

# Vins rosés suisses, entre vins secs et sucrés, étude de l'offre et des préférences des consommateurs

Pascale DENEULIN, Loïc SERCOMANENS, Eve DANTHE, Priscilla SIEBERT et Pierrick RÉBÉNAQUE,  
 Changins – Haute école de viticulture et œnologie, HES-SO, route de Duillier, 1260 Nyon, Suisse  
 Renseignements: Pascale Deneulin, tél. +41 22 363 40 55, e-mail: pascale.deneulin@changins.ch, www.changins.ch



## Introduction

Les volumes de vins rosés importés en Suisse sont conséquents, alors que la production nationale peine encore à se développer. Le premier article sur la thématique a montré que les consommateurs suisses ont une image globalement positive des vins rosés, en les associant à la détente et à la convivialité. Toutefois les rosés indigènes sont encore trop souvent mal connus ou considérés de qualité médiocre. L'Œil-de-perdrix semble tirer son épingle du jeu, seule dénomination suisse clairement identifiée comme un vin rosé (Deneulin & Bovat 2020). Au-delà d'une image jeune et festive, les vins rosés renvoient souvent à une image féminine, tout comme les vins effervescents ou les «blush» américains (Velikova *et al.* 2013). Ils sont principalement consommés en été; les consommateurs recherchent donc de la fraîcheur tant dans les arômes que dans la structure des vins.

Plus que pour tout autre vin, la couleur des rosés est un enjeu commercial important. Les vins rosés couvrent une très large palette allant de vins très clairs, notamment pour les rosés de Provence, à des vins plus foncés pour le Sud-Ouest de la France ou l'Espagne. Les rosés suisses se démarquent par leur couleur plus orangée que celle de beaucoup d'autres vins (Poulzagues *et al.* 2020). Cette couleur, typique de la Suisse, est appréciée et même recherchée par les consommateurs nationaux (Deneulin & Bovat 2020). Du point de vue sensoriel, les rosés de Provence ont des arômes d'agrumes, de fruits exotiques et de fleurs plus prononcés, avec de la minéralité. A l'inverse, ils sont peu marqués par les fruits rouges, les fruits mûrs ou secs, sont peu épicés et peu fumés (Coulon-Leroy *et al.* 2018). Wang *et al.* (2016) ont classifié les rosés australiens en trois grandes catégories: 1) fruité, floral, miel et pâtisserie; 2) savoureux, épicé, boisé, terreux et cuir; 3) floral, agrumes et savoureux. La perception du sucre résiduel dans les vins contraste entre professionnels et consommateurs. Si les premiers y sont souvent très sensibles, un léger sucre résiduel (6g/l environ) est globalement bien perçu par les consommateurs, car il augmente la perception fruitée des vins et l'équilibre général (Deneulin *et al.* 2019). Dans l'univers des vins rosés, le «blush américain» ou «white Zinfandel» est un vin qui contient généralement entre 30 et 40g/l de sucre et qui représentait les deux tiers des vins rosés consommés aux Etats-Unis, mais sa consommation connaît aujourd'hui une baisse importante. Les consommateurs américains se tournent de plus en plus vers des vins plus secs, à l'image des rosés de Provence (FranceAgriMer 2019). A l'inverse, les rosés du Val de Loire légèrement sucrés devançant maintenant les ventes des rosés de Provence sur le marché français (InterLoire 2020).

Cet article s'intéresse aux profils sensoriels des vins rosés suisses et présente les résultats de deux études. La première partie concerne l'analyse de la diversité sensorielle des rosés suisses disponibles sur le marché à

l'automne 2019. La seconde se focalise sur l'acceptation du sucre résiduel par les consommateurs.

### Analyse de l'offre en vins rosés suisses

## Matériel et méthodes

**Les vins:** 57 vins rosés suisses ont été collectés sur la base du volontariat des producteurs ou des offices cantonaux de promotion. Les vins étaient principalement issus du millésime 2018, sauf deux vins de 2017 et un vin de 2016. Si la plupart des cantons montrent une certaine diversité en termes de cépages, le Pinot noir reste dominant et même exclusif pour les vins rosés de Neuchâtel, tous produits sous la dénomination Œil-de-perdrix (tab. 1). La moitié des bouteilles étaient fermées par des capsules à vis et l'autre moitié avec des bouchons.

**Evaluation sensorielle:** Un profil sensoriel a été réalisé par 21 panélistes experts de Changins au cours de six séances de dégustation entre octobre et novembre 2019. Chaque séance incluait neuf ou dix vins; 30 ml de vin ont été servis à  $16 \pm 1^\circ\text{C}$  dans des verres transparents de la marque Riedel. Les vins étaient anonymisés par un code à trois chiffres et servis l'un après l'autre selon un ordre différent pour chaque panéliste. La couleur, bien que n'ayant pas été évaluée pour elle-même, pouvait influencer la perception des panélistes. Les dégustateurs ont évalué l'intensité de 14 descripteurs aromatiques et 6 descripteurs en bouche (tab. 2) sur une échelle linéaire allant de 0 (absent/court) à 10 (très intense/long).

