



**CONFÉRENCE DE
PRESSE VINS DU
BEAUJOLAIS**
**Salon Wine Paris,
mercredi 11 février 2026**



Beaujolais
NOUVELLE GÉNÉRATION
INTER BEAUJOLAIS



Prise de parole d'Inter Beaujolais le 11 février 2026 à l'occasion de la conférence de presse donnée sur le salon Wine Paris

Dans la poursuite de sa dynamique amorcée en 2020 et réaffirmée l'an dernier lors de la conférence de presse donnée sur le salon Wine Paris, les projets bouillonnent et se mettent en place. Le mode action est activé : un plan Beaujolais Blancs, une adaptation des marchés cibles à l'export, un fort retour sur la scène lyonnaise... Le vignoble du Beaujolais et ses acteurs regardent loin et avancent.

À l'occasion de la conférence de presse organisée ce mercredi 11 février durant le salon Wine Paris, Jean-Marc Lafont et Sébastien Kargul, président et vice-président d'Inter Beaujolais, accompagnés d'Olivier Badoureaux (délégué général), de Christophe Barré (responsable communication), de Sophie Penavayre (responsable technique) et d'Anaëlle Joret (responsable de l'observatoire économique), se sont exprimés au nom de l'ensemble de la filière. Entre incertitudes internationales, baisse de la consommation de vin et changement climatique, ils sont revenus sur les ambitions et les enjeux du vignoble beaujolais et les grandes actions mises en place pour faire valoir tous les atouts du Beaujolais face à ces défis liés au secteur du vin.

1. Les ambitions et les enjeux du vignoble beaujolais, en mode action

 Jean-Marc Lafont, président d'Inter Beaujolais

Dans un contexte de déconsommation globale du vin, et des vins rouges plus fortement, le Beaujolais a de **nombreux atouts à faire valoir** :

- **le partage et la convivialité beaujolaise** qui font partie intégrante de l'ADN de notre vignoble. Nous aimons recevoir, nous aimons partager, nos vins bien-sûr, et aussi notre histoire, nos valeurs, notre savoir-faire, notre gastronomie, à tous ceux qui viennent visiter nos domaines et nos maisons de vins.

- nous aimons faire découvrir notre région car elle est belle ! Reconnue Géoparc mondial UNESCO, elle est dotée de beaux coteaux et vallons, de centaines de châteaux et domaines magnifiques. À n'en pas douter, notre vignoble devra s'appuyer sur **l'œnotourisme** pour conforter sa place de leader dans le segment des vins légers, fruités et élégants.

- nous tenons d'ailleurs à rappeler, au sujet des **rouges légers et fruités**, que chez nous, ce n'est **pas une mode, ni une adaptation au marché**. Notre cépage gamay nous permet de révéler le formidable potentiel de la mosaïque de nos terroirs beaujolais. **Tantôt espiègles et croquants, ou bien plus concentrés et complexes, tout en conservant cette fraîcheur et cette buvabilité**, nos vins séduisent par une palette de saveurs révélée par le savoir-faire précurseur de nos vignerons.

Nous pouvons affirmer que les vins du Beaujolais disposent d'une arme de séduction massive correspondant exactement aux attentes des jeunes consommateurs notamment. Nos vins peuvent se décliner à l'infini avec toujours le même fil rouge : **la fraîcheur, la gourmandise, la séduction.**

- le Beaujolais séduit également de plus en plus avec ses blancs issus du cépage chardonnay, de plus en plus connus et reconnus. Le **plan Beaujolais Blancs** que nous avons initié et mis en place porte ses fruits puisqu'en quelques années, les surfaces et la commercialisation de nos vins ont presque doublé.

