MARKETING DU VIN

Le rosé séduit de plus en plus

Vin à l'histoire millénaire, longtemps éclipsé par le rouge et le blanc, le rosé retrouve depuis quelques années toutes ses couleurs. Son goût fruité donne de l'éclat à l'été et les consommateurs en sont de plus en plus friands.

Considéré encore il y a peu comme un vin secondaire et sans grand intérêt par certains puristes, le vin rosé s'inscrit pourtant dans une histoire remontant à la nuit des temps viticoles. Les vinificateurs de l'Antiquité ignoraient les techniques actuelles de macération. Le vin était alors foulé ou pressé directement. Ils vinifiaient du moût fermenté après extraction du jus pour obtenir une sorte de vin à la couleur pâle. Les représentations anciennes attestent de la pratique de cette vinification en rosé, en Egypte, en Grèce ou à Rome. La connaissance du vin va se répandre au fil des siècles et des invasions. La culture de la vigne passe de l'Egypte à Marseille grâce aux Phocéens, au VII[e] siècle avant J.-C. Puis les légions romaines et l'Eglise contribuent au développement du «clairet», ce vin de couleur saumon clair apprécié pour sa vivacité et sa fraîcheur partout en Europe.

Pas de mélange blanc-rouge

Le terme «vin rosé» n'est, lui, apparu qu'en 1682, désignant des vins clairs d'un vignoble français situé à Argenteuil. A la fin du XVII[e], la demande tend cependant à s'oriente r vers des vins plus colorés et plus «nourrissants».

Avec l'évolution des techniques de vinification et des équipements, et la demande croissante des consommateurs, la production de vin rouge prend progressivement le dessus. Au début du XX[e] siècle, le vin rosé représente moins de 10%. Depuis une vingtaine d'années, sa consommation repart à la hausse au niveau mondial.

A l'exception du Champagne, le rosé n'est pas le fruit d'un mélange de vin rouge et de vin blanc, mais bien d'un vin élaboré avec des raisins rouges. En Suisse, il est principalement issu des cépages gamay ou pinot noir, obtenu par pressurage direct, après une courte macération. La durée du processus agit directement sur la couleur, qui peut donc varier de l'orangé léger au rose vif. La couleur est particulièrement importante puisqu'elle constitue un facteur décisionnel dans l'acte d'achat. Le défi pour le vinificateur est d'obtenir un vin rosé à la fois équilibré et fruité, d'une couleur maîtrisée et d'être régulier d'un millésime à l'autre.

Consommation en hausse

Dans nos contrées, la situation du début du XX[e] siècle, avec un cépage chasselas majoritaire et une part négligeable pour le rouge, est troublée par la météo des années 1930. Ces dernières marquent l'apparition du rosé dans les caves de Romandie. «Juste avant la Deuxième Guerre mondiale, les années furent froides», raconte Thierry Grosjean, propriétaire du Château d'Auvernier qui produit l'emblématique œil-de-perdrix du même nom. «Il fallait presser assez rapidement du pinot noir pour assurer la production de vin.» La technique donne naissance à l'un des désormais plus célèbres vins rosés suisses, l'œil-de-perdrix. Le style de la bouteille d'Aloys Grosjean, le grand-père, ainsi que les productions d'Albert Porret, à Cortaillod, et d'Ernest de Montmollin, à Auvernier, ont assis la réputation de ce rosé qui s'impose sur les tables neuchâteloises, pour prendre son véritable envol à la fin des années 1950. Il se développe ensuite en Valais, dans le canton de Vaud et à Genève durant la deuxième moitié du XX[e] siècle.

SP

Le vin rosé est élaboré à partir de raisins rouges tels le gamay et le pinot noir.

SP

La Château d'Auvernier, berceau de l'emblématique œil-de-perdrix neuchâtelois.

Les rosés helvétiques se targuent aujourd'hui de figurer parmi les meilleurs au monde. Les consommateurs romands ou alémaniques ne s'y trompent pas, puisque près d'une bouteille de rosé achetée sur deux est suisse. De 2007 à 2011, sa consommation a bondi de 24% et elle devrait à nouveau progresser de plus de 8% entre 2012 et 2016. Suivant cette évolution, le Château d'Auvernier a doublé sa production d'œil-de-perdrix sur les 35 dernières années, représentant 40% de sa production totale. En Suisse alémanique, le rosé est un produit de niche, qui a un succès grandissant par effet de mode. A l'international, l'œil-de-perdrix séduit aussi bien les Allemands que les Hollandais et les Américains. Attachés à leur terroir, la génération des 18-30 ans, en Suisse romande, plébiscite le rosé, au détriment du vin blanc. Pour preuve, lors des fêtes des vendanges à Neuchâtel, il y a vingt ans, il se vendait une bouteille de rosé pour deux de blanc. La proportion s'est aujourd'hui inversée. En Europe, comme ailleurs, le rosé fait l'objet d'un engouement certain. Ainsi, en France, premier producteur mondial de vins rosés, cette couleur est même devenue depuis 1990 la plus appréciée après le rouge. En 2013, elle dépasse les 30% de la consommation hexagonale.

Adapté en toutes circonstances

La force du rosé est d'être un vin polyvalent. De nos jours plus complexe, il est servi en apéritif et accompagne tout aussi bien les repas d'été que d'hiver, avec son côté convivial et fruité qui plaît aux femmes comme aux hommes. Il ravit autant les amateurs de poisson ou de fruits de mer que les amateurs de viande. «C'est le rosé qui accompagne le mieux les cuisines asiatiques», affirme Thierry Grosjean. «Il supportera un plat trop relevé, et, si le plat n'est pas assez épicé, il le renforcera.» Toutes ces caractéristiques contribuent à son succès. Avec sa qualité de production et l'engouement des consommateurs, le vin rosé helvétique a de beaux jours devant lui.

RELAISDUVIN.COM