**Analyses chimiques:** Les analyses chimiques de routine ont été réalisées à l'issue de chaque dégustation. Les acides et les sucres ont été mesurés par HPLC; les  $\text{SO}_2$  libres et totaux selon la méthode de Ripper par électrométrie sans correction. La couleur des vins a été déterminée par chromamétrie, mesure objective de la couleur telle qu'elle est perçue par l'œil humain. Cette technique fournit une définition normée de la couleur en termes de  $L^*a^*b$ .

**Résumé** ■ Un précédent article a montré que les consommateurs suisses recherchent principalement de la fraîcheur et des arômes de fruits rouges, de fleurs et d'agrumes dans les vins rosés. En bouche, ils disent préférer des vins secs ou légèrement sucrés avec une bonne acidité. Cet article détermine les profils sensoriels de 57 vins rosés suisses dégustés par le panel expert de Changins. Un peu plus de la moitié des vins apparaissent sensoriellement comme neutres et alcooleux, et seuls 36% ont été décrits par des arômes fruités intenses. La seconde partie explore l'acceptabilité de six variantes de vins rosés sucrés par 218 consommateurs. Les consommateurs apprécient l'ensemble des vins dont la teneur en sucre était comprise entre 15 et 30 g/l. Toutefois, les variantes les plus sucrées ont été jugées «trop sucrées». L'adéquation de la couleur du vin avec son taux de sucre semble importante, un rosé sucré ne devant pas être trop clair.

## Résultats et discussion

**Analyses chimiques:** Les rosés suisses sont légèrement moins acides que leurs équivalents mondiaux, avec un pH moyen de 3,54 contre 3,40 au niveau international (Poulzagues *et al.* 2020). Malgré des pH allant de 2,93 à 3,99, plus de la moitié des vins testés se situent entre 3,38 et 3,66. Comparés aux vins rosés mondiaux, les rosés suisses réalisent bien plus fréquemment leur fermentation malolactique (FML), avec ici une moyenne d'acide malique de 0,78 g/l contre un peu plus de 2 g/l au niveau mondial. Ce constat semble particulièrement vrai pour les rosés de Neuchâtel, dont un seul vin n'avait pas fait une FML complète, contrairement aux rosés valaisans (fig. 1a). Les vins de Neuchâtel ont ainsi des pH

**Tableau 1** | Répartition des 57 vins rosés en fonction des cantons viticoles et des cépages.

Cépage \ Région	Genève	Neuchâtel	Vaud	Valais	Total
Pinot Noir	4	13	8	8	33
Gamay	2	–	5	2	9
PN - Gamay	–	–	2	1	3
Merlot	–	–	1	–	1
Assemblage	1	–	4	–	5
Non spécifié	1	–	1	4	6
<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>13</b>	<b>21</b>	<b>15</b>	<b>57</b>

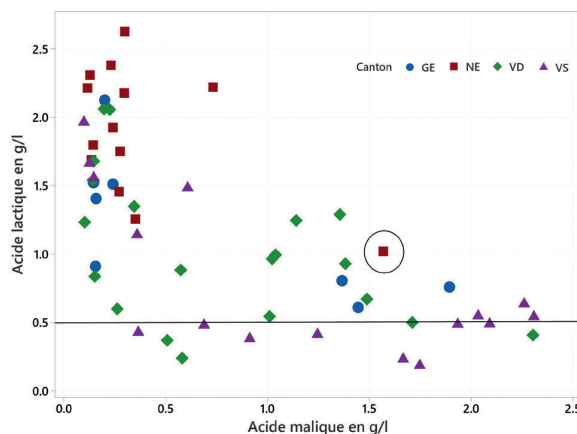
plus homogènes et significativement plus élevés, notamment par rapport à ceux de Genève ( $F_{(3,53)}=3,47$ ; p-valeur=0,022) (fig. 1b). Les vins fournis par les vigneron sont majoritairement des vins secs, avec une moyenne de 2,38 g/l de sucre résiduel et un seul vin au-delà de 10 g/l, volontairement sélectionné pour l'étude.

Concernant les niveaux de sulfites, les rosés suisses analysés se situent globalement au niveau international, avec une moyenne de 78 mg/l de SO<sub>2</sub> total (environ 90 mg/l au niveau mondial) et 32 mg/l en libre. Pour les vins testés, ceux des cantons du Valais et de Vaud présentent des valeurs de SO<sub>2</sub> total un peu plus élevées que ceux des cantons de Genève et Neuchâtel, bien que l'incertitude des mesures avec la méthode de Ripper ne nous permette pas de conclure précisément ( $F_{(3,50)}=5,59$ ; p-valeur=0,002) (fig. 1c).

