

Gilles Fumey
12 novembre 2006

Le beaujolais nouveau est arrivé ! Un beau bouquet géographique pour 2006

Le beaujolais 2006 aurait-il des arômes géographiques ? Enquête dans nos verres.

Alors que l'hémisphère nord prend ses quartiers d'hiver, une petite lueur reste allumée avant les premiers feux des sainte Lucie et autre prémices du solstice d'hiver. Elle vient non pas d'Orient ni des rivages californiens friands de modes. Mais des vignobles français qui fêtent les vins « nouveaux », « primeurs » au risque, comme les prix littéraires, de voir les amateurs s'emmêler les verres dans les commandes. Dans le Sud-Ouest, ce sont les vins des coteaux du Tarn qui offrent un primeur fruité, léger comme l'air marin. En Provence, d'autres appellations développent la fête autour du vin. Mais la plus aboutie des manifestations reste celle du beaujolais le troisième jeudi de novembre à minuit en France comme à l'étranger. « Le beaujolais est une star, aussi connu dans le monde que le champagne et le bordeaux, alors qu'il représente à peine 0,5% de la production mondiale de vin ! » prévient Philippe Maurange (*RVF*, n° 505, 2006).



It's beaujolais nouveau time !

Source : <http://www.beaujolaisnouveautime.com>

La robe du vin au verre est violacée, signant fraîcheur et jeunesse. Au nez, l'expression est suffisamment complexe pour rappeler à la fois la groseille, la framboise et le cassis, avec un accent plus ou moins fort selon le type de vinification de chaque producteur. En bouche, les

tanins sont marqués mais souples et la structure les place dans un registre plutôt de gourmandise. Il faut dire que juillet a été le plus chaud mois depuis 1959 dans le Beaujolais, et août le plus frais aussi, avec des températures inférieures à la normale de 3°C. Septembre ensoleillé a terminé la phase de maturation comme tous les vignerons en rêvaient.

Les amateurs de beaujolais savent-ils comment on obtient ce vin de fête avant la fête ?

Comment la macération courte (quatre à cinq jours) est nécessaire pour ne pas avoir des tanins trop durs ? Comment le gamay noir à jus blanc, vinifié en grappes entières, cuvé quatre à cinq jours peut offrir un maximum d'arômes de fruits ? Comment l'assemblage des jus de tire (issus de la cuve) et de presse (issu du pressurage) achèvent leur fermentation malo-lactique qui assouplit le vin et diminue son acidité ? Pas de géographie dans tout cela, si ce n'est que les 16 000 hectares du beaujolais nouveau tracent des variations d'un terroir à l'autre de l'appellation beaujolais (72 villages) et beaujolais-villages (38 communes représentant un tiers des vins vendus en « nouveau »). Et **une géographie conquérante pour le gamay** passé d'environ 15 000 hectares après la guerre à plus de 22 000 aujourd'hui, du fait du succès commercial.

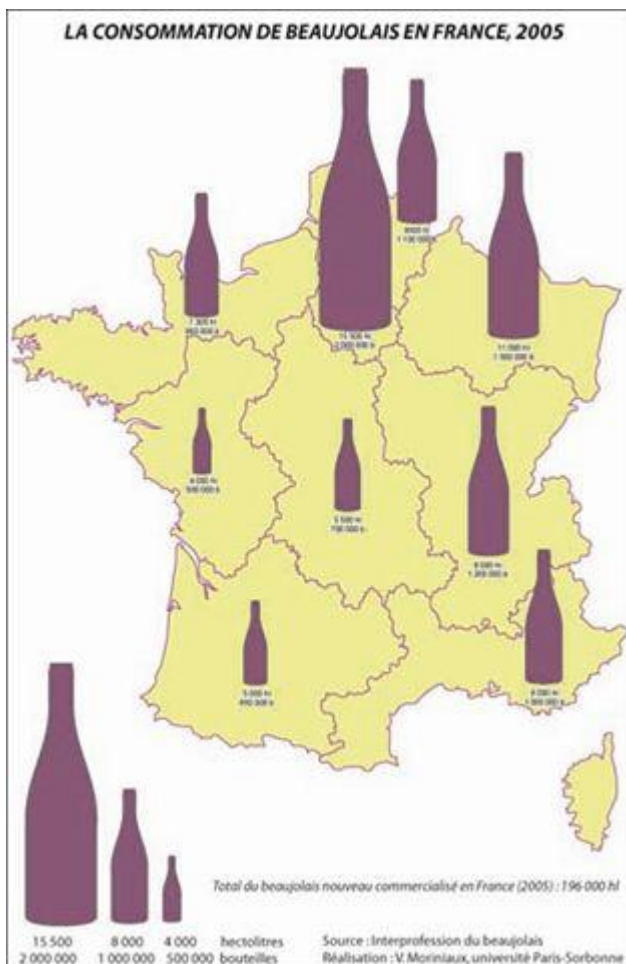
Le snobisme de certains buveurs du 16 novembre est de dénigrer ce cépage (le « déloyault gamay ») que déjà Philippe le Hardi, duc de Bourgogne avait fait interdire en 1395 au nord de Mâcon. Pourtant, le gamay « est un demi-frère du pinot noir sur la garde et un demi-frère de la syrah, dans la fougue épicée et florale de sa jeunesse » (Ph. Maurange). Mais ce jeudi de novembre, c'est bien plus qu'un cépage qu'on boit, **c'est toute une culture qu'on s'approprie**, celle des vins nouveaux de la *serva potio* ou boisson des esclaves servie aux vendangeurs de l'Antiquité, ou celle des riches (monastères, féodaux) achetant leur vin avant les autres. Pourquoi ? Parce que les tonneaux conservaient mal le vin qui s'oxydait au contact de l'air. La nouvelle classe bourgeoise qui émerge au 18e siècle remplit ses celliers et raréfie d'autant les vins qui manquent chez les aubergistes, provoquant des émeutes comme celle des canuts lyonnais en 1788 ou des ouvriers du quartier de la Bastille à Paris qui fomentent des « émeutes de la soif ». La récolte est attendue comme une bénédiction et dans la fête, notamment le 11 novembre qui est le jour du paiement des contrats d'embauche et de la dégustation de vin nouveau (le « martinage », du nom de Saint Martin fêté ce jour-là par un banquet autour d'une oie, avant que l'armistice de 1918 ne prenne le dessus).

