

2009 : Année à très grands problèmes

Sans entrer dans les détails des désastres bancaires, on est bien obligé de prévoir une évolution dramatique pour l'économie mondiale. Le monde du vin sera aussi touché, bien sûr.

Nous allons tous avoir des surprises imprévues et de graves problèmes – nous devons prévoir une récession sévère et d'une durée imprévisible.

Essayons de voir ce qui est positif dans la commercialisation de nos vins d'Alsace.

- Nous avons le meilleur rapport qualité-prix par rapport à nos concurrents directs.
- Nous offrons une gamme inégalée et variée de vins adaptés à toutes les gastronomies mondiales.
- Nous ne produisons pas de vins spéculatifs et surtout, nous avons en cave deux très beaux millésimes : 2007 et 2008. (ce qui n'est pas le cas des autres régions viticoles françaises) C'est un avantage rare dans le contexte de concurrence exacerbée. Il est plus facile de vendre de bons vins !

Je me permets d'ajouter quelques remarques plus générales. Nous sommes, tous les viticulteurs alsaciens dans le même bateau, qu'on se le dise.

Soyons donc conscients de nos forces et surtout travaillons ensemble, sans sectarisme.

Existent en Alsace des viticulteurs ayant de différentes approches dans la conception de leur production :

des viticulteurs biodynamiques

des viticulteurs bio

des viticulteurs qui vont vers le bio

des viticulteurs dits « conventionnels », tous professionnels et efficaces, et qui produisent d'excellents vins.

Que chacun reste sur ses positions qu'il juge excellentes, mais cessons d'exclure ceux qui sont d'un autre avis.

Travaillons ensemble en respectant les différentes manières de produire du vin ; l'essentiel est qu'il soit bon, qu'il plaise au client et qu'il se vende bien, notre vin d'Alsace.

Jean HUGEL
(millésime 1924)