



Tour du monde des vignes et des vins

PASSIONNÉS DE VIN - DELPHINE A TRAVAILLÉ POUR UN GROUPE VITICOLE DANS LE BORDELAIS - **DELPHINE ET CHRISTOPHE DEROUET** ONT SILLONNÉ LA PLANÈTE DU VIN PENDANT UNE PETITE DÉCENNIE.

DE LEUR DERNIER PÉRIPLE, ILS RAPPORTENT DES CARNETS DE VOYAGES VINIQUES ET UNE CONVICTION PROFONDE : L'OENOTOURISME, ET LA VITICULTURE ELLE-MÊME, AURAIENT À GAGNER À S'INSPIRER DES TECHNIQUES COMMERCIALES MISES EN OEUVRE DANS LES VIGNOBLES DU NOUVEAU MONDE.

- Après ce voyage, et la visite de 194 domaines, avez-vous changé de regard sur les vins du Nouveau Monde ?

Il nous semble aujourd'hui que la vision que l'on peut avoir des Vins du Monde depuis la France paraît réduite. Et c'est bien normal puisque les ventes de vins étrangers représentent 2 % du chiffre d'affaires du marché... On importe essentiellement des vins industriels. Tout le monde connaît le sauvignon blanc de Marlborough. Mais que ce soit en Nouvelle Zélande, en Afrique du Sud, ou même dans la Napa Valley, on a découvert des vins d'une extraordinaire diversité, des chardonnays pas boisés, et nombre de structures familiales avec des gens qui font vraiment attention à la notion de terroir, qui cultivent parfois en biodynamie...

- Vous avez également découvert des vignobles tout à fait improbables...

En Bolivie, on a découvert le vignoble de la vallée de la Concepcion perchée à 2 800 mètres... Incroyable, quand on sait qu'au-delà de 1 000 m d'altitude on commence à dire qu'il est difficile de faire donner la vigne. Et puis en Thaïlande, il y a des vignobles flottants, tenus par un Français. Il y cultive des cépages locaux qui donnent, c'est vrai, des vins beaucoup plus sur le fruit que dans la concentration.

- Vous avez aussi ramené de ce voyage la conviction que l'oenotourisme a de beaux jours devant lui en France.

Avec les visites de caves, vous êtes en Alsace, et aussi en Champagne, à la pointe. Nous avons rapporté quelques idées que nous comptons partager en France.

- En créant une agence de développement marketing ?

On peut conserver notre savoir-faire et nos traditions tout en nous inspirant, en terme de communication et de marketing de ce qui se fait ailleurs. Mais attention, nous ne sommes pas des défenseurs du monocépage : les plus beaux vins, les icônes du Nouveau Monde sont des vins d'assemblage.