marchés.

**Dans notre stratégie, nous avons commencé par resserrer les liens en interne.**

Sans l'humain, rien n'est pas possible.



Avec les tensions économiques, les gens s'étaient repliés, on se parle moins, on ne se parle plus, on s'agresse... Nous avons tout vécu. Dans ce monde de producteurs, de paysans on sait courber le dos, on trouve toujours un morceau de pain pour manger, mais l'isolement est le pire, et la remontée difficile.

**En même temps que nous retissons les liens, nous avons écrit une stratégie, toute simple.**



**Nous avons décidé** de ne plus considérer nos vins comme de simples vendeurs avec la traditionnelle pyramide, avec les vins les uns au-dessus des autres. Les vins de volume pas chers en bas et plus on monte plus c'est bon et cher. Nous avons décidé de nous mettre du côté du consommateur, et nous considérons que nous avons 3 types de vin, dans un triptyque, côte à côte, où le consommateur du monde est bien capable de consommer dans les 3 univers, en fonction du moment ou de la personne avec qui il partagera le moment...

**Des vins de fête**, le Nouveau, quelques rosés .....l'évènement.

**Des vins de caractère**, le cœur de gamme, avec des Beaujolais, des Villages, et la plupart des Crus, des vins qui vont bien avec la restauration tendance, la « bistronomie » et accompagnent la plupart des cuisines du monde.

**Des vins d'exception, des cuvées parcelaires, ou particulières**, pour mettre en avant des terroirs, inciter à tirer des prix vers le haut sur les vins qui en valent la peine, et entrer par le haut sur d'autres marchés. Nous en avons, nous incitons à en faire plus.

## **6. Les Crus prennent doucement le pouvoir**

**Le beaujolais Nouveau représente** aujourd'hui 25 % de tout le beaujolais, environ 22 / 23 millions de bouteilles, on ne peut pas s'asseoir dessus, beaucoup en vivent encore, et nous n'avons pas trouvé de toutes façons le produit de remplacement. Mais en tous cas, c'est acté, le Nouveau n'est plus du tout la locomotive. Les Crus **prennent le leadership, avec un langage de terroir, de lieux dits**, une politique de prix, et le Nouveau retrouve sa vraie place, comme au début dans les années 50, celle d'un évènement joyeux, la fête du vin Nouveau. **En tous cas, c'est aujourd'hui un Nouveau qui monte en gamme, en termes de diversité, de rondeur, toujours plein de fruit.**

**Le gamin indiscipliné est devenu un jeune homme mieux éduqué !**

**Les Crus prennent le pouvoir, c'est clair**, mais doucement parce qu'on manque de puissance. Nous manquons encore d'hommes... et de femmes !. La somme des réussites individuelles ne font pas encore une réussite collective.

Et puis, un chiffre. Lorsque toute la région exporte annuellement 45 % de ses vins, les Crus n'en sont qu'à 12% en moyenne. C'est vous dire l'ampleur du travail ! ... et le potentiel export. !

**Concernant le Nouveau d'ailleurs, dans son évolution actuelle, revisité, arrondi, plus chic, il pourrait certainement permettre de recruter une nouvelle génération de consommateurs, et continuer ainsi à faire sonner les cloches une fois par an dans le monde... sans contrarier du tout la vente et la montée en gamme des Crus. Il ne faut pas oublier que depuis quelques années, c'est en novembre que l'on vend le plus de Crus en France...**

## **7. Une image qui se conforte**

Après avoir vécu une notoriété forte, l'image s'est dégradée, et nous sommes tombés depuis 25 ans dans un trou économique.

Aujourd'hui, en décembre 2019, à un moment où l'agriculture française n'est pas considérée à sa juste valeur, il nous semble que **le bashing du Beaujolais**, en tant que vin, touche à sa fin. Sur plus de 1000 parutions médiatiques en novembre sur les Beaujolais, très peu étaient négatives. Serions nous sur la fin d'un cycle, un point de bascule, confirmant ainsi qu'**une nouvelle histoire est en train de s'écrire ?**

Notre ADN autour du partage et de la convivialité se confirme

**La nouvelle histoire qui est en train de s'écrire** va prendre tout de même un peu de temps, Nous en sommes au déclenchement. Nous en avons pour 5 à 10 ans parce que nous touchons à de l'humain, des familles. C'est un changement sociologique.

**Dans un climat mondial qui s'est tendu**, le Beaujolais s'organise, avec ses petits moyens, mais lentement et sûrement, il reviendra sur le devant de la scène.

