



## **Beaujolais : les « jeunes talents » du vignoble**

Dossier de presse  
Avril 2006

Contact-presse et photothèque : Inter Beaujolais

Anne Masson

Tel : 04 74 02 22 16 – 06 07 58 76 37

[amasson@beaujolais.com](mailto:amasson@beaujolais.com)

Photos : Laurent Cerino

# Introduction

Ils n'ont pas plus de 40 ans, sont installés depuis très peu d'années parfois, sont peu connus, et ont, chacun, jeunesse oblige, les yeux tournés vers l'avenir... Quels que soient leur passé, leurs premières expériences et leur histoire familiale.

Leurs points communs à tous : le dynamisme et l'enthousiasme. La volonté aussi de représenter une « nouvelle génération », distincte de celles qui l'ont précédée, avec de nouvelles méthodes de travail et un état d'esprit différent. La volonté, aussi, d'entreprendre un travail très qualitatif et de dessiner la physionomie du vignoble, dans le futur.

Voici, donc, 21 portraits de ces jeunes vigneronns du Beaujolais. Une liste non exhaustive, bien sûr, mais déjà très riche, car porteuse de multiples personnalités, de nombreuses options, de savoir-faire très divers et de projets variés. Les personnalités sont attachantes ; chacune donne, via son implication, une idée de ce que seront le Beaujolais et ses appellations dans les années à venir. C'est à travers elles qu'il faut découvrir ce dossier :

- Jean-Luc Bourbon, le baroudeur
- Jérôme Corsin, l'engagé
- Vincent Flache, l'exigeant
- **Christophe Coquard, le créateur**
- Gilles Chaintreuil, « l'ancien » de la Madone
- Laurent Perrachon, l'actif
- Olivier Coquard, le chantre de la transformation
- David Méziat, le fonceur
- Olivier Bererd, l'anticonformiste
- Frédéric Sambardier, « l'Américain »
- Gilles Gelin, l'enthousiaste
- Denis Longefay, le magicien du bio
- Daniel Bouchacourd, la constance du jardinier
- Géraldine Ruet, héritière d'une passion
- Nicolas Romy, le pro du blanc
- Julien Sunier, l'aventurier
- Emmanuel Fellot, l'avocat des eaux
- Audrey Charton, une femme sur un terroir féminin
- Jean-Yves Perraud, tout sauf « pépère »
- Cédric Chignard, 100% fleurie
- Claude-Emmanuelle Desvignes, sur les pas de « Louis-Claude »

**Christophe Coquard, le créateur**

## Maison Coquard



**Appellations commercialisées :** 10 crus du Beaujolais, beaujolais, beaujolais-villages, bourgogne blanc, mâcon villages, pouilly-fuissé

**Points forts :**

- jeune créateur d'une entreprise de négoce
- appel à des talents artistiques pour « marketer » sa gamme
- expérience de la grande distribution

**La Maison Coquard est la dernière née des entreprises de négoce beaujolaises. Un sacré pari à l'heure où la tendance est au regroupement, davantage qu'à la création. Un pari lancé par un fils de vigneron, autour d'un vrai concept - celui de la maison, décliné visuellement – et d'un état d'esprit : celui du négoce traditionnel, attaché à la qualité de ses produits et à son pays.**

Constructeur et créatif certes, mais avec patience et persévérance : Christophe Coquard n'est pas un fonceur... Mais, pourtant, ce jeune négociant ( 37 ans) n'a pas froid aux yeux. En 2004, en effet, alors que le mot « crise » est en passe de devenir synonyme de vin -, après son départ d'une maison de négoce implantée dans le Beaujolais, Christophe décide de créer son entreprise de négoce en vins. « Au début, j'ai commencé sur la table de la cuisine. En mars

2004, j'ai rédigé mon premier business plan puis convoqué toute la famille ». Une famille de... vigneron, très soudée, sous la protection de laquelle Christophe a appris à travailler et à aimer le vin. « J'ai passé mon enfance ici, dans cette maison où j'ai installé mon entreprise ; c'était la maison de ma grand-mère. C'était aussi le cuvage dans lequel on vinifiait nos 11 hectares de vignes. Quoi que je fasse, où que je sois, j'ai toujours pris mes vacances pendant les vendanges pour m'occuper des vinifications ».

L'aval familial n'est pas long à obtenir. Le projet peut alors quitter le papier et commencer à se concrétiser.

