

TENDANCE 9 : Des vins jeunes dans l'air du temps à déguster l'esprit libre

Alors que dans leur majorité, les aînés passent d'une consommation régulière à une consommation occasionnelle, les plus jeunes restent souvent dubitatifs à l'univers du vin. Des études internationales montrent cependant que l'attitude de ces derniers face aux produits est très positive (Revue vinicole Internationale Juin 2005). Avec un concept innovant, **Tendance 9** part à la conquête des nouvelles générations et d'un public féminin dynamique.

Les enquêtes confirment un phénomène de société aisément observable par chacun : toutes classes d'âges confondues, la consommation régulière du vin régresse. En revanche, on assiste à une substitution des consommateurs réguliers par un nombre accru de consommateurs occasionnels.

En grignotant une salade ou un sandwich entre boulot, courses et fitness, on prend une eau minérale ou un soda, ou alors, pour garder la forme, une boisson multivitaminée ou enrichie en protéines. Néanmoins chez les plus de 30 ans, le vin trouve encore fréquemment sa place lors des repas festifs entre amis ou au restaurant, soit en dehors du cadre quotidien.

Questions de goût, de prix, de codes de vie

Si l'on veut explorer des pistes nouvelles, il faut aller au-delà des stéréotypes de buveurs de coca et mangeurs de Mc Do. Il faut s'interroger sur les freins qui peuvent expliquer l'attitude des jeunes envers le vin. Le prix peut constituer un handicap. Les usages du vin, la multitude des appellations, un langage ésotérique sont également autant d'obstacles. Imaginer qu'il suffit d'un habillage new look pour faire jeune et gagner la bataille serait un peu léger. C'est donc dans les moments festifs de leur vie sociale qu'il faut s'insérer.

C'est en partant d'une analyse très attentive de ces multiples observations et pour répondre à une demande de vins plus légers et dans l'air du temps qu'est né le concept de **Tendance 9**, dont l'objectif est d'offrir aux jeunes et à un public féminin un certain type de vin en phase avec leurs modes de vie, afin de les amener progressivement à se familiariser avec l'univers du vin, ses bienfaits et ses riches plaisirs sensoriels.



En blanc ou en rosé, Tendance 9 s'invite à tous les moments cool.

L'accent est mis sur un vin à faible degré alcoolique, soit 9 % vol., mis en vedette par le conditionnement. Tant en blanc qu'en rosé, les vins sont issus de vendanges précoces ayant atteint leur maturité aromatique et capable d'apporter une acidité bienvenue qui contribue à l'équilibre général du vin en lui conférant fraîcheur et nervosité. Une température régulée à quelque 19°C durant la fermentation exerce une influence favorable sur l'intensité du fruit et ses substances aromatiques. Lorsque la fermentation a généré 9% vol. d'alcool, on stoppe l'activité des levures par un passage à froid. Il faut insister sur le caractère traditionnel de l'élaboration de ces vins.

Une petite soif après le cinéma, un repas sushis entre amis, un petit verre dans un bar branché ? Tendance 9 est au rendez-vous ! Voilà la boisson idéale pour se requinquer sans avoir la tête comme une pastèque ! Pétillant, un brin affriolant, riche en arômes et rond dans ses saveurs, Tendance 9 a vraiment tout pour plaire aux jeunes et à un public féminin.

Pour plus d'informations:

Madame Valérie Crittin, Conception & Marketing Schenk SA
Tel. 021 822 02 02 / valerie.crittin@schenk-wine.ch
www.tendance9.com