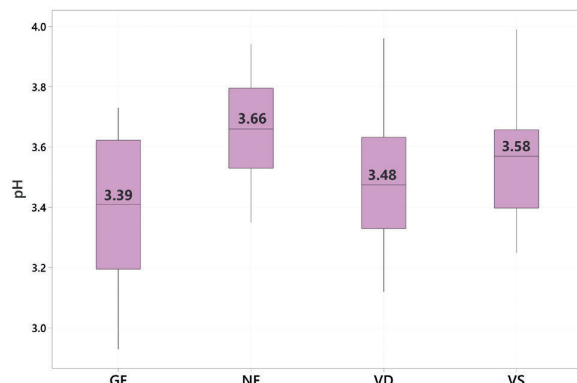
**Couleur:** La couleur des 57 rosés a été analysée avec les mesures L\*a\*b, critères basés sur la perception de la couleur par l'œil humain (Pérez-Magariño & González-Sanjosé 2003). L\* représente la luminance en pourcentage allant de 0 (noir) à 100 (blanc). Les deux autres valeurs indiquent deux gammes de couleur allant chacune de -120 à +120 et respectivement du vert au rouge pour a\* et du bleu au jaune pour b. Avec des valeurs moyennes de 89,74 pour L\*, la couleur des rosés testés est plus claire que les rosés espagnols (Sáenz Gamasa et al. 2009) et leur teinte se rapproche de celle des rosés français du Val de Loire, avec une valeur de 8,57 pour a\* (Coulon-Leroy et al. 2018). Il convient toutefois de nuancer la couleur analysée, qui paraît plus claire que la couleur perçue dans la bouteille ou dans le verre en raison du volume de vin présent. Le système L\*a\*b est particulièrement performant pour comparer les vins entre eux. Leur positionnement relatif en fonction des paramètres a\* et b montre que la plupart des vins sont relativement clairs. Du point de vue des régions, les vins de Neuchâtel semblent se distinguer, notamment par des valeurs a\* et b plus élevées, des vins un peu plus sombres et qui s'opposent aux vins de Genève un peu plus clairs (fig. 2).

**Evaluation sensorielle:** Parmi les 20 descripteurs sensoriels évalués, 17 permettent de mettre en évidence

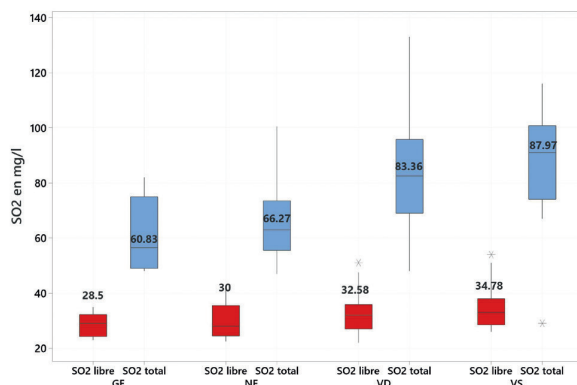
des différences significatives entre les vins à un seuil de 5%. Seuls les descripteurs «lacté, oxydation et alcool» n'ont pas permis de différencier les vins entre eux. Le positionnement global des vins en fonction de l'ensemble de leurs caractéristiques sensorielles ne permet pas d'identifier des spécificités sensorielles entre can-



a) Les concentrations en acide malique et lactique.



b) Les pH avec mention des moyennes par canton.



c) Les dosages de SO<sub>2</sub> libre et total, avec mention des moyennes par canton.

Figure 1 | Variabilité des paramètres chimiques analysés en fonction de l'origine cantonale des vins.

Tableau 2 | Liste des descripteurs évalués lors du profil sensoriel.

Descripteurs aromatiques	Descripteurs en bouche	
	Végétal	Carbonique
Intensité olfactive	Végétal	Carbonique
Baies	Epicé	Acide
Fruits du verger	Lacté	Amer
Agrumes	Champignon	Sucré
Fruits exotiques	Réduction	Alcool
Boulangerie	Oxydation	Longueur aromatique
Boisé	Complexité olfactive	—

tons, ni même entre les cépages (fig. 3). Wang *et al.* (2016) avaient déjà souligné le fait que les spécificités sensorielles des rosés ne sont pas nécessairement liées aux cépages. Dans cette étude, les techniques de vinification pourraient certainement mieux expliquer le profil sensoriel des vins.

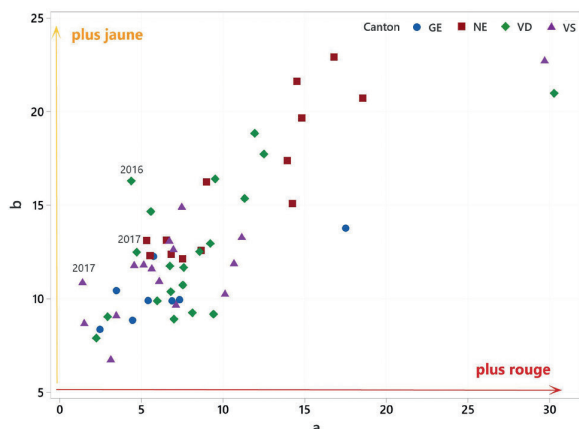
Toutefois, il est possible d'identifier trois groupes de vins aux caractéristiques sensorielles distinctes (fig. 4). Le premier groupe (G1) comprend 21 vins aux arômes fruités intenses (fruits exotiques, fruits du verger et agrumes). Ces vins peuvent se diviser en deux sous-groupes; l'un de 7 vins (G1.1) dont l'intensité olfactive globale est plus intense, et l'autre de 14 vins (G1.2) présentant une attaque carbonique en bouche. Le deuxième groupe (G2) réunit 28 vins, soit près de la moitié des vins étudiés. Ces vins sont globalement peu fruités et ont été perçus comme relativement neutres du point de vue aromatique. En bouche, la sensation alcooleuse est plus importante que dans les vins des autres groupes. Parmi ce groupe, 11 vins (G2.1) présentent également des notes de réduction. Le dernier groupe (G3) se distingue fortement des deux autres avec 8 vins au profil aromatique jugé complexe, avec des arômes de bois, de champignon ou de boulangerie/lactique. Ils se distinguent aussi fortement en bouche avec une perception carbonique en attaque, une acidité et une amertume plus importante, le tout permettant de conférer à ces vins une longueur aromatique plus persistante. Globalement, ces résultats montrent que moins de la moitié des vins rosés suisses présentent les arômes fruités et la fraîcheur recherchés par les consommateurs suisses (Deneulin & Bovat 2020). Ce résultat doit toutefois être nuancé, du fait que les vins ont été évalués environ sept mois après