- au-delà des atouts incontestables des vins du Beaujolais, nous souhaitons souligner la progression qualitative de nos vins depuis une décennie, saluée de manière unanime par les professionnels et la presse spécialisée. Cette **avancée qualitative** n'est pas le fruit du hasard, mais le résultat d'une ambition portée par l'ensemble de notre vignoble : travail réalisé par notre domaine expérimental, le Château de l'Eclair, et aussi par la volonté de nos ODG portant de **nombreux dossiers de montée en gamme** tels que de la DGC Pierres Dorées, celui des appellations villages+noms de communes et celui des Premiers Crus qui sont en route auprès de l'INAO. Par sa diversité et ses qualités incontestables, le Beaujolais semble offrir aujourd'hui le **meilleur rapport qualité / prix / plaisir**. Certes, le monde du vin traverse une période particulièrement agitée, mais le vignoble du Beaujolais, grâce à ses vins légers et fruités, dispose de **solides atouts**. À l'heure de la désynchronisation des repas, de la *street food*, des apéros planches, nous avons tous les atouts pour ne pas être cantonnés au sacro-saint repas du dimanche midi. Ce sont **des vins pour toutes les occasions**.

D'ailleurs, des **signaux positifs** nous confortent dans nos marchés :

- tout d'abord sur nos vins nouveaux avec certaines enseignes qui ont vu leurs volumes de Beaujolais Nouveaux progresser de près de 10 % (système U et Intermarché). Cette performance nous montre bien que la convivialité beaujolaise portée par ses vins nouveaux est toujours d'actualité.

- ensuite à l'export avec sept vins du Beaujolais mis à l'honneur, dont une première place dans le dernier classement des 100 meilleurs vins français par le média de renommée mondiale James Suckling. Ce classement nous montre que la progression qualitative est bien réelle puisqu'elle nous permet d'obtenir une première place avec un Morgon (également 3^{ème} au classement des 100 meilleurs vins du monde). Les vins du Beaujolais s'illustrent dans d'autres publications internationales comme le top 100 2025 de Vinous ou encore le top 100 de Wine Enthusiast « best wines of 2025 ». On note aussi une belle présence dans des guides français comme Hachette et la Revue du Vin de France.

Le retour en grâce des vins du Beaujolais est bien réel, sur le devant de la scène, porté par nos instances viticoles, l'ensemble des vignerons et des maisons de vins du Beaujolais.

Notre vignoble est aujourd'hui considéré aussi bien par les amateurs que par les professionnels comme moderne et dans son époque, et c'est bien là l'essence même de la signature « **Beaujolais Nouvelle Génération** ». C'est sous cet étendard que nous nous engageons avec confiance et détermination vers notre avenir en nous appuyant sur le dynamisme de nos vignerons et de nos maisons de vins.

2. Point de situation économique des vins du Beaujolais

 **Anaëlle Joret, responsable de l'observatoire économique d'Inter Beaujolais**

Comme l'a souligné Jean-Marc Lafont, tout comme la filière vin dans son ensemble, les vins du Beaujolais composent avec des enjeux conjoncturels et structurels :

- conjoncturels, d'abord, avec une actualité géopolitique soutenue depuis plusieurs années, découlant sur une période de forte inflation, avec des prix qui sont restés à un niveau élevé et des

tensions qui créent un climat anxiogène. Une conjoncture, donc, dans laquelle les consommateurs font des arbitrages dans leurs dépenses.

- structurels, ensuite, avec des évolutions dans la consommation. Les données démographiques se dégradent, hypothéquant une dynamique durable de la consommation. Nos modes de vie évoluent et impactent notre consommation d'alcool, mais pas seulement, nos goûts et nos attentes envers le vin également.

Les vins du Beaujolais sont impactés par ce recul, avec des sorties en baisse de 5 % sur la campagne 2024/2025 (récolte 2024 particulièrement faible). Un phénomène qui s'observe aussi bien sur les circuits France qu'à l'export. Dans ce contexte, il convient de répondre à une demande en pleine évolution. Les vins du Beaujolais s'inscrivent dans une **dynamique proactive, nouvelle génération**, comme nous en avons discuté ici-même l'année passée, et qui a avancé depuis.

Parlons des marchés export. 30 % des volumes du Beaujolais sont exportés dans 150 pays. 131 000 hl de vins du Beaujolais ont été exportés dans le monde à fin novembre 2025 et sur 12 mois. Un chiffre en recul, dans la même mesure que les autres vignobles d'AOC françaises (3 %). Derrière ce volume, il existe une grande disparité selon les pays :

- un top 5 qui concentre 80 % des volumes : Etats-Unis, Royaume-Uni, Japon, Canada et Belgique.
- puis des volumes nettement moindres répartis sur une multitude de pays.