La proximité de Lyon fait dire que ce sont eux qui ont « fait » le beaujolais. Les débitants de boissons, les « bouchons » font goûter les premiers les vins nouveaux dont ils ont raflé les meilleures cuvées en allant s'approvisionner directement dans le vignoble en pièces (tonneau de 216 litres) par transport cahoteux à cheval ou sur des barges de la Saône. Mais rien n'est organisé ni réglementé. Une petite zone centrale de 2 000 ha autour de Blacé, Saint-Etienne-la-Varenne fournit ces bistrots.

Mais tout va changer dans les années 1950. **De nouveaux textes réglementaires** pour planifier l'approvisionnement en vin sortent en 1951 où l'on interdit les sorties de vin des caves beaujolaises avant le 15 décembre, puis le 13 novembre (à Gaillac, dans le Muscadet aussi), puis à des dates variables jusqu'à un décret de 1967 fixant le 15 novembre, et de 1985 « au troisième jeudi de novembre ». **Le travail sur le gamay**, cépage quasiment beaujolais (plus des trois-quarts des surfaces mondiales) a été considérable : le gamay a trouvé sa terre d'élection sur les sols argilo-calcaires et granitiques du rebord Est du Massif-Central, avec des densités de plantation qui diminuent (l'INAO a fixé un seuil bas à 6 000 pieds), une taille courte (trois à cinq cornes sur cep), des « vendanges en vert » pour mieux maîtriser les rendements. Enfin, **le rôle des bistrots à vin, du négoce et de l'interprofession** est capital. Les coupes du Meilleur Pot de l'Académie Rabelais, décernées depuis 1954 à Château-Thivin,

au pied du mont Brouilly, **ôtent au beaujolais sa coloration lyonnaise et le fait entrer dans les bistrotis parisiens**. Les professionnels mobilisent le Tout-Paris pour parler du vin et le négoce se lance en Amérique du Nord et en Australie en 1982, en Italie et au Japon quelques années plus tard, dans le Sud-Est asiatique avant de franchir les décombres du Mur en Europe orientale. Le roman de René Fallet, *Le beaujolais nouveau est arrivé*, le film de 1978 avec Carmet et Galabru fixent la mémoire du vin lancé, chaque année, lors d'une fête païenne qui marque une nouvelle temporalité : *it's beaujolais nouveau time* !

Cette audace vaut de l'or. Qui se plaindrait au moment où la France peine à faire connaître l'originalité de ses vins de cette campagne de promotion, réussie si l'on s'en tient aux simples critères économiques ? Trois mille exploitations, une centaine de négociants, un peu plus de cinquante millions de bouteilles (le tiers de la production locale annuelle) pour un chiffre d'affaires de soixante millions d'euros. **Les 187 000 hl de beaujolais sont expédiés dans plus de 150 pays** et ils constituent de loin le plus fort pourcentage en volume de vins français à l'export. En France, la grande distribution absorbe un tiers des ventes et la région parisienne boit tout de même deux millions de bouteilles ! A l'étranger, le Japon achète près de 12 millions de bouteilles, l'Allemagne et les Etats-Unis chacun trois millions, les Pays-Bas la moitié et la Belgique autant que la Suisse (700 000 bouteilles). Au total, l'Union européenne participe à la fête à hauteur de 7,5 millions de bouteilles entre le lancement et le mois de janvier.