leur mise en bouteille, ce qui a pu entraîner une diminution de leur fraîcheur aromatique.

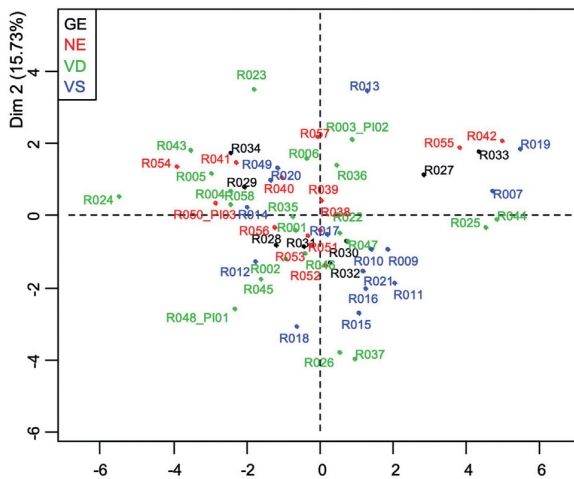
**Acceptabilité d'un rosé demi-sec par les consommateurs suisses**

**Matériel et méthodes**

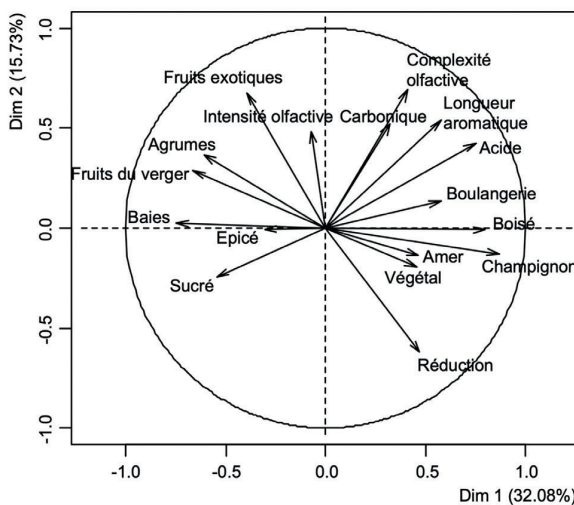
**Variétés de vins:** Six variantes de vins rosés, différentes en termes de couleur et de sucre résiduel, ont été créées spécialement pour cette étude à partir d'un même vin de base. Trois niveaux d'intensité colorante ont été testés (faible, intense, très intense), ainsi que quatre niveaux de sucre résiduel (15, 20, 25 et 30 g/l) (tab. 3).



**Figure 2 |** Positionnement relatif des 57 vins rosés en fonction des paramètres de couleur a\* et b. La couleur des points correspond aux cantons de provenance des vins.



Deux vins sont d'autant plus proches qu'ils se ressemblent. Les couleurs correspondent aux cantons de provenance des vins.



Attributs sensoriels, les flèches se dirigent du côté des vins ayant les notes les plus élevées.

**Figure 3 |** Positionnement sensoriel des vins en fonction des 17 attributs significatifs au seuil de 5%.

Préalablement aux tests consommateurs, nous nous sommes assurés que les variantes ne différaient que sur les caractéristiques sensorielles souhaitées, la sucrosité et la couleur. Le panel expert de Changins a réalisé plusieurs tests sur ces variantes. 1) Un test triangulaire a été effectué en verres INAO noirs, afin de comparer les deux variantes à 30 g/l de sucre. Les résultats ont montré que les deux variantes étaient non significativement différentes lorsque les panélistes ne voyaient pas la couleur. 2) Un classement de l'intensité colorante a été réalisé en verres INAO transparents. Le test de Friedman ( $F_{(5)}=60,2$ ; p-valeur  $<0,001$ ) montre une différence significative entre la couleur «faible» et la couleur «très intense», la couleur «intense» restant intermédiaire. Le colorant permet donc bien d'avoir trois couleurs perçues différemment par les panélistes et n'a pas d'autre impact sensoriel sur les vins. 3) Enfin, les experts ont évalué l'intensité des six variantes selon

les trois descripteurs «intensité aromatique, sucrosité et acidité» selon la méthode du profil sensoriel, en verres noirs. Seul le descripteur «sucrosité» montre des différences significatives entre les vins ( $F_{(5,60)}=6,19$ ; p-valeur  $<0,001$ ). Les variantes à 30 g/l de sucre se distinguent significativement des variantes à 15 g/l de sucre. Les deux autres taux (20 et 25 g/l) étant intermédiaires et non significativement différents des extrêmes.

