

TRÈS BEAUJOLAIS

« Des terroirs, un seul territoire »



Le président du Cluster Beaujolais Jean-Baptiste Maisonneuve (2^e à g.), lors de l'apéro trèsBeaujolais du 16 décembre dernier, chez Bobosse, à Saint-Jean d'Ardières.

Alors que la marque territoriale « trèsBeaujolais » a soufflé sa première bougie, Le Nouveau est allé à la rencontre du président du Cluster Beaujolais, Jean-Baptiste Maisonneuve, pour un point d'étape et une mise en perspective. L'année 2016 s'annonce riche ! Détails.

Il a le Beaujolais chevillé au cœur. Et il n'est pas le seul ! « Depuis que nous avons lancé la marque trèsBeaujolais, ce sont plus de cent supporters qui ont rejoint le mouvement », détaille Jean-Baptiste Maisonneuve. Le président du groupe éponyme, fleuron de l'entrepreneuriat local spécialisé dans le transport de voyageurs, roule décidément pour son territoire !

« Derrière cette marque, c'est une synergie qui se met en place entre tous les acteurs locaux, entrepreneurs, associatifs, culturels, viticoles, vinicoles, touristiques... » Une volonté institutionnelle commune (CCI, InterBeaujolais, Destination Beaujolais, Syndicat Mixte du Pays Beaujolais), portée par le Cluster Beaujolais, autour d'un outil de promotion et de développement économique du territoire. « Nous nous sommes inspirés de nos voisins, et notamment de ce qui a été fait en Suisse avec la marque Valais Excellence. » La marque « trèsBeaujolais » et son logo voient le jour en avril 2015 et leur utilisation fait l'objet d'un cahier des charges précis pour les affiliés : une implantation territoriale, une appropriation du

Beaujolais dans leur communication, une production locale valorisante (produits ou services) et qualitative, la prise en compte et la considération des problématiques environnementales au sens large (développement durable, social, écologique...). « Nous ne parlons pas ici d'une énième coquetterie marketing, mais d'un vrai outil de visibilité et d'un label pour le Beaujolais », rappelle Jean-Baptiste Maisonneuve.

Le Marathon « trèsBeaujolais » dès 2016 !

Le parrainage de Bernard Pivot a valeur d'imprimatur et « trèsBeaujolais » se dévoile lors d'une soirée inaugurale aux Châteaux des Ravatys, à Saint-Lager le 9 avril 2015. Bruno Mallet (vice-président d'InterBeaujolais), Philippe Lacondemine (président de la Cave coopérative de Quincié), Jean-Marc Devanne (Cabinet CoManaging), les élus locaux autour du sous-préfet Stéphane Guyon, le projet est unanimement accueilli. La mise en place d'un apéritif trimestriel permet d'élargir le nombre des supporters, sous un format calibré pour le territoire. « Il faut que le Beaujolais reste cette

terre qui a toujours représenté la gaieté », glissait fort à propos Bernard Pivot dans son propos liminaire, diffusé en vidéo lors de la soirée de lancement. « C'est pour cela que nous souhaitons que l'initiative émane du local plutôt que de développer des réseaux d'ambassadeurs hors sol, par exemple », insiste Jean-Baptiste Maisonneuve. En 2016, la marque « trèsBeaujolais » prendra les couleurs du Marathon International du Beaujolais. La baseline de l'événement – le marathon sans modération – sera remplacée par cette formule : le marathon trèsBeaujolais. Quand on sait que la course attire 12 500 runners et plus de 50 nationalités, c'est une exposition à nulle autre pareille que s'offrira le marqueur territorial. Soutien du festival Beaujolais en Scènes et en Musique proposé par Chantal Pégaz, acteur majeur de la labellisation Géopark du territoire par l'Unesco, la marque « trèsBeaujolais » va également déployer des panneaux reprenant son logo à l'entrée des villages. Avec deux objectifs majeurs en 2016 : donner plus de visibilité au Beaujolais vert et atteindre le nombre de 150 supporters. ●



© caméras rouges, pour la page