



Jeannie CHO LEE, la Hongkong star du vin français.

CETTE AMÉRICANO-CORÉENNE A ÉTÉ LA PREMIÈRE PERSONNE D'ORIGINE ASIATIQUE À OBTENIR, EN 2008, LE TITRE DE "MASTER OF WINE", LA PLUS HAUTE DISTINCTION EN MATIÈRE DE VIN. INSTALLÉE À HONGKONG, L'INFLUENTE DÉGUSTATRICE EST À L'ORIGINE DE LA DIFFUSION CROISSANTE DES CRUS HEXAGONAUX EN ASIE.

Texte Ophélie NEIMAN

ELLE NOUS ACCUEILLE DANS UN VASTE APPARTEMENT parisien situé quai d'Orsay, avec vue sur la Seine, à l'intérieur aussi magnifique qu'impersonnel. Jeannie Cho Lee en possède les clés, mais ce n'est pas chez elle. Cette Américano-Coréenne réside à Hongkong et, du reste, les pièces sont trop démesurées, la moquette trop épaisse et trop blanche pour se