**Consommateurs:** 218 consommateurs répartis en trois lieux de dégustation (Schwytz, Ecole hôtelière de Lausanne (EHL), et Changins) ont pris part à l'étude entre juillet et octobre 2018. Afin de ne pas générer trop de surprise quant à la dégustation, les consommateurs ont été préalablement informés qu'ils allaient déguster des rosés sucrés. Les consommateurs étaient pour 45% des femmes, dont une majorité de jeunes consommateurs, avec 56% de 16-29 ans, 7% de 30-44 ans, 19% de 45-59 ans et 18% de 60 ans et plus. Leur niveau de connaissance en vin était relativement faible, avec 9% se déclarant n'avoir «aucune connaissance», 41% une «connaissance basique», 30% une «connaissance moyenne», 16% une «connaissance bonne» et seulement 4% une «très bonne connaissance». La majorité d'entre eux avaient déjà dégusté un rosé moelleux avant de participer aux tests, avec plus de 90% à Schwytz, 55% à l'EHL et 60% à Changins. Si les consommateurs de Schwytz et Changins étaient majoritairement des consommateurs de vin, pour respectivement 78% et 89% d'entre eux, les consommateurs de l'EHL étaient plus variés. Pour ces derniers, le vin reste la boisson alcoolisée majoritairement consommée pour 32%, suivi des cocktails pour 30%, de la bière (25%) et des boissons distillées (12%). Concernant le prix d'achat d'une bouteille d'un vin rosé par les consommateurs, 44% se disent prêts à payer entre 8 et 12 francs et 37% entre 13 et 20 francs.

**Protocole de dégustation:** Selon les sites, les tests se sont déroulés dans des salles ou des cabines de dégustation, sur papier ou directement sur ordinateur; 20 ml de vin ont été servis dans des verres INAO transparents

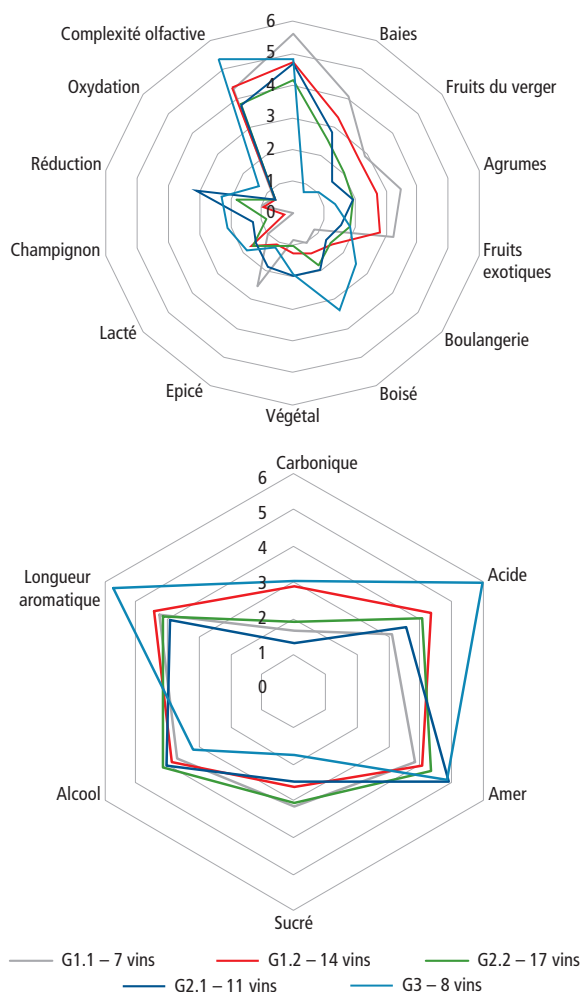


Figure 4 | Moyenne de chacun des cinq sous-groupes sur les descripteurs aromatiques (en haut) et les descripteurs en bouche (en bas).

Tableau 3 | Liste des six variantes de rosés et leurs caractéristiques en termes de sucre résiduel et d'intensité colorante.

Code	Sucre	Intensité colorante	Couleur
15CF	15 g/L	Faible	
15CI	15 g/L	Intense	
20CI	20 g/L	Intense	
25CF	25 g/L	Faible	
30CF	30 g/L	Faible	
30CTI	30 g/L	Très intense	

anonymisés par un code à trois chiffres. L'ordre de dégustation était différent d'un dégustateur à l'autre. Pour chacun des vins, les consommateurs devaient répondre à plusieurs questions: 1) leur appréciation globale du vin sur une échelle de 9 points allant de 1 (extrêmement désagréable) à 9 (extrêmement agréable); 2) leur perception du niveau de couleur et de sucre sur des échelles de type «Just-about-Right» allant respectivement de trop clair à gauche (note de 0) à trop foncé à droite (note de 12) et de pas assez sucré (0) à trop sucré (12) avec un repère au milieu (note de 6) pour «idéal»; 3) leur intention d'achat; et 4) le prix qu'ils seraient prêts à payer pour une bouteille du vin dégusté. Plusieurs questions personnelles (genre, âge, etc.) étaient posées en fin de dégustation.