« Dans les semaines qui ont suivi, j'ai fait un stage en création d'entreprise et démarré ma tournée des banquiers. Première douche froide : sur 6 banques, j'ai essuyé 4 refus. Quand j'arrivais en présentant mon projet de création d'une entreprise dans le secteur du vin, les banquiers toussaient ! ». Persévérant,

Christophe Coquard ne se décourage pas et finit par trouver des partenaires. Tandis qu'il avance dans son travail avec une agence de graphistes.

Car c'est là l'un des axes importants de cette toute jeune entreprise : le marketing de la gamme. Pas question de commercialiser des vins sans philosophie et sans un état d'esprit auquel Christophe tient par-dessus tout. « Mon idée n'était pas seulement de devenir négociant en vins, mais de créer une véritable maison de tradition dans le sens le plus noble du terme. Ici, tout tourne autour de la maison : je suis installé dans la maison familiale, la qualité de mes vins doit constituer un repère, et j'ai choisi une identité visuelle forte, sur le thème de la maison ».

### **30 000 € pour les maisons**

Associé à une agence de graphisme lyonnaise, Christophe Coquard donne carte blanche aux artistes pour réaliser une œuvre originale par appellation, exprimant la typicité du vin, qui constituera l'étiquette de chacun de ses produits. Un budget de 30 000 € est consacré à la création. De petites sculptures, parfois éphémères, et des peintures voient le jour. L'une porte le nom de chiroubles, l'autre est un saint-amour ou un brouilly. Elles sont photographiées ou reproduites pour les étiquettes et constituent un ensemble novateur, très reconnaissable, et intéressant. « Chaque image a son explication. Pour les morgons, par exemple, le dégradé de rouge correspond à la couleur des sols et à la couleur des vins. Tout ça n'est pas seulement esthétique. C'est aussi l'expression de ce qu'il y a dans la bouteille ». Destinés à la grande distribution – avec laquelle il a beaucoup travaillé avant de créer son entreprise –, les vins « Coquard » sont très vite repérés par les dégustateurs professionnels et remportent de jolis succès d'estime. Côté vente, de premiers jalons sont

### **Maison Coquard**

#### **Le Boitier**

**69620 Theizé**

**Tel : 04 74 71 11 59**

**[christophe.coquard@maison-coquard.com](mailto:christophe.coquard@maison-coquard.com)**

**[www.maison-coquard.com](http://www.maison-coquard.com)**

posés (60 000 bouteilles commercialisées en 2005).

« Construire est un travail que l'on fait petit à petit. Je suis persévérant et prudent. Jusqu'à ce jour, mon ordre de marche est bien respecté. Je continue. Et je n'ai vraiment aucun regret, même si le pari est risqué ».

### **Vinifier sur tous les continents**

Pas de nostalgie en effet, lorsque Christophe évoque sa « vie d'avant », lorsqu'il n'était pas encore à la tête d'une petite entreprise. « Quand j'étais jeune, mon objectif était de vinifier sur 3 continents avant l'âge de 30 ans. Je l'ai fait, en Californie, en Nouvelle Zélande et en Afrique du Sud. J'ai aussi travaillé 3 ans pour un importateur, à Londres, avant de prendre la direction commerciale d'entreprises françaises. Aujourd'hui, je ne pourrais pas vivre ailleurs qu'ici, dans le Beaujolais ». Très attaché aux coteaux du vignoble qu'il connaît par cœur pour les avoir sillonnés en VTT, Christophe poursuit sa construction, pas à pas. Nouveauté, début 2006 : la reprise de la célèbre marque de Beaujolais « Clochemerle », aux termes d'un contrat signé avec les héritiers de l'écrivain Gabriel Chevallier, pour les appellations beaujolais et beaujolais-villages, et le lancement, sous cette marque, d'un vin avec bouchage à vis. Une belle palette de produits – puisqu'existent aussi des vins de domaines travaillés de manière spécifique – que le jeune négociant se bat pour commercialiser, dans un univers très concurrentiel.

Son rêve ? « Entendre dire, dans quelques années, qu'il y a une jolie petite maison de négoce, à Theizé. Un type un peu fou au début qui avait démarré avec ses petites maisons sur ses étiquettes et qui a fini par prouver qu'avec de la qualité et des idées, on arrive à ses fins ». Et pourquoi pas ?