

LEADERS

LES ACTEURS DE L'ÉCONOMIE EN SUISSE ET AILLEURS

«Le rosé était une catégorie sous-exploitée»

PAR CATHERINE NIVEZ L'un des grands producteurs français a choisi Genève pour lancer ses flacons au niveau mondial.



L'homme d'affaires
Sacha Lichine vise
surtout le marché
américain.

PHOTOS: DR

Pour les femmes et les hommes

Cette vision est partagée par le couple franco-suisse Gutowski, également basé à Genève. Leur rosé de Provence fête cette année son 4^e millésime. «Nous ne sommes pas au même stade de développement que M. Lichine», déclare d'entrée Aline Gutowski, dont le rosé a été baptisé M-G pour Maison Gutowski. Avec 60 000 bouteilles de M-G produites en 2019 et vendues autour de 20 francs,

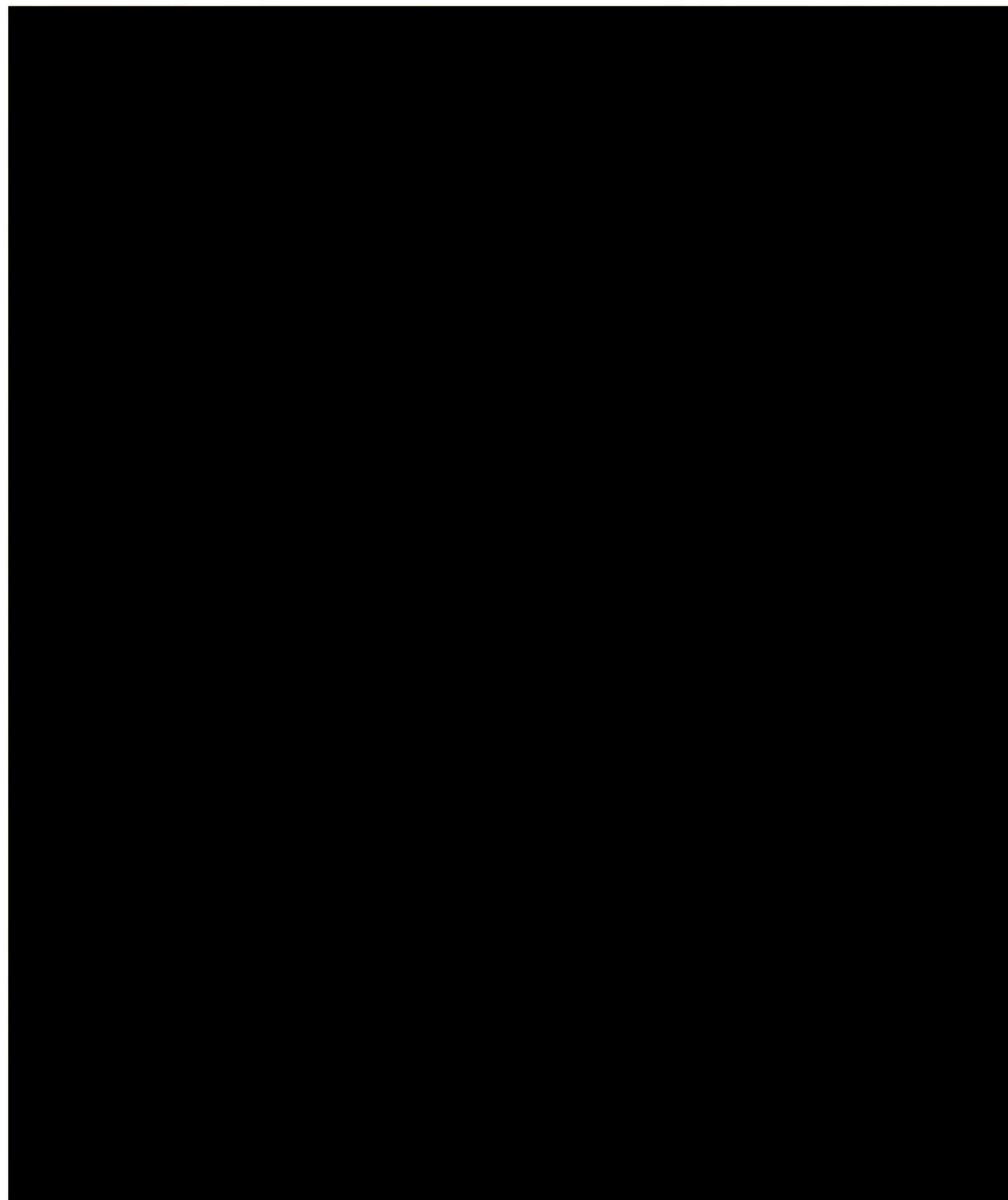


La Franco-Suisse
Aline Gutowski
produit avec son mari
du rosé de Provence.

l'échelle n'est pas la même, mais l'objectif est commun: faire monter en gamme le rosé, redorer le blason de ce «petit» vin pour en faire l'égal d'un bon blanc, susceptible d'être servi en terrasse comme sur de grandes tables. «Nous travaillons sur les deux créneaux: le côté festif des terrasses et bistros comme les restaurants gastronomiques. Je remarque d'ailleurs que si les femmes consomment beaucoup notre rosé, ce sont les hommes qui restent nos principaux acheteurs», observe Aline Gutowski.

Le Caveau de Bacchus, caviste présent à Gstaad, Gland et Genève, référence chaque année une quinzaine de rosés, en majorité français. «Quand on dit rosé, on pense surtout Provence», commente le responsable des achats Jean-Marc Guelpa. «Dès qu'il fait chaud, huit bouteilles sur dix que nous vendons sont des rosés.»

Une saisonnalité qui pourrait bientôt disparaître sous l'influence des techniques de vinification très maîtrisées. Les rosés grignotent des parts de marché aux champagnes. On en boit désormais toute l'année, sur les plages en été comme à l'après-ski dans les stations de sports d'hiver à Verbier ou Crans-Montana. Du rosé toute l'année, dans le monde entier et à n'importe quel moment de la journée. Les Américains ont même inventé une expression pour illustrer cette tendance: «Rosé all day.» Traduisez: «Rosé toute la journée!» Et les prix continuent de grimper: en Languedoc, le Clos du Temple, nouveau rosé cultivé en biodynamie et cultivé à la main, est proposé dès son premier millésime à 190 euros la bouteille! Qui dit mieux? ■



PHOTOS: OLIVIA DE QUATREBARBES, EVENING STANDARD, DR