

ENTREPRISES Schenk SA

# Vin très tendance



Il peint en or pâle ou en rose les «happy hours» conviviales, il pétille à peine, il est léger, jeune, fruité, élégant sans maniérisme. Sur le marché des nouveaux vins destinés à relancer une consommation défaillante, la cave Jolimont du groupe rollois Schenk inscrit «Tendance 9» dans l'air du temps

André Fuchs,  
directeur à la  
maison Schenk,  
présente le vin  
«Tendance 9»  
à faible degré  
alcoolique.

Olivier Bonn

Il n'appartient pas à la cohorte des inconditionnels du soda, des alco-pops et du big Mac, pas davantage à celle des experts ès vins au langage et aux goûts plombés par la tradition. Curieux, versatile, éclectique, disponible, le nouvel adulte, explorateur permanent de pistes insolites, passe sans états d'âme des sushis aux tapas, du boulot au fitness, du beach-volley à la nuit en boîte branchée. La convivialité sans cravate est sa seconde peau. Au fond du verre qu'il partage, il ne cherche pas l'oubli mais le reflet de sa personnalité. Avec l'arrivée en marché du premier vin «allégé» indigène, disponible en version blanche ou rosée, «Tendance 9» fait très tendance.

Qu'est-ce qu'on se boit? Entre bibines indéfinissables, jus survitaminés et alcools forts ravageurs, une place restait à prendre. D'une année de réflexion, d'observation du marché et de prise de température de l'air du temps est né à Rolle (VD) le

projet d'offrir aux jeunes adultes un type de vin en phase avec leur mode de vie. Léger, fruité, joyeux, sans bas instincts ni hautes prétentions, financièrement accessible aux petits budgets, sans incidence rédhitoire sur la sveltesse, la santé ou la performance. Un petit vin new-look dedans-dehors, qui séduise l'œil, requinque les neurones et mette en joie les papilles, à partager à toute heure et en toutes circonstances.

Mais pas question d'en faire «une petite chose rikiki proche du sirop» réservée au sexe faible, aux gringalets et aux demi-portions, insiste André Fuchs, directeur de Schenk. Pas question non plus de

créer un produit aïlbi destiné aux boit-sans-soif, dont la faible teneur en alcool (9% vol.) retarde le franchissement du fatidique seuil du 0,5%. Autre temps, autres mœurs, autre approche: Tendance 9, qui n'est «pas vraiment destiné à accompagner un repas gastronomique», aborde sans ronds-de-jambe, sans emphase, sans complexe, mais avec l'accent british, une nouvelle génération de consommateurs que dans un bus londonien à deux étages sillonnant la Suisse, des hôtesse sexy and trendy invitent à «se familiariser avec l'univers du vin fresh and tasty».

Marie Dougoud

## Carte d'identité

Première édition tirée à 50 000 bouteilles, «Tendance 9» est un vin à faible teneur en alcool (9% vol.), issu de vendanges indigènes légèrement précoces dont le fruit a atteint sa maturité aromatique optimale mais conservé un degré d'acidité suffisant pour garantir au produit fini fraîcheur et nervosité. En cours de fermentation à température constante (19 degrés), précise son œnologue Alain Gruau, le blocage des levures par le froid intervient lorsque le futur vin atteint 9,5% vol. d'alcool. La fermentation malolactique est réservée au rosé, le blanc en est privé.

«Tendance 9» est issu d'un mariage de riesling x sylvaner (80%) et de pinot blanc (20%) en version blanche, de pur gamay en version rosée. Pour souligner discrètement l'impression de légèreté et leur caractère festif, tous deux bénéficient d'une légère adjonction de gaz carbonique avant d'être logés en bouteilles transparentes de 75 cl, de forme et d'étiquette très épurées. Prix de vente conseillé: à partir de 10 fr. la bouteille.

M. D.

## + d'infos

Schenk SA,  
place de la Gare 7,  
1180 Rolle (VD).  
Tél. 021 822 02 02,  
fax 021 822 03 03.  
E-mail: schenk@schenk-wine.ch  
www.schenk-wine.ch  
www.tendance9.com