**Mais dans cette reconstruction** que nous mettons en route, nous nous heurtons à un **manque général en interne, de compétences, de formation, de culture même.**

**150 ans de métayage**, avec des propriétaires qui habitaient Lyon ou Paris et qui n'ont pour la plupart jamais joué leur rôle de leader, ont laissé beaucoup de traces dans notre économie. Aujourd'hui, ça se termine doucement, mais on ne peut demander à des familles de métayers qui ont été dominées et encadrées toute leur vie de mettre en place rapidement une vision économique internationale....

**La jeune génération** qui arrive par contre va être très bonne, décomplexée, ouverte, volontaire, sérieuse.

**Quelques mots sur le mouvement nature, une spécialité née en Beaujolais !**

La pensée unique des années 70 à 95 en Beaujolais, le culte du fruité, l'oubli des terroirs, a provoqué le mouvement « nature », **à l'initiative de Marcel Lapierre, avec l'aide d'Alain Chapel le célèbre cuisinier.** C'était la seule façon d'exister « autrement » d'une manière plus vraie et plus personnalisée. **(Visite de l'Académie du temps du Docteur Parcé en 1998 )**

**Ce mouvement a eu le grand mérite** de venir secouer le cocotier, de titiller les autres et faire réfléchir. Marcel Lapierre nous a quittés il y a 9 ans. Depuis, le mouvement nature s'est un peu sclérosé dans une façon d'exister toujours en opposition des autres.

**J'avais un peu peur** en tant que Président de l'Inter-profession, que le Beaujolais ne soit bientôt connu dans le monde qu'à travers ses vins « dits naturels », souvent assez variables dans leurs expressions, avec des personnages quelquefois un peu atypiques.

**Les choses aujourd'hui sont en train de se caler**, chacun trouve sa place, en complément, et non plus en opposition, et ce, grâce surtout aux négociants et coopératives, qui sur des salons ou dans des dégustations présentent presque tous au milieu de leur gamme, des cuvées bio ou sans sulfite, en général de belles qualités, pas en opposition de leurs autres vins, mais en complément. Ils donnent l'exemple de cette cohabitation plurielle et viennent ainsi adoucir les prises de position un peu sectaires et intolérantes de certains.

**Cette cohabitation plurielle** plait au consommateur, aux journalistes aussi, et d'un seul coup, ils deviennent tous plus prudents dans leurs jugements et commentaires. Ils mettent en jeu leur propre goût, et s'ils sont d'une tendance partisane, ils se trouvent pris dans leur propre piège. C'est une évolution intéressante...

D'ailleurs on se demande par exemple en allant chercher du Bio, si le consommateur urbain n'est pas aussi tout simplement à la recherche d'une dimension plus humaine, de quelque chose de rassurant, de petite échelle, artisanal, quelques ha, un visage, une histoire, des racines....un côté rebelle.... ?

### **... et demain, le Beaujolais « nouvelle génération »**

- 1. Des lieux dits d'exception**
- 2. Modernisation du vignoble et viticulture durable**
- 3. Des entreprises plus fortes**
- 4. Des jeunes à la barre**

**L'expression « Think global » and « Act local », n'a jamais été aussi vraie** pour nous. Nous sommes présents dans tous les pays du monde, nous allons continuer à développer notre réseau de « Bistrots Beaujolais » dans le monde entier, continuer nos road shows en Chine et ailleurs, et sonner les cloches du Nouveau chaque année, **mais le travail le plus fort pour les prochaines années sera en Beaujolais, sur le terrain. C'est là que nous conforterons notre notoriété et retrouverons une image forte.**