Les volumes vers la première destination d'exportation des vins du Beaujolais, les Etats-Unis, se maintiennent sur les 12 mois observés. Les exportations vers le Royaume-Uni et le Japon accusent une baisse contenue à moins de 5 %, tandis que les volumes exportés vers le Canada et la Belgique progressent par rapport à l'année dernière.

Parlons maintenant des Beaujolais Blancs. En France, on mesure le poids des vins tranquilles blancs notamment par le circuit de la Grande Distribution. Selon Circana, les vins tranquilles blancs représentent 24 % des vins vendus en GD (+4 pts par rapport à 2020). En volume, les blancs (294 millions de cols) ont progressé de +10 % depuis 2020. Dans le même temps, le poids des vins rouges a reculé de près de 5 pts, pour un poids actuel de 41 %. Le poids des rosés est de 38 % (+1 pts vs 2020). Les vins rouges (505 millions de cols) ont reculé de -17 % depuis 2020 et les vins rosés (445 millions de cols) de -4 %.

Les AOC blancs représentent 41 % des ventes de vins tranquilles blancs en Grande Distribution. Parmi ces AOC, le poids des vins blancs du Beaujolais représente 0,10 %. Une part à l'image de leur production puisqu'ils représentent 4 % de la production du vignoble du Beaujolais, soit une moyenne 5 ans de 20 000 hl, pour une surface moyenne de 480 ha. Une petite production, certes, mais qui progresse : les volumes récoltés de blancs ont progressé de +58 % en 10 millésimes, les surfaces récoltées ont quasiment doublé.

116 000 cols de Beaujolais et Beaujolais Villages blancs ont été vendus en Grande Distribution française en 2025, contre 13,8 millions de cols de vins rouges du Beaujolais. Un poids de 97 % pour les rouges, contre 2 % pour les rosés et 1 % pour les blancs. Les volumes de Beaujolais rouges ont reculé de 18 % entre 2020 et 2025, tandis que ceux des blancs du Beaujolais ont progressé de 60 %.

Une dynamique sur les ventes de vins blancs du Beaujolais qui est aujourd'hui à asseoir, sans oublier le potentiel des vins rouges du Beaujolais entre autres fruités et légers, qui correspondent aux attentes des consommateurs.

3. L'ambition plan Beaujolais Blancs

 **Sébastien Kargul, vice-président d'Inter Beaujolais**

Il se produit des **chardonnays** sur l'ensemble du territoire beaujolais : au centre et au nord du vignoble sur des pierres bleues et des granits, au sud sur des terroirs argilo-calcaires. Une diversité de terroirs assez incroyable met en valeur ce cépage à travers les appellations Beaujolais et Beaujolais Villages.

Comme l'a souligné Anaëlle Joret, aujourd'hui, les Beaujolais Blancs représentent environ 4 % de la production des vins du Beaujolais.

L'année passée, nous avons, en ce même endroit, évoqué notre volonté de travailler à l'expansion de la production de nos blancs. Une année est passée. Une année de constat, d'analyse et de démarrage d'un processus.

Il est acquis que notre production de blancs bénéficie d'une notoriété extrêmement positive auprès des prescripteurs et importateurs, mais, quand bien même l'histoire de nos blancs est séculaire, leur réputation reste confidentielle. Nous avons fait le constat que, au niveau de notre production actuelle, il nous semblait peu évident de développer une notoriété pérenne et grande, touchant à la fois les classiques amateurs de blancs, et les néo-consommateurs.

Nous estimons, en analysant notamment d'autres vignobles produisant des vins blancs de grand renom, qu'il nous faudrait proposer une surface environ trois fois supérieure à ce que nous exploitons aujourd'hui. Nous avons la conviction qu'il s'agit d'un seuil nécessaire afin de faire passer la notoriété de nos blancs, de confidentielle à publiquement reconnue.

L'idée n'est donc pas de produire plus pour remplacer nos rouges, mais de produire plus pour asseoir durablement la renommée de nos Beaujolais Blancs.

Pour ce faire, **trois axes à développer** :

- au niveau **production**, il est nécessaire de restructurer notre vignoble. Ce qui ne signifie pas qu'il faille planter la totalité des surfaces afférentes, puisqu'un certain nombre d'hectares déjà plantés en chardonnay, revendiquent d'autres appellations. Cela peut donc aller assez vite.