## Résultats et discussion

**Appréciation globale par l'ensemble des 218 consommateurs:** Aucune différence d'appréciation n'apparaît entre les variantes ( $F_{(5,10'85)} = 1,13$ ; p-valeur = 0,345), qui ont toutes été appréciées; 75% des consommateurs leur attribuent une note supérieure ou égale à 5/9 (fig. 5), les vins ont donc été considérés comme mieux que «ni agréable, ni désagréable», avec des moyennes allant de 5,88 pour le 30CF (couleur faible) à 6,2 pour le 15CI (couleur intense). Les deux vins les plus sucrés montrent toutefois plus de variabilité dans leur appréciation, avec des boîtes à moustaches plus larges, alors qu'ils ne diffèrent entre eux que par la couleur.

**Sucrosité idéale pour les consommateurs:** Les échelles «Just-about-Right» ont montré des différences significatives en termes d'idéal de sucrosité ( $F_{(5,1'085)} = 38,36$ ; p-valeur < 0,001). Les variantes les plus sucrées, à 25 et 30 g/l de sucre, ont été jugées significativement comme «trop sucrées» par plus de 75% des consommateurs et avec des moyennes allant de 7,39 pour 25CF à 7,91 pour 30CTI, 6 étant l'idéal (fig. 6). A l'opposé, les variantes les moins sucrées sont celles se rapprochant le plus de l'idéal, avec une majorité de notes autour de 6 et une moyenne à 6,1 pour la variante 15CF. La variante à 15 g/l de sucre est celle qui se rapproche le plus des vins rosés du Val de Loire, qui séduisent de nombreux consommateurs, particulièrement chez les moins de 50 ans. Si les «blush américains», à plus de 40 g/l de sucre, sont en perte de vitesse et même si une partie des consommateurs vont vers des vins rosés de plus en plus secs, la réalité des appréciations hédoniques montre que les rosés légèrement sucrés ont encore une réelle place sur le marché. Une récente étude d'InterLoire (2020) a également mis en évidence que le terme «rosé tendre» évo-

quait des vins sucrés, légers, bons et fruités pour les consommateurs français. En Suisse, les consommateurs disent rechercher des vins rosés soit «secs», soit «légèrement sucrés» (Deneulin & Bovat 2020).

**Couleur idéale pour les consommateurs:** Des différences en termes d'idéal de couleur ont également été mises en avant, bien que les notes soient plus homogènes que pour la sucrosité ( $F_{(5,1'085)} = 33,62$ ; p-valeur < 0,001) (fig. 6). La couleur «très intense» est à la fois la plus consensuelle et la plus adaptée pour un vin rosé sucré, avec une moyenne de 6,20. Toutes les autres couleurs ont été jugées comme légèrement trop claires, sans toutefois s'éloigner de manière importante de l'idéal. Il est intéressant de comparer le jugement de la couleur à niveau de sucre constant. A 30g/l de sucre résiduel, les consommateurs ont jugé la couleur «très intense» comme nettement mieux adaptée, avec une moyenne de 6,20 contre 4,96 pour la couleur «faible» du 30CF.

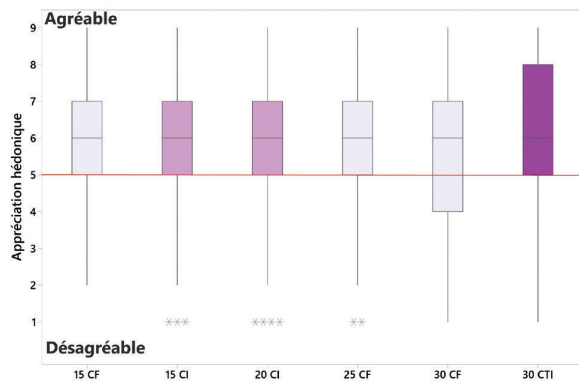


Figure 5 | Diversité des appréciations hédoniques pour chacune des six variantes de vins rosés. Les boîtes de couleur contiennent 50% des notes attribuées par les 218 consommateurs. La couleur des boîtes correspond au niveau de sucre résiduel des variantes.

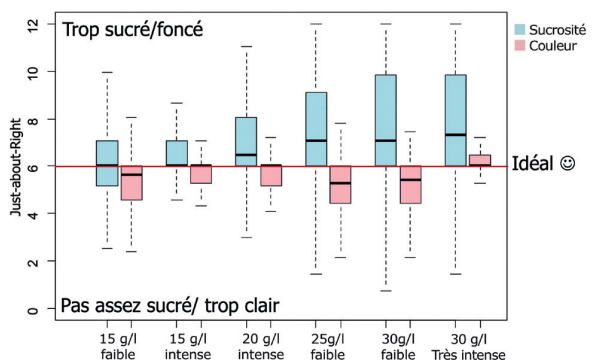
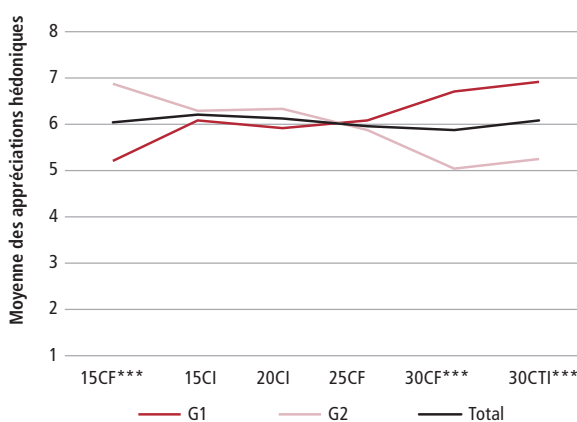


Figure 6 | Evaluation du niveau idéal (échelles «Just-about-Right») en termes de sucrosité (en bleu) et d'intensité de la couleur (en rose) par les 218 consommateurs.

