

L'invité | *Raoul Cruchon*

Le Blues du Chasselas

Je vous parle d'un temps que les moins de 20 ans ne peuvent pas connaître.

Un bistrot vaudois, au hasard, quelque part, à 11h du matin.

Des tables pleines, des ouvriers, des patrons, le pasteur, le syndic, quelques «étrangers» (comprenez qui n'habitent pas le village), du bruit, des discussions animées, des rires, de la fumée, une sommelière qui voltige et sur les tables on ne voit que des verres de blanc et des pichets de deux, trois ou cinq décis. De onze heures à midi, l'apéro était sacré. L'occasion aussi de rencontrer celui qu'on voulait justement voir, pour lui demander quelque chose.

L'apéro à la pinte, c'était la place publique du Vaudois. Mais pas seulement, à Fribourg, au Valais, à Genève, à Neuchâtel, partout c'était le même rituel. Et puis rebelote dès 17h. Dès que se vidaient les usines et les bureaux, les bistrots se remplissaient illico, et le blanc de couler dans les verres. Des «glouglous» qui faisaient des millions et des millions de litres! Que du chasselas! Je me souviens, très jeune, d'en avoir livré 3000 litres au seul café de la Banque «Chez Germaine» à Morges et nous n'étions pas les seuls fournisseurs. La livraison terminée, Germaine offrait l'apéro et payait cash en coupures de cent francs. Ça faisait un gros paquet.

Mais voilà, quelques inventions vont avoir des effets considérables sur les comportements. L'informatique, le téléphone portable, la voiture, l'interdiction du tabac dans les lieux publics,

l'interdiction de l'alcool au travail et une société un tantinet liberticide vont casser tout ça. Terminé! À onze heures, plus un chat pour trinquer! Pas plus qu'en fin de journée, sauf dans quelques rares bars à vins où subsiste le timide reliquat d'un passé heureux dans la communion fraternelle autour d'un verre de blanc. Et puis les voyages poussent à l'exotisme, et la mondialisation c'est aussi pour les boissons. Dès lors, cocktails colorés, Spritz et bulles en tous genres ont envahi nos maisons, nos terrasses et nos fêtes. Même les vermouths qu'on croyait définitivement «has been» sont de retour. C'est ainsi, c'est la mode, c'est jeune et ça fait genre.

Du coup le Chasselas boit la tasse. Les marchés se tarissent quotidiennement un peu plus et les producteurs les plus vulnérables sont momentanément pris à la gorge. L'urgence de la situation les pousse à réagir bruyamment et, comme souvent en pareille circonstance, on revendique des aides, des protections et la solidarité des consommateurs. C'est légitime, mais cela ne changera rien.

Les aides? Passe encore, même si ce n'est pas populaire. Mais les protections par limitation des importations dépendent d'accords internationaux souvent

intouchables, tandis que les consommateurs ne vont jamais boire par pitié. Non. Le vin fait entièrement partie de leurs loisirs. Or les loisirs c'est du rêve, et le rêve c'est de l'image! Dans cette modernité, l'image constitue la clef pour tout produit de consommation. Alors quand seront passés les grognements, il sera temps de mettre de l'énergie et des moyens pour moderniser celle du Chasselas et la positionner clairement pour que ce vin légendaire redevienne la star de nos futurs apéros et moments conviviaux.