- au niveau **technique** – et c'est pourquoi nous avons commencé ce processus stratégique par un rendez-vous technique collectif avec la SICAREX Beaujolais (RDV annuel Beaujotech) – nous devons nous assurer qu'augmenter la voilure ne se fera que dans une démarche qualitative équivalente ou supérieure à ce que l'on sait faire aujourd'hui, et qui fait notre réputation : un spectre de profils qui va du vin extrêmement pur et ciselé, au profil fruité juteux, en passant par le des profils ronds et mielleux.

- au niveau **communication**, nous devons accompagner cette démarche en nous fixant l'objectif de mettre en exergue l'identité de nos blancs, de communiquer sur nos singularités afin d'entraîner une dynamique d'accroissement de renommée « grand public consommateur/amateur ».

Une **commission spécifique** a été formée l'année passée, en charge des trois points prioritaires cités ci-dessus.

Nous savons que nous sommes dans un temps long. Toutefois, nos Beaujolais Blancs ne sont pas une création ex-nihilo, il existe déjà une histoire. Nous ne parlons pas d'un blanchiment du vignoble. Une histoire et une dynamique existent déjà et doivent simplement être mises en valeur et catalysées, avec humilité, et conviction.

D'ici la mi-2026, nous aurons analysé notre positionnement et nos axes de communication, et d'ici fin d'année, nous avons l'ambition de définir notre plan de communication, afin de le mettre en œuvre à partir de l'année prochaine.

4. Pôle Recherche & Développement : grands projets en cours et à venir

 *Sophie Penavayre, responsable technique d'Inter Beaujolais*

Inter Beaujolais, la force d'un collectif qui regarde loin et qui avance, ancré sur de solides bases techniques !

Le Beaujolais investit depuis longtemps dans l'innovation et pour son avenir via un pôle technique ambitieux, construit à partir d'une vraie mutualisation entre la **SICAREX Beaujolais** et l'Institut Français de la Vigne et du Vin qui dispose d'un outil unique en France : un domaine viticole dédié à l'expérimentation et à la démonstration.

Le pôle technique du Beaujolais, c'est 20 techniciennes et techniciens qui partagent une même raison d'être : expérimenter avec les vigneronnes et vignerons aujourd'hui pour anticiper les attentes sociétales de demain. Sa mission est d'accompagner l'Interprofession dans la mise en œuvre de ses ambitions :

- **le pôle sensoriel** étudie les attentes des consommateurs en matière de profil de vins : quelles sont les qualités des vins qui séduisent les consommateurs d'aujourd'hui et séduiront ceux de demain ? Une étude sur les vins en canette a récemment été présentée en Beaujolais.
- **les œnologues** proposent des itinéraires de vinification, cohérents avec les cahiers des charges des appellations, pour assurer le maintien de la fraîcheur et de la buvabilité des vins du Beaujolais, notamment en contexte de changement climatique. La quête de l'excellence pour des vins toujours plus qualitatifs.
- **les agronomes** expérimentent des pratiques pour l'adaptation au changement climatique : comment poursuivre la production de gamay et de chardonnay dans un contexte d'augmentation de la température moyenne et de dérèglements climatiques : épisodes de gel, de grêle, canicules, diminution des précipitations, etc.
- **les ampélographes** travaillent à la sécurisation de la production du gamay, cépage du Beaujolais, mais aussi à sa sélection. Le Beaujolais investit dans un parc de vignes pour la multiplication et la pré-multiplication du gamay (QANOPEE), assurant une production saine et quantitativement adaptée à la demande pour les décades à venir. Un collectif qui regarde loin et qui a confiance dans l'avenir.
- **les conseillers et conseillères** accompagnent les entreprises du Beaujolais dans la mise en œuvre dans leurs exploitations des meilleures pratiques pour répondre aux enjeux du vignoble.
- **le domaine expérimental** met en œuvre pour démontrer l'intérêt des pratiques innovantes et expérimenter toujours plus. Les cuvées du Château de l'Eclair sont ancrées dans les ambitions du Beaujolais : des vins de plaisir (rouges légers et fruités) ; des vins de terroirs qui puisent dans les sols du Beaujolais finesse, élégance et complexité ; des Beaujolais Blancs (20 % des surfaces en chardonnay) ; une cuvée assemblée avec l'aide d'une IA, distribuée en réemploi ; et pourquoi pas bientôt des vins à la tireuse dans les cafés et restaurants du bassin lyonnais. Le Château de l'Eclair mène aussi des expérimentations sur les marchés.