La consommation française de beaujolais

Source : Interprofessionnelle du beaujolais

Carte : Vincent Moriniaux

Ces succès tiennent à la passion que déploie la profession en impliquant les consommateurs, rejoignant là, l'idée chère à Roger Dion de vins qui ont été largement le fait de ceux qui aimaient le vin et l'ont promu à la hauteur de leur passion. A Lyon, quelques jours avant le jour J, **80 experts de plusieurs nationalités - oenologues, sommeliers, restaurateurs - accompagnés de consommateurs** et d'étudiants en oenologie dégustent à l'aveugle plus de 400 échantillons pour marquer les meilleurs cuvées (le classement figure sur www.oenologuesdesfrance.fr). Le vin est servi frais, à 10-11°. Le Trophée sert de guide tout en récompensant un vigneron pour la qualité de son travail.

Cette construction de l'identité sensorielle du beaujolais est doublée d'un travail sur la culture de la fête. Le vin n'est pas un produit sensoriel. Il est culturel par les fêtes comme celle qui enflamme - littéralement - Beaujeu (la capitale historique de la région) la nuit du 15 au 16 novembre. Après une dégustation de douze appellations du vignoble et en attendant les douze coups de minuit, les Sarmentelles consacrent le vin comme un liant social, le feu des sarments marquant la fin de l'année qui vient de s'écouler. Plus ample est la fête à Tarare où un menu gastronomique met en valeur le vin, avec la tarandouille, spécialité locale cuisinée au vin, mais aussi les charcuteries, les fruits de mer, le tartare de poisson. A Villefranche, capitale économique du vignoble, les Calades, le marathon et le théâtre offrent des animations relayées par les caves coopératives (Liergues, Gleizé, Theizé et Quincié).

La fête, à l'origine, était plutôt lyonnaise et située dans l'entre-deux-guerres, à l'époque où le succès dans les bouchons et mâchons de la Presqu'île faisait parler du « troisième fleuve lyonnais ». Aujourd'hui, les bistrots de qualité comme la Meunière de la rue Neuve, le Café des fédérations de la rue Major-Martin, le Fleurie de Gerland et Chez Hugon de la rue Pizay constituent quelques unes des adresses de l'amateur de vin nouveau. **A Paris, c'est un autre réseau**, trop étendu pour être classé mais qui compte quelques points phares comme la Bergerie de Christian Bauby (rue Galilée), le Relais Beaujolais ou Chez Serge, les Coteaux (à Saint-Mandé) où tous les beaujolais sont à la fête, et pas seulement le vin nouveau. **Une tournée mondiale pourrait commencer par la Chine** des villes (Shanghai, Pékin) où la croissance du marché est à deux chiffres, du fait de l'abaissement des droits de douane après l'entrée de la Chine à l'OMC. Elle pourrait se poursuivre aux Etats-Unis où les chambres de commerce franco-américaines marquent l'événement dans toutes les métropoles.

Ainsi, le Beaujolais donne une belle leçon de géographie culturelle sur le vin. De l'alliance entre une paysannerie viticole et une bourgeoisie marchande lyonnaise, entre une poignée d'hommes visionnaires, d'une interprofession entreprenante et un cortège innombrable d'amateurs qui aiment fêter le vin nouveau au seuil de l'hiver, c'est toute une géographie qui se met en place dans notre verre de beaujolais : celle d'une renommée mondiale et d'une curiosité piquée par le marketing, d'une production très localisée et signée par un cépage travaillé avec soin au champ comme à la cuve. C'est la géographie au verre que nous servent les vignerons.

Gilles Fumey (université Paris-Sorbonne)

Pour en savoir plus sur le site des Cafés géo :

- [Fêtes en ville, villes en fête](#)
- [Le Beaujolais nouveau est arrivé !](#)
- [Dictionnaire amoureux du vin \(Bernard Pivot\)](#)

Dans l'interprofession : www.beaujolaisnouveau.com

Pour continuer la fête du beaujolais, une sélection de vins les meilleurs (selon la *Revue des vins de France*, hors-série n°9) :

- Beaujolais-villages, Domaine de la Grange-Bourbon, 2004 : « Il sort du lot à un prix de rêve : 4 € » « avec une texture douce, flatteuse au palais, un rebond tendre en milieu de bouche ».
- Chénas Vieilles vignes, Domaine Hubert Lapierre, 2003 : « Un millésime superlatif, dans cette année de feu. A savourer sur dix ans ». 6,10 €.
- Chiroubles, Domaine Patrick Bouland, 2004 : « un maître classique du cru ». 5,50 €.
- Fleurie, Domaine du Vissous, 2002 : « tout en finesse ». 7 €.
- Morgon : dans des vignes dont la moyenne d'âge est la plus élevée de France, domaine Au coeur, 2004, 6,5 €.
- Moulin-à-Vent Carquelin, Georges-Duboeuf, 2003 : « un grand volume en bouche ». 6,90 €.
- Régnié, Domaine de la Bêche, 2004 : « aucune hésitation ». 4,70 €.
- Saint-Amour, Domaine des vignes du Paradis, Pascal Durand, 2004 : « du beau travail », 6,50 €.

L'abus d'alcool est dangereux pour la santé. A consommer avec modération.