

# Vins & alcools

L'alcool est très apprécié, sous toutes ses formes : vin rouge, alcool de riz, cognac... Il est consommé mais aussi offert entre amis ou collègues. C'est un facteur important de socialisation au cours des repas et banquets dont les Taïwanais sont friands.

## Vins

La production de vin à Taïwan est sous contrôle exclusif du Bureau des ventes de cigarettes et d'alcools. Il se charge d'acheter les récoltes auprès des producteurs et commercialise ensuite le vin dans tout le pays. Le vin local ressemble plutôt à un jus de fruit alcoolisé, très proche du goût des raisins frais que l'on trouve sur les marchés.



## 酒 jiǔ

Le caractère jiu en chinois peut se traduire par alcool, vin, liqueur ou eau-de-vie car il désigne à la fois les alcools à base de grains, comme le riz, la farine, le sorgho ou le malt ainsi que ceux élaborés à partir de raisins.



Vins rouge et blanc (cépage muscat doré) produits localement. Le vin étant ressenti comme un produit occidental, les mots Wine occupent la place centrale de l'étiquette.

Logo du verre recyclé.



**Forte taxe à l'import**

Réputé bon pour la santé le vin est entré dans les mœurs, et a même détrôné les alcools forts. Le vin se consomme de la même manière qu'en France, à quelques différences notables. Le vin rouge peut, par exemple, être servi glacé, et parfois, afin de limiter les effets de l'alcool, des glaçons sont ajoutés dans le pichet de vin rouge.

Toutes les importations d'alcool sont contrôlées par TTL : Taiwan Tobacco and Liquor Corporation, et une taxe d'environ 50 NT\$ est appliquée sur chaque bouteille. Les pays d'origine sont bien sûr l'Australie, l'Amérique du Sud, la France (Bordeaux, et pays d'oc en premier prix) et même des vins de Bulgarie.



Le Mollac produit localement par la TTL à partir de cépage cabernet sauvignon, est mélangé à une levure particulière, qui lui donne un goût sucré. Le nom fleurit bon le



Logo de la TTL, version couleur et monochrome. Ses concepteurs y voient leur île munie d'une paire



d'ailes, pour mieux s'envoler à la conquête du marché asiatique. Le monopole de la TTL qui possédait même autrefois celui du camphre, est maintenant battu en brèche : elle espère compenser ses pertes sur le marché local par une implantation en Chine continentale, qui refuse pour le

chateau-église est dessinée sur l'étiquette, mais la similitude s'arrête là. Les amateurs seront surpris de l'utilisation de capsule en plastique plutôt que de bouchon de liège.