5. Un fort retour à Lyon en 2026 avec deux nouveaux événements à la clé, professionnel et grand public

 *Christophe Barré, responsable communication d'Inter Beaujolais*

Nous avons donc des ambitions sur notre **production**, et également sur les **actions pour la promouvoir et la commercialiser**.

Certes, nous sommes « un collectif qui regarde loin », et qui « souhaite également agir au plus près ». Cette année 2026 est ainsi placée sous le signe du retour en force du Beaujolais sur notre marché géographique le plus naturel : la région lyonnaise.

Pourquoi Lyon ? Pour de nombreuses raisons, dont deux principales :

- d'abord parce que c'est un **foyer économique de première importance**. Une métropole de 1,5 millions d'habitants, une ville dynamique qui a une vraie culture de la gastronomie et du bien vivre. Le peuple lyonnais est par nature gourmand, épicurien, qui aime la table et la convivialité... En cela, c'est un marché porteur pour nos vins.

- et bien sûr, Lyon a un **lien historique avec le Beaujolais**. Un lien presque charnel. Une histoire de « je t'aime, moi non plus » qui dure... Depuis des siècles, le Beaujolais trône sur les tables lyonnaises (on dit que Lyon a trois fleuves : le Rhône, la Saône et le Beaujolais). Nous avons connu plusieurs années de désamour à la fin des années 90/2000 (pot de Côtes du Rhône ayant un peu pris la place du pot de Beaujolais).

C'est une histoire d'amour qui, de nos jours, renaît... Depuis plus d'une décennie maintenant et de plus en plus intensivement, le Beaujolais revient sur le devant de la scène. Il y a bien sûr les *afficionados* de toujours, les bouchons lyonnais en tête. Et c'est aussi une nouvelle génération de cavistes et de restaurateurs qui a lancé ce retour en grâce il y a quelques années, redonnant progressivement de plus en plus de la place à nos vins du Beaujolais sur leurs cartes.

Les raisons de ce retour : l'essor qualitatif global de nos vins et leurs propriétés de fraîcheur, de fruité et de légèreté qui plaisent à nos contemporains. Une autre raison, là aussi très actuelle, qui elle se rapporte particulièrement au marché lyonnais : le goût du local. Notre vignoble se situe à moins de 30 kilomètres de Lyon et les nouvelles générations notamment sont très sensibles à la consommation responsable et *in fine* locale.

Pour toutes ces raisons, nous aimons Lyon, et nous investissons cette ville.

Le Beaujolais est déjà bien présent dans cette ville tout au long de l'année, grâce à ses vigneron et maisons de vins qui descendent assez naturellement à Lyon. Aussi par **différentes actions collectives que nous menons déjà auprès des professionnels** : *l'animation de notre réseau Bistrots Beaujolais – réseau de restaurateurs ambassadeurs des vins du Beaujolais – qui compte près de 80 restaurateurs ambassadeurs à Lyon ; notre présence dans les grands temps forts de la gastronomie à Lyon* (Trophées de la Gastronomie et des Vins, Gault & Millau Tour AURA, Lyon Street Food Festival, etc.). Et bien sûr, à l'occasion de la sortie des Beaujolais Nouveaux, le 20 novembre cette année, puisque c'est toujours une belle fête célébrée partout à Lyon.

En 2026, nous avons la **volonté d'intensifier cette présence**, parce que nous sommes persuadés que le retour du Beaujolais à Lyon n'en est qu'à son début et que la marge de progrès est encore importante !

Pour ce faire, nous revenons donc **en 2026 avec deux opérations phares pour marquer les esprits des professionnels et du grand public lyonnais** :

- la première opération est destinée à favoriser la commercialisation : un **grand salon professionnel** qui s'est déroulé à l'Embarcadere dans le quartier de Confluence, le 2 février dernier. Ce salon, nommé **BtoBeaujolais**, a permis à près de 180 professionnels de la distribution locale (restaurateurs, cavistes, épiceries, agents...) de rencontrer 86 vigneron, caves et maisons de vins du vignoble.

