

A la conquête des palais féminins

Une grande maison viticole de La Côte veut damer le pion aux alcopops en offrant une alternative naturelle aux limonades alcoolisées.

«Tendance 9» dans ses versions rosé et blanc sera-t-il la nouvelle boisson des jeunes Helvètes? La maison Schenk, à Rolle, l'espère et elle met le paquet. Le 9 mai, elle présentait ses dernières créations: deux vins alcoolisés à 9°, entièrement naturels. Jusqu'au 20 mai, un bus londonien animé par une nuée d'hôtesse sillonne la Suisse pour faire connaître le breuvage. Ambition: damer le pion aux alcopops, ces limonades très sucrées additionnées d'alcool fort. Autres objectifs: séduire un public féminin, encourager la consommation hors des repas et contrer autant que faire se peut le frein engendré par la législation de plus en plus restrictive en matière d'alcool au volant. Le «Tendance 9» blanc est composé de 80% de riesling-sylvaner et de 20% de pinot blanc. Le rosé est un 100% gamay.

Tandis que le blanc est frais et souple avec une note légèrement acidulée, le rosé affiche un bouquet fruité et floral aux notes de jasmin et de mandarine. Ces deux vins ont été élaborés à partir d'une vendange qui a atteint sa maturité aromatique. Fer-

mentation bloquée à 9,5%, un petit soupçon de gaz carbonique et hop, le tour est joué. Voici deux vins frais et pétillants à déguster glacés hors des repas ou à 11° en mangeant.

«SI TENDANCE 9 PLAÎT, C'EST L'ESSENTIEL!»

Myriam Praz-Broggi, fondatrice du Club des femmes et du vin, n'est pas fermée à ce type de produits, même si elle considère réducteur de les destiner à un public jeune et féminin. «Le palais des femmes est tout aussi expert et aiguisé que celui des hommes. Il faut prendre ces vins pour des boissons désaltérantes sans masturbation intellectuelle ni prétention aucune.» Myriam Broggi est d'ailleurs en train de terminer un ouvrage à paraître chez Favre destiné à tordre le cou aux idées reçues en matière de dégustation. Remettre l'église au milieu du village, redonner au goût la place essentielle qui lui revient. «Si ce Tendance 9 plaît par son goût, c'est l'essentiel! Le vin le plus consommé dans le monde est le Mateus, un rosé portugais faiblement alcoolisé, pétillant et très abordable.» Celle qui fut meilleur sommelier de Suisse 1987 et 3e meilleur sommelier d'Europe 1994 est convaincue que les maisons de vin n'ont pas le choix. La surproduction mondiale oblige à trouver de nouveaux marchés. La maison Schenk, qui a raison d'affirmer haut et fort que la croissance future du marché du vin dépend des jeunes, part à leur rencontre.

