

Vin d'Alsace : Wolfberger, quarante ans d'innovations

La marque coopérative alsacienne innove tous azimuts sur le marché des vins effervescents pour séduire à la fois le grand public, les amateurs, et les jeunes consommateurs internationaux. Son but : Résister à la concurrence du cava et du prosecco et conquérir de nouveaux marchés.

Mis en ligne le : 16/12/2016 à 11:13



1976-2016, soit quarante ans d'histoire commune, d'histoire d'amour entre la marque alsacienne **Wolfberger** et les crémants.

Car si c'est en 1975 que l'INAO décide de créer l'appellation "crémants" pour remettre de l'ordre dans les "mousseux" français, de les faire monter en gamme, et de susciter l'apparition de nouveaux venus, c'est bien en 1976 que l'**Alsace** officialise son propre crémant.

Il s'agissait de donner une visibilité et une existence officielle à une production de vins effervescents vieille de plusieurs siècles.

La même année, l'union des coopératives d'Eguisheim (créée en 1902) et de Dambach-la-Ville saute sur l'occasion pour lancer sa marque **Wolfberger** à l'occasion de la naissance de ses premiers "crémants d'Alsace". Aujourd'hui, le crémant alsacien représente 50% des crémants français, et Wolfberger en est le premier producteur dans la région.

ENTRE CRÉMANT HAUT DE GAMME ET CRÉMANT PISCINE

Pour célébrer ce double-anniversaire, **Wolfberger** a donné naissance en 2016 à plusieurs nouvelles cuvées. D'abord la cuvée **Célébration 1976**, qui avec sa bouteille entièrement recouverte d'un film doré, son vieillissement de trois ans sur lattes, ses arômes fruités, et son prix plus que raisonnable (aux alentours de 9 euros), est un charmant **vin de fêtes**.

Vient ensuite la mystérieuse cuvée **#W40**, avec son double habillage. Le premier, entièrement mauve, se déshabille pour laisser la place à un enrobage réalisé à partir des commentaires des œnologues de la marque.

"Ce vin a vieilli pendant six ans sur lattes, explique Bertrand Dufour, le directeur général de Wolfberger. La météo a été assez bonne en 2009 pour qu'on n'ait pas à rajouter de sucre, il s'agit donc d'un vin effervescent non dosé."

Vendu aux alentours de 25€, ce vin complexe et subtil ferait un excellent cadeau de fin d'année, pour celles et ceux qui souhaitent sortir de la figure imposée du **champagne**.

La troisième innovation de Wolfberger en 2016 a de quoi étonner plus d'un amateur de vin, puisque la cuvée "Ice papillon", se boit avec... Des glaçons, dans un verre piscine ! "L'étiquette de la bouteille change de couleur quand la bouteille est à bonne température, explique Bertrand Dufour. Car dans le vin, l'effervescence disparaît si la bouteille n'est pas suffisamment fraîche."

CONTRER LA CAVA ET LE PROSECCO ET S'ENGAGER DANS LE BIO

Avec ces trois créations qui ont respectivement pour cible le grand public, les amateurs, et les jeunes, **Wolfberger** se veut résolument moderne et n'hésite pas à jouer avec les codes du vin. Un positionnement qui ne doit rien au hasard. "Nous avons besoin de produire de nouveaux produits décomplexés, pour séduire de nouveaux consommateurs et faire face à nos concurrents que sont les cavas et les prosecco", prévient Bertrand Dufour.

Autre axe de développement pour Wolfberger : le **bio**. Plus de 80 hectares, sont déjà en bio et l'ensemble du vignoble (soit 1 200 hectares) est certifié Agri-Confiance dans le but de réduire au maximum l'utilisation de pesticides.

"Nous produisons même du crémant bio, c'est mon meilleur produit, se félicite Bertrand Dufour. On ne veut pas pour autant imposer le bio à nos vignerons car cela doit être une démarche, une vraie volonté de leur part. Mais on les encourage." Nous aussi !

Fabien Humbert