- le deuxième important **événement** que nous organisons à Lyon en 2026, est cette fois-ci destiné au **grand public** : le festival **Gamay Days** qui aura lieu les 23 et 24 mai au Heat/H7.

Un volet très important puisque ça fait longtemps que nous n'avons pas rencontré le grand public lyonnais. Ce festival se déroulera sur deux jours le temps d'un week-end, dans un haut lieu de la vie festive et culturelle lyonnaise, le Heat/H7, dans le quartier de Confluence. L'idée est de valoriser le Beaujolais et de célébrer notre cépage phare, le gamay, celui pour lequel le vignoble est à la fois le berceau et le premier producteur mondial. Un cépage magique, plus que jamais dans l'air du temps.

Les Vins de Savoie, les Coteaux du Lyonnais, les Côtes d'Auvergne et le collectif Loire Volcanique, seront également partenaires de cette manifestation, à nos côtés.

Nous bâtissons un événement résolument positif, moderne et urbain. Il y aura un *wine garden* avec un bar par appellation du Beaujolais et des vignobles invités, un *food-court* 100 % Bistrots Beaujolais, des ateliers interactifs et des animations autour du vin portés par des acteurs clés du vignoble, une zone « tourisme et oenotourisme », le tout dans une ambiance musicale et conviviale. Un rendez-vous donc autour du gamay, parfait pour commencer les beaux jours !

- pour clore cette parenthèse régionale, nous rappelons que les Lyonnais, mais aussi tous les voisins du Rhône et tous ceux qui aiment le partage et la convivialité quel que soit leur provenance, pourront également participer à la 7^{ème} édition du désormais incontournable rendez-vous de l'oenotourisme en Beaujolais : le festival **Bienvenue en Beaujonomie** les 19, 20 et 21 juin prochains.

6. Les marchés cibles à l'export

 **Olivier Badoureaux, délégué général d'Inter Beaujolais**

Nous l'avons évoqué, le Beaujolais dispose d'atouts solides : **des vins identitaires, une grande lisibilité de cépage, une diversité d'expressions, et une capacité à parler à des publics très différents, allant des vins de convivialité aux grands vins de terroirs.**

L'export reste donc **un levier stratégique**, non pas comme simple volume, mais comme vecteur de valeur, d'image et de rayonnement.

À ce titre, Inter Beaujolais communique sur **plusieurs marchés cibles** :

- d'abord les **Etats-Unis**, 1^{er} marché export. 30 % des exportations de vins du Beaujolais sont à destination des Etats-Unis, où les Beaujolais Villages de garde représentent près de la moitié des volumes. C'est un marché stratégique pour le Beaujolais où la conquête des prescripteurs est essentielle pour y développer sa notoriété. Nos actions de promotion touchent donc les professionnels de l'industrie des « 3-tiers » et les journalistes : éduquer, faire déguster les vins du Beaujolais à travers des masterclasses professionnelles ou encore des dîners-dégustations avec des prescripteurs. Nos vins sont salués aux Etats-Unis pour leur accessibilité et leur facilité d'association de nombreux mets et types de gastronomie.

- ensuite le **Royaume-Uni**, destination de 17 % des volumes exportés de vins du Beaujolais, ce qui constitue le 2^{ème} marché export. Un marché mature qui représente un vrai potentiel pour le Beaujolais : les vins qualitatifs et accessibles trouvent leur public au sein de ce pays, notamment auprès de la restauration et des bars à vin. Le Beaujolais y est associé à la gastronomie et à la convivialité. Pour le Royaume-Uni, nous avons l'ambition de maintenir et de développer notre part de marché dans un contexte économique tendu. Nous allons, tout au long de l'année 2026, travailler étroitement avec des distributeurs (*online et retail*) à travers des partenariats avec Berry Bros. & Rudd et organiser des événements à Londres et en région avec des restaurateurs et des lieux d'événementiel pour partager la « passion Beaujolais » avec les consommateurs. Nous allons également travailler avec le nouveau média incontournable TOP JAW.

