

Horeca
1634 La Roche
026 565 22 73
www.mediaffair.ch

Genre de média: Médias imprimés
Type de média: Presse spécialisée
Tirage: 6'700
Parution: 4x/année

N° de thème: 844.003
N° d'abonnement: 844003
Page: 19
Surface: 36'001 mm²

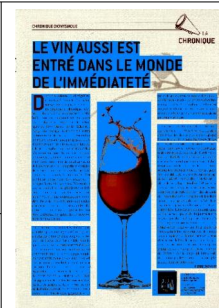
LE VIN AUSSI EST ENTRÉ DANS LE MONDE DE L'IMMÉDIATÉTÉ

Dans ces colonnes, j'ai régulièrement traité de sujets d'actualités concernant la Vigne et le Vin. Le réchauffement climatique n'est pas le plus anodin et certainement le plus brûlant comme le démontrent cette année les inondations en Angleterre, de la Bretagne au Pays Basque, de la Galice aux rivages du Portugal. L'érosion des terres, l'effondrement des habitations dessinent de nouveaux contours aux paysages au cours d'un hiver doux, trop doux. A cet effet d'accélération des phénomènes climatiques déjà très anxiogène pour chacun, vient s'inviter un nouveau convive: l'immédiateté. Tout ou presque tout et tout de suite! Le vin, né de l'observation et de l'empirisme séculaires des vigneronneurs ne semble pas échapper à ces nouvelles contraintes. A peine vinifier, il est vendu car on ne veut plus stocker et on répugne à attendre ces vins. Désormais le vin, en général, se boit plus jeune et d'ailleurs comment pourrait-il en être autrement? Voué à une consommation immédiate due à de fortes demandes de marchés émergents, le vin est plus standardisé, plus consensuel pour plaire à un public de masse plus nombreux, plus généraliste et certainement moins exigeant.

L'avènement des nouvelles technologies contribue pour une large part à cet oppresseur facteur d'immédiateté ou plus précisément de l'usage que l'on en fait. Pour les quadragénaires et les autres oenophiles plus âgés, les nouveaux médias sont un support

additionnel, un outil technologique supplémentaire mais en aucun cas une fin en soi. Ces personnes possèdent une culture, une mémoire du Vin qui s'est construite par accumulation de lectures, de dégustations, de confrontations et surtout un regard rétrospectif sur les textes des Anciens. Avec les jeunes adultes et les adolescents, que Alain Finkielkraut défini et nomme sous le vocable de «l'adolescent goguenard», on parle de générations en terme d'évolution de téléphones tactiles, de tablettes, d'ordinateurs portables. Pour la plupart, le livre est ringard et Wikipédia offre le vernis minimum de culture générale à condition de ne pas gratter trop fort.

Le vin est un produit naturel, l'un des seuls ayant la vie en lui. Mais il est aussi un objet d'art, et à ce titre, il est de plus en plus jugé qu'à l'aune de son prix. A notre époque de l'image donnée, du symbole fort, le vin est un marqueur important en termes de convivialité, mais surtout de réussite sociale. Car rien n'est laissé au hasard. Les spécialistes en neurosciences démontrent que le même vin affiché à des prix variant de 1 à 20, c'est le plus cher qui stimule idéalement la partie du cerveau générant le plaisir. Cela serait vraiment dommage de s'en priver! Il faut le dire, c'est d'abord le plaisir de l'ego, du portefeuille et de l'immédiateté avant celui des sens. Le marketing et aussi certains médias écrits sont des alliés de choix de l'immédiateté. Ces journalistes du fait divers tiennent la rampe avec des articles factuels ne laissant pas la place à la réflexion, à l'analyse et



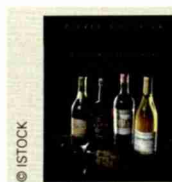
Horeca
1634 La Roche
026 565 22 73
www.mediaffair.ch

Genre de média: Médias imprimés
Type de média: Presse spécialisée
Tirage: 6'700
Parution: 4x/année

N° de thème: 844.003
N° d'abonnement: 844003
Page: 19
Surface: 36'001 mm²

à la synthèse. Leurs écrits sont d'une substance aussi éphémère que la vie du journal sur les pages duquel ils ont été imprimés. On peut dès lors comprendre que sans un socle solide de connaissances acquises au long cours, les jeunes générations resteront dans le monde un peu inquiétant de l'immédiateté. Pour Jean d'Ormesson de l'Académie française, fringant auteur et bientôt nonagénaire: «Le temps du journaliste, c'est le temps qui passe. Le temps de l'écrivain, c'est le temps qui dure». Voilà donc mon plaidoyer pour un avenir plus serein. Il faut aimer les livres.

PIERRE CHEVRIER



**Le Vin d'hier,
vins historiques
et d'exception**

Ed Slatkine
Pour recevoir le bon de
commande, contacter
pvpc@gmx.ch

