

JAPON

SHÔCHÛ ET J.O.

Avec les Jeux Olympiques qui devraient voir beaucoup de touristes envahir l'archipel, les appétits s'aiguisent. Les marques de Shôchû ne veulent pas rater le coche quitte à mixer tradition et goût plus international.



Dans les boissons traditionnelles japonaises, à base de riz bien sûr, attention à ne pas confondre le bien connu saké, le nihonshu et le shôchû, spiritueux le plus populaire au Japon. La complexité des arômes et le rituel lié à la dégustation du nihonshu s'associent naturellement à une image de vin, or son processus de fabrication fait penser aux techniques brassicoles. Cependant ne subissant pas de distillation, le nihonshu n'appartient pas au monde des spiritueux. On utilise une eau de source dans laquelle on fait étuver et fermenter du riz après saccharification, ce qui permet de se passer de la phase de maltage utilisée en brasserie. Taux d'alcool 15 %.

Le shôchû, quant à lui, est distillé principalement à partir de patate douce, de riz, d'orge,

de sarrasin ou aussi de châtaigne. Cette eau-de-vie vient de Kyûshû, l'île la plus au sud-ouest du Japon qui bénéficie d'un climat essentiellement subtropical, même si on pense qu'elle vient de l'Asie du Sud-Est au départ. Selon le type, le shôchû contient de 20 % à 45 % d'alcool.

On distingue deux types de shôchû selon leur distillation, la distillation unique étant de meilleure qualité que la distillation multiple. Le shôchû peut être bu sec, sur glace, dilué à l'eau tiède ou chaude, ou encore en long drink avec du jus de fruit, soda, ou encore thé Oolong. Dans cette dernière version, ils sont appelés chu-hi pour «shôchû highball» et ils s'achètent directement préparés en canettes. Ils sont extrêmement populaires parmi les milléniaux et jeunes travailleurs pour leurs faibles teneurs

en alcool. Cette année, la grande nouveauté, était le « Lemondo » première boisson alcoolisée (shôchu et agrumes) proposée par Coca Cola. Le géant des soft drinks suit ainsi la tendance des brasseurs, minéraliers et autres acteurs des boissons japonais comme Suntory à élargir leurs offres au travers des catégories, à la recherche de part de marché. L'année 2020 sera déterminante avec les Jeux Olympiques et paralympiques.



BULLES

LE SPRITZER KISS ME EN ARDAGH

Un vignoble autrichien de 160 ans d'âge a lancé un spritzer dans une canette à vin aluminium de 250 ml. Le « Kiss Me » de Johann Müllner est présenté dans une boîte-boisson au design contemporain, signée Ardagh.

Le design de la canette reproduit une illustration de l'artiste pop d'origine russe Oxana Prantl. Les finitions Ardagh (Matte Impact et Premium Print 1.0) contribuent à la sophistication du contenant. La finition mate fait de «Kiss Me» un produit qui se démarque de la boîte standard, tandis que Premium Print 1.0 procure un vif contraste de couleurs. L'aspect général est moderne et unique, parfait pour le statut de Kiss Me en tant que seul spritzer en boîte-boisson en Europe. À l'origine de «Kiss Me» : le Grüner Veltliner, célèbre cépage indigène d'Autriche. Sec, fruité et léger, il présente des notes de pomme verte et d'agrumes sur un fond

frais et minéral. L'ajout d'eau gazéifiée réduit sa teneur en alcool à 5,5%. La boîte en aluminium garantit l'étanchéité à l'air et à la lumière, en offrant au spritzer une durée de conservation minimale d'un an. Johann Müllner représente la quatrième génération de la famille. « Comme notre domaine est ancré dans la tradition, nous sommes extrêmement fiers d'offrir la célèbre boisson nationale autrichienne dans une canette. La reconnaissance de notre spritzer de qualité supérieure est essentielle. Nous sommes donc ravis que la conception et la finition supérieures du vin puissent préserver notre marque et nous aider à atteindre le développement durable en étant totalement recyclables. » « Kiss Me » est pour le moment disponible à Krems et à Vienne, ainsi que dans un nombre croissant de points de vente en Autriche.