- puis le **Japon** est la 3^{ème} destination des vins du Beaujolais, avec 12 % des volumes exportés. C'est l'un des marchés historiques du Beaujolais, en particulier avec les Beaujolais Nouveaux. Les vins du Beaujolais, notamment les vins de garde, répondent parfaitement aux attentes japonaises. Notre objectif au Japon est de développer la compréhension des professionnels sur les vins du Beaujolais, en particulier les Beaujolais Villages et les crus du Beaujolais. Ainsi, nous avons programmé début mai, une grande masterclass pour les sommeliers, cavistes et importateurs.

- et enfin le **Canada**, destination de 11 % des exportations de vins du Beaujolais, se place en 4^{ème} position. Comme pour les Etats-Unis, les provinces canadiennes sont comme de multiples pays à l'intérieur d'un seul, avec leur organisation et leurs habitudes de consommation.

Nos actions promotionnelles se concentrent sur trois provinces : le Québec, l'Ontario et la Colombie-Britannique. Elles sont à la fois à destination des consommateurs, qui sont curieux et

à la recherche de vins frais, fuité et légers, et des professionnels des monopoles et de la restauration. Nos actions promotionnelles auront lieu sur ces trois provinces. Citons par exemple notre participation au Vancouver International Wine Festival ou le Beaujolais Challenge en Ontario pour les sommeliers.

Malgré les tensions géopolitiques et économiques, **le Beaujolais résiste et se développe.**

L'export n'est pas aujourd'hui une simple question de volumes. C'est un travail de fond sur l'image, la valeur et la compréhension du Beaujolais dans toute sa diversité.

Dans un monde du vin en mutation, **le Beaujolais a toute sa place** : par son authenticité, par sa capacité d'adaptation, et par la richesse de ses terroirs.

7. Conclusion

 **Sébastien Kargul, vice-président d'Inter Beaujolais**

Notre vignoble dispose d'atouts que nous vous avons exposés et surtout d'une dynamique en mouvement perpétuel, avec peu d'inertie, très agile, et qui bouillonne en continue.

S'il faut retenir quelques éléments :

- le Beaujolais est si riche de son histoire, de ses terroirs et de ses paysages. Cela le rend naturellement attrayant et donc leader touristique et oenotouristique, priorité d'avenir.
 - sa **gamme de vins**, lisible et accessible, est **génétiquement bâtie pour séduire les consommateurs et néo-consommateurs.**
 - nous fourmillons d'idées et mettons en place des actions afin de faire fructifier notre patrimoine viticole, à travers nos **stratégies de montée en gamme, la mise en lumière sur nos blancs, nos ambitions à l'export, et aussi à Lyon, notre terre promise.**
 - nous avons la chance de verrouiller techniquement nos visions stratégiques par des validations techniques, grâce notamment à notre **domaine expérimental.**
 - tout cela porte déjà ses fruits, et comme vous l'avez vu, un certain nombre d'actions sont en cours ou vont être lancées.
 - face à un constat global conjoncturel et structurel défavorable, nous gardons donc un **cap définitivement optimiste.**
 - notre ambition est simple et honnête : **asseoir le fait que nous sommes et avons toujours été les leaders des vins accessibles, conviviaux, et chics.**
-



À propos des vins du Beaujolais

Situé entre Lyon au sud, le Mâconnais au nord et longé par la Saône sur sa bordure est, le vignoble du Beaujolais s'étend sur 12 500 hectares de vignes revendiqués dans les 12 appellations du Beaujolais. Près de 2 000 domaines & maisons de vins et 9 caves coopératives s'épanouissent sur ses terres. Les 12 appellations brillent par l'expression de leurs vins, qu'ils soient de fête, de caractère ou d'exception. Les 10 crus du Beaujolais, 100 % rouges, s'étendent sur la moitié nord (Brouilly, Chénas, Chiroubles, Côte de Brouilly, Fleurie, Juliénas, Morgon, Moulin-à-Vent, Régnié, Saint-Amour) ; et les AOC Beaujolais et Beaujolais Villages se déclinant en rouge, blanc et rosé, s'étendent sur la partie sud, nord-est et entourent les coteaux des 10 crus.