**Les 5 à 10 années qui arrivent vont être excitantes et décisives.**

**Le moment est historique pour nous. Nous devons le réussir.**

Nous avons des projets de terrain, simples

1. **Les lieux Dits** d'exception, avec l'aide de nos études de terroirs, les Crus ont commencé patiemment à travailler sur la thématique et l'expression des lieux-dits, et bien sûr leur mise en valeur. Ce sont des rencontres, des dégustations, un lien social à renouer.
2. **La modernisation de notre vignoble est impérative, elle a commencé, mais très certainement, on ne pourra aller à la vitesse du Château de la Chaize que vous avez visité hier !**
3. **Il faudra trouver le bon équilibre entre une réalité économique** pour nos familles et entreprises, et le **respect de la tradition et de nos terroirs**  
**Concernant la viticulture durable, quelle que soit la façon, le label, ou la certification, la conscience est prise.** Les groupes se forment pour mettre en place des chantiers communs. Ce n'est ni une tendance, ni un choix, ni un sujet de communication, c'est tout simplement une obligation pour chacun aujourd'hui, de respecter l'eau, les abeilles, la nature, les voisins....  
**Pour mémoire, nous n'étions pas en retard sur le sujet, puisque Terra Vitis est né en Beaujolais.**
4. **Des entreprises fortes.** L'interprofession a décidé de mettre à disposition du vignoble, des producteurs, comme des négociants, une véritable caisse à outils pour faire progresser nos entreprises,  
**Nous mettons en place du coaching** à la carte sur les différents sujets qui peuvent être utiles et faire avancer, que ce soit la production, la

protection de la nature, de nos vignes, la vente, le marketing. Le but est d'affuter les compétences de chacun, et **surtout redonner l'envie**.

## 5. Le gros sujet, la transmission,

**Les tensions économiques** depuis une vingtaine d'années ont eu une conséquence principale, les enfants sont partis, la vie de leurs parents ne les a pas fait rêver. Ils ont trouvé un autre métier, ailleurs. Nous sommes dans un vrai souci global de l'agriculture en France.

**Du coup aujourd'hui, il y a trop peu de transmission familiale.** Le côté positif est que ça ouvre des portes et des possibilités à des jeunes venus de l'extérieur, avec d'autres connaissances, sans le poids du passé, avec une vision, des envies...

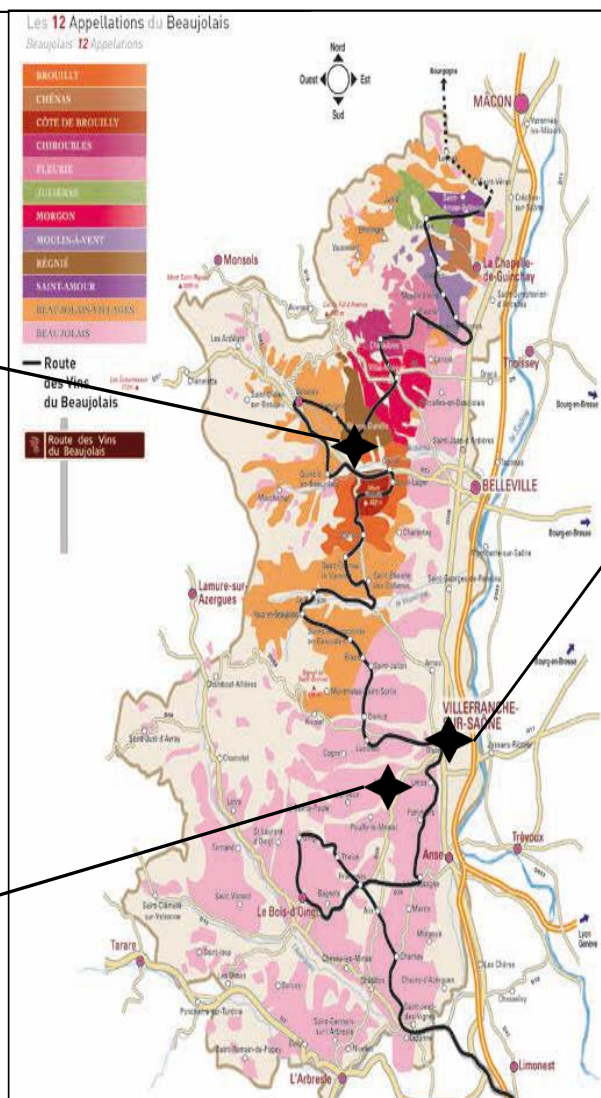
Pour accentuer ce phénomène, nous avons décidé très récemment de lancer le projet de la Grange Charton. **Ce sera mon dernier point. C'est un gros projet à mettre en route, un pôle d'excellence pour la région.**

## Le site de la Grange Charton

Un site au cœur du vignoble Beaujolais

**PROJET**  
**Grange Charton**  
**Pôle d'excellence**  
**Régnié-Durette**

**Domaine Château de l'Eclair**  
**Pôle technique – R&D**  
**Liergues**



**Le 210 Inter Beaujolais**  
**Pôle administratif**  
**Villefranche-sur-Saône**

## Présentation de la Grange Charton

Les Hospices de Beaujeu qui chaque année organisaient la plus vieille vente de charité de vins du monde, ont suivi le déclin économique du Beaujolais, et ont confié une grande partie de leurs 90 ha de vignes à une coopérative.