La recherche de vins rosés relativement colorés par les consommateurs suisses a récemment été mise en évidence par Deneulin et Bovat (2020). Ce jugement de la couleur explique également les disparités d'appréciation hédonique relevées précédemment entre les deux variantes à 30 g/l de sucre résiduel. Il est connu que la couleur peut modifier la perception d'un vin (Morrot *et al.* 2001) et il est donc important, pour le consommateur, que l'attente créée par la couleur soit en adéquation avec la perception qu'il aura en bouche. En termes de vins rosés, il semble qu'une couleur plutôt intense conviendrait mieux à un vin avec du sucre résiduel, alors qu'au contraire, les rosés de Provence, de plus en plus secs, voient leur couleur s'éclaircir ces dernières années.

**Deux tendances d'appréciation hédonique différentes:** Si les vins ont été appréciés à un niveau similaire lorsque l'on compare les moyennes de l'ensemble des 218 consommateurs, des disparités existent. La segmentation des consommateurs basée sur leur note d'appréciation hédonique a permis de distinguer deux groupes parfaitement équilibrés, tant en termes de nombre (109 consommateurs par groupe) qu'en termes de profil sociologique. Si les deux vins de couleur «intense» (15CI et 20CI) et le vin 25CF ne montrent pas de différences d'appréciation d'un groupe à l'autre, les trois autres vins sont évalués différemment (fig.7). Les 109 consommateurs qui aiment plus particulièrement les deux vins les plus sucrés (30 g/l), avec des moyennes de 6,7 pour 30CF et 6,9 pour 30CTI (contre respectivement 5,9 et 6,1 pour l'ensemble des consommateurs). A l'inverse, ils ont moins bien apprécié le vin à 15 g/l et de couleur «faible» (15CF), avec



**Figure 7 |** Moyennes des appréciations hédoniques pour chacune des six variantes, pour la totalité des 218 consommateurs (noir) et par groupe de 109 consommateurs (rose et rouge). Les étoiles indiquent les vins pour lesquels les deux groupes de consommateurs ont des appréciations significativement différentes au seuil de 0,001.

une moyenne de 5,2 contre 6,1 pour l'ensemble des consommateurs. Ces 109 consommateurs se sont déclarés avec un niveau de connaissance légèrement inférieur à ceux du second groupe, 57% d'entre eux ayant un niveau «aucun» ou «basique», contre 43% dans le second groupe. Le second groupe réunit l'autre moitié des consommateurs (109) qui, à l'inverse, apprécie plus particulièrement la variante 15CF, avec une moyenne de 6,9, et nettement moins les deux variantes les plus sucrées, avec des moyennes de 5,1 pour 30CF et 5,3 pour 30CTI. Ces consommateurs se sont déclarés avec un niveau de connaissance en vin légèrement supérieur.

Lors de ces dégustations, les consommateurs dégustaient une dose réduite de vin (20mlx6 vins), hors contexte de repas. Si les variantes ont été appréciées des consommateurs dans cette situation, cette étude ne prédit en rien l'acceptabilité de ce style de vins sur le long terme et en situation de restauration, où la lassitude et l'écœurement pourraient apparaître.

## Conclusions

- Les vins rosés suisses testés sont globalement moins acides que leurs homologues internationaux, notamment par une réalisation fréquente de la fermentation malolactique, particulièrement dans le canton de Neuchâtel.
- Aucune spécificité sensorielle régionale ou liée au cépage n'a pu être mise en évidence. Les techniques de vinification jouent très certainement le plus grand rôle sur le profil sensoriel des rosés testés.
- Les 57 vins dégustés peuvent être répartis dans trois profils sensoriels différents; des vins fruités dont certains présentent du carbonique, des vins neutres et alcooleux, des vins plus complexes aux arômes lactiques/boulangerie.
- Les consommateurs suisses apprécient les vins rosés avec 15 g/l de sucre résiduel; ceux à 30 g/l ont été jugés comme trop sucrés par la majorité des consommateurs, bien qu'ils soient globalement appréciés.
- Il est nécessaire d'adapter la couleur des rosés au taux de sucre, un rosé demi-sec étant mieux apprécié si sa couleur est plus intense. A l'inverse, un rosé très sec devra être plus clair. ■

## Remerciements

Les auteurs remercient l'ensemble des vigneron et les offices de promotion ayant fourni des vins, les panélistes de Changins et les consommateurs ayant participé à l'étude et nos collègues de Changins pour les traductions.

