



Vendanges dans l'île de Bali, au vignoble Hatten Wines, l'unique producteur viticole du pays. – Photo : Anne-Fleur Delaistre

« Il a un goût de saucisson, on s'approche même du jambon ! » Le virevoltant Yohan Handoyo parle avec délices d'un vin à un cercle restreint de fins connaisseurs. Dans son bar à vin, le Dimatique, qu'il a ouvert il y a quatre ans au centre-ville de Jakarta, Yohan est débordé. Depuis 2012, c'est du dernier chic d'aller au *wine bar* déguster un verre de chinon servi par un sommelier musulman.

En Indonésie, pays qui compte le plus de musulmans au monde, la consommation de rouge est en hausse de 20 % par année depuis quatre ans. « Nos clients sont surtout chrétiens, mais on voit de plus en plus de musulmans », dit le sommelier, qui n'est pas contre le fait de prendre quelques verres quand il faut déguster.

L'islam pratiqué en Indonésie est en effet ouvert. « Les quelques écarts à la règle dictée par le

Coran sont de plus en plus tolérés », dit Maryse LaRocque, directrice du marketing de [Hatten Wines](#),

producteur de vin
de l'île de Bali, le seul
du pays.

Le domaine vend bien sûr à Bali, au sud de l'archipel, qui attire annuellement près de trois millions de touristes, mais aussi depuis quelques années dans la capitale, où le marché explose. Son propriétaire — un brahmane hindou — est à la tête d'une entreprise florissante et il compte étendre ses ventes aux autres îles du pays, où une classe moyenne en expansion a elle aussi envie de profiter de ce plaisir. Car boire du vin est avant tout un signe d'appartenance à un groupe social.

Avec une croissance du PIB de 6 %, l'Indonésie fait preuve d'une santé économique étonnante. Plus de 45 millions de personnes gagnent plus de 3 600 dollars par an, et elles seront 170 millions en 2030, selon le cabinet de conseil américain McKinsley. C'est toute une classe sociale qui sort de la pauvreté, des « nouveaux riches » attirés par la découverte des pratiques occidentales : vin, café, vêtements à la mode, voitures. Les centres commerciaux poussent comme des champignons à Jakarta, et au rez-de-chaussée de chacun d'eux se trouve un bar à vin.

Un marché que les viticulteurs du monde entier ne veulent pas manquer. Comme le propriétaire du Château La Fleur-Pétrus, qui n'aurait sous aucun prétexte reporté sa première visite : « En Asie, l'avenir du marché du vin est en Indonésie », se réjouit Édouard Moueix, directeur des ventes, en présentant ses grands crus à la bourgeoisie jakartanaise, qui n'hésite pas à dépenser des sommes folles pour du vin.

« Au départ, on leur sert des vins sucrés, faciles d'accès, dit Yohan Handoyo. Puis, on éduque le palais à des produits plus complexes. » Puis, il assure : « Le vin rouge se marie bien avec la nourriture indonésienne épicée. »

L'avenir semble donc prometteur pour les producteurs du monde entier qui investissent dans le marché indonésien.

L'Indonésie craque pour le vin rouge

Écrit par Pierre Duchesneau

Vendredi, 23 Août 2013 22:15 -

Cet article [L'Indonésie craque pour le vin rouge](#) est apparu en premier sur [L'actualité](#).

Consultez la source sur Lactualite.com: [L'Indonésie craque pour le vin rouge](#)