

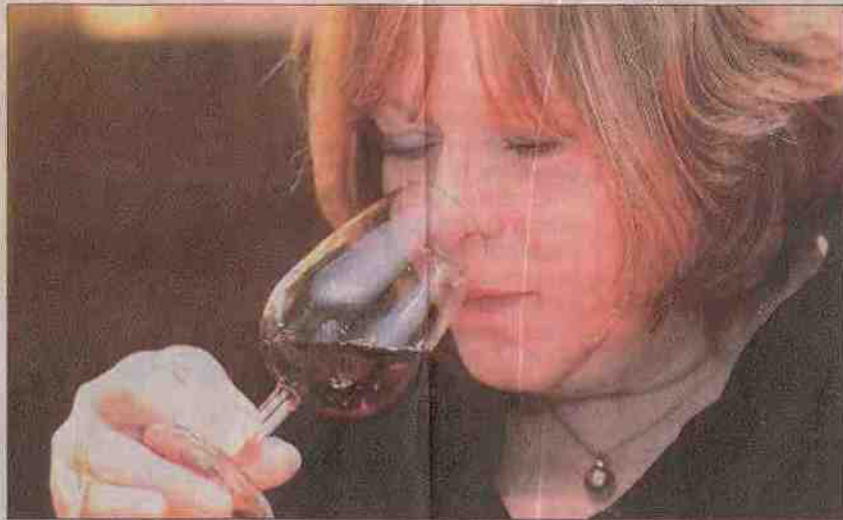
Tradition Après avoir conquis le monde, ce vin convivial doit reconquérir la France en misant sur la qualité

Beaujolais nouveau : le renouveau

S'IL CONTINUE de provoquer des scènes d'émeute au Japon dès que les premières bouteilles sont ouvertes à minuit le troisième jeudi de novembre, le beaujolais nouveau connaît une certaine désaffection en France. Le formidable coup commercial que constituait ce vin léger et facile depuis le début des années 50 s'est essouffé pour cause d'arômes trop « originaux » et d'une course à la production et aux prix bas. La reconquête est cependant en marche...

« Oui, j'ai été farouchement opposé au beaujolais nouveau pendant 25 ans parce qu'il avait perdu de ses qualités originelles de vin de plaisir, de vin de soif », reconnaît Jean-Pierre Coffe, qui a désormais associé son image très médiatique à la marque Leader Price. « Je l'ai même totalement boycotté. Quand Leader Price m'a proposé de faire une cu-vée, j'ai donné mon accord à condition d'effectuer l'assemblage avec un vigneron et non de passer par le négoce. »

Jean-Pierre Coffe s'est rendu dans les vignes de Dominique Piron à Villié-Morgon avec l'œnologue Aude Rebourcet-Rabah. « Je voulais d'abord voir comment il travaillait », poursuit le bouillant Lunévillois. « J'ai trouvé un vrai beaujolais avec du fruit rouge et donc nous avons pu faire un assemblage qui ressemble à ce qui se



■ Danièle Mangin : « Il est nerveux comme un vin jeune doit l'être ! ».

Photo Philippe BRIQUELEUR

faisait au début : un vin de comptoir, de partage, un vin qui se boit et qui se pisse, qui passe tout seul sans faire mal à la tête. On a du vin et pas une compote de je-ne-sais-quoi qui sent la banane ou la fraise ! »

39 millions de bouteilles

Avec les errances de certains beau-

jolais nouveaux, c'est toute l'appellation qui a souffert d'une mauvaise image. Les crus du beaujolais, morgon, moulin-à-vent, chiroubles, fleurie et compagnie, travaillent pour reprendre leur place. « Ils reviennent à une agriculture plus paysanne, saine sans parler de bio », reprend Jean-Pierre Coffe. « Il faut rétablir la vérité

du beaujolais. Tant pis pour les Japonais qui boivent du sirop et pas du vin ! »

Plus de 15 millions de bouteilles sont exportés dans 110 pays. Le Japon justement en reçoit 6 millions, loin devant les Etats-Unis 2,3 et l'Allemagne 1,3. En France, c'est la région parisienne qui en absorbe le plus avec 1,5 million de bouteilles, devant l'Est 1 million et le Nord 970.000. Au total, ce sont encore plus de 39 millions de bouteilles qui inondent le marché...

Le millésime 2010 retrouve les caractéristiques typiques du gamay : des vins colorés, croquants et gourmands. Du moins pour les meilleurs... « Le beaujolais que je propose, celui de la maison Martin à Chânes, connaît une vinification classique », commente Danièle Mengin, sommelière et restauratrice à Nancy. « La macération dure 4-5 jours, sans levures ajoutées. Le vin est violacé, rouge foncé, avec des arômes de fruits rouges et noirs. Il est nerveux, comme un vin jeune doit l'être. »

Un conseil : il faut se méfier des bouteilles à prix trop bas. Celui supervisé par Jean-Pierre Coffe est à 4,25 €.

Bonne soif !

Jean-Charles VERGUET