**Il reste une grande ferme viticole...** inutilisée, dans un endroit remarquable. C'est un élément fort d'histoire, classé à l'inventaire du patrimoine français.

**Le projet est le suivant :**

**Créer une pépinière de vignerons et de métiers autour du vin,** et un pôle réceptif oenotouristique.

Nous voulons faire de la Grange Charton un phare pour le Beaujolais, un pôle d'excellence.

**Le but est d'aller chercher ailleurs,** dans d'autres régions, voire d'autres pays, des jeunes formés, ou retours d'emploi du style ingénieur agro qui

s'est retrouvé acheteur dans la grande distribution et qui en a assez...  
**pour leur offrir une passerelle**, pendant 2 ou 3 ans pour s'acclimater à ce vignoble et les aider à s'installer en Beaujolais.

Nous nous adressons à des gens qui ont envie, et qui n'ont pas de vignoble familiaux.

**Pour ce qui est des métiers autour du vin**, c'est la création d'espace de co-working autour du marketing, de la communication, de la vente...

**A un moment où 30% du Nord du Beaujolais va changer de main**, nous voulons en profiter pour essayer de mettre en place nos leaders de demain.

**Nous avons avec nous dans ce projet** toutes nos autorités de tutelles, région, département, communes, Plus qu'un projet de vigneron, c'est un projet global de région, un projet de société.

La SAFER a demandé à en faire partie, des banques aussi...

**La Grange Charton** va rentrer dans cette dimension purement humaine, grâce à l'innovation, et ramener je l'espère un complément d'énergie à ce vignoble.

**L'évolution aujourd'hui m'interroge beaucoup.**

Pour exister autrefois, en dehors du fait d'être une forte personnalité, pour avoir la reconnaissance de ses pairs et du marché, il fallait un peu de surface et de volume.

**Aujourd'hui, les jeunes sont en train de nous montrer une autre voie.**

Ce qui est trop gros leur fait peur. Ils ont un mode de vie différent, ils veulent réduire la voilure.

En fait avec juste quelques ha, par choix, ils veulent être à la vigne et au commerce, comme nous l'étions tous au début, mais par nécessité, et avec les réseaux sociaux, ils peuvent être des petites stars en peu de temps.

**Nous savons que dans les relations professionnelles** de vendeur à acheteur, le B to B est indispensable, le « bugne à bugne » comme je me plais à dire souvent. On n'a rien inventé de mieux !



Et bien ces jeunes ont cette forme de « bugne à bugne » directement avec le consommateur, grâce aux réseaux sociaux.

**Nous sommes la dernière génération de tous les temps**, de toute l'histoire à ne pas être né connecté.

C'est un changement fort partout, et même dans le vin. Les informations circulent très vite, les bonnes comme les moins bonnes, avec du coup des dangers plus forts. La période va être intéressante. Ce projet grange Charton avec des jeunes va nous plonger au cœur de l'évolution.

### **Quelques mots pour finir...**

Le chemin est caillouteux, pentu et tortueux, comme partout, mais la vie est belle et nous aimons le bon vin.

Dans ce Beaujolais historique, le fait de passer en mode innovation, en dynamique, nous fait puiser dans nos réserves, sans aller chercher les solutions ailleurs, et nous en sortirons beaucoup plus forts.  
**Le Beaujolais a tout pour réussir par lui-même, pour lui-même.**

Mais si les jeunes sont rassurés par ce qui est petit, ce n'est pas une raison pour culpabiliser les autres. Il y a bien besoin de tout le monde sur un marché mondial. C'est la pluralité, la diversité, la complémentarité absolument nécessaires. Vous l'avez constaté hier dans la ballade en Beaujolais, entre les beaux châteaux et la belle dégustation avec le groupe de jeunes à midi.

La bonne taille, c'est quand la bonne les pieds touchent par terre disait Coluche !

**La viticulture mondiale n'est pas** en crise mais elle connaît une violente période d'ajustement, avec de nouveaux producteurs, de nouveaux consommateurs, et de nouveaux modes de communication.

A l'échelle du monde, le Beaujolais est un peu le petit Poucet.

Mais s'il est aujourd'hui à l'état de chrysalide, son éclosion nous amènera inévitablement sur un Beaujolais Nouvelle Génération. Nous sommes déjà présents dans tous les pays du monde, et cette idée nous donne de la force pour écrire notre futur.

*Dominique Piron, décembre 2019*