**Summary**

**Swiss rosé wines: between dry and sweet wines, supply and consumers' preferences study.** A previous article proved that swiss consumers prefer rosé wines with freshness, red fruits, floral and citrus aromas. In mouth, they seem to prefer dry or semi-dry wines balanced by acidity. This article studies the sensory profiles of 57 rosé swiss wines tasted by the expert panel of Changins. Over half of wines have been judged as neutral with high alcohol sensation and only 36% have been described with intense fruity aroma. The second part of this article explores the acceptability of 218 consumers for six variants of sweet rosé wines. Consumers like all the sweet wines between 15 and 30g/L of sugar. Nevertheless, the sweetest variant have been judged like "too much sweet". The sugar and color adequacy seem to be important; a sweet rosé wine shouldn't be too light.

**Key words:** rosé wine, sweet wines, consumers' preferences, sensory profile, Just-about-Right scale.

**Zusammenfassung**

**Schweizer Roséweine, zwischen trocken und süß, eine Studie über das Angebot und der Präferenzen der Konsumenten.** Ein vorangehender Artikel hat gezeigt, dass Schweizer Konsumenten hauptsächlich nach Frische und Aromen von roten Früchten, Blumen und Zitrusfrüchten in Roséweinen suchen. Am Gaumen bevorzugen sie trockene oder leicht süße Weine mit guter Säure. In diesem Artikel werden die sensorischen Profile von 57 Schweizer Roséweinen beschrieben, die vom Expertengremium von Changins verkostet wurden. Etwas mehr als die Hälfte der Weine erscheint sensorisch als neutral und alkoholisch, und nur 36% wurden durch intensiv fruchtige Aromen beschrieben. Der zweite Teil der Studie untersucht die Akzeptanz von sechs Variationen süßer Roséweine durch 218 Verbraucher. Verbraucher schätzen vor allem Weine, deren Zucker zwischen 15 und 30g/L lag. Die süßeren Varianten wurden jedoch als "zu süß" beurteilt. Die Übereinstimmung zwischen der Farbe des Weins und seinem Zuckergehalt scheint wichtig, ein süßer Rosé sollte nicht zu hell sein.

**Riassunto**

**Vini rosati svizzeri: da vino secco a dolce, studio sull'offerta e le preferenze dei consumatori.** Un precedente articolo ha mostrato che i consumatori svizzeri cercano principalmente, nei vini rosati, la freschezza e aromi di frutti rossi, fiori e agrumi. Al palato, affermano preferire vini secchi o leggermente dolci con una buona acidità. Questo articolo determina i profili sensoriali di 57 vini rosati svizzeri degustati dal gruppo di esperti di Changins. Poco più della metà dei vini si presentano con caratteristiche sensoriali neutre e alcoliche, e solo il 36% sono descritti con intensi aromi fruttati. Per la seconda parte di questo studio, 218 consumatori esplorano l'accettabilità di sei tipi di vini rosati dolci. I consumatori apprezzano tutti i vini con zuccheri compresi tra 15 e 30g/L. Tuttavia, le varianti più dolci sono state giudicate "troppo dolci". L'abbinamento tra il colore del vino e il suo contenuto zuccherino sembra importante, un rosato dolce non dovrebbe essere troppo chiaro.

**Bibliographie**

- Coulon-Leroy C., Poulzagues N., Cayla L., Symoneaux R. & Masson G., 2018. Is the typicality of «Provence Rosé wines» only a matter of color? *OENO One*, 52 (4), 317–331.
- Deneulin P. & Bovat, S., 2020. Vins rosés: visions et attentes des consommateurs suisses. *Revue Suisse Viticulture, Arboriculture, Horticulture*, 52(6), 352–360.
- Deneulin P., Boven J., Bourcet C. & Carojab M.-H., 2019. Tendence à plus de douceur dans les vins: comment les consommateurs apprécient-ils les vins avec léger sucre résiduel? 42<sup>nd</sup> World Congress of Vine and Wine, 02025 (15), 1–5.
- FranceAgriMer, 2019. Observatoire mondial des vins rosés.
- InterLoire, 2020. Les vins rosés du Val de Loire sont très appréciés des consommateurs français de vins rosés.
- Morrot G., Brochet F. & Dubourdieu D., 2001. The Color of Odors. *Brain and Language*, 79 (2), 309–320.
- Pérez-Magariño S. & González-Sanjosé M. L., 2003. Application of absorbance values used in wineries for estimating CIELAB parameters in red wines. *Food Chemistry*, 81(2), 301–306.
- Poulzagues N., Chevallier A. & Masson G., 2020. Identités des vins rosés dans le monde, en France et en Provence. AGROVINA – Journée suisse d'œnologie.
- Sáenz Gamasa C., Hernández B., De Santiago J. V., Alberdi C., Alfonso S. & Diñeiro J. M., 2009. Measurement of the colour of white and rosé wines in visual tasting conditions. *European Food Research and Technology*, 229(2), 263–276.
- Velikova N., Dodd T. H. & Wilcox J. B., 2013. Meat is male; Champagne is female; Cheese is unisex: An examination of perceived gender images of wine. 7<sup>th</sup> Academy of Wine Business Research International Conference, 1–12.
- Wang J., Capone D. L., Wilkinson K. L. & Jeffery D. W., 2016. Rosé wine volatile composition and the preferences of Chinese wine professionals. *Food Chemistry*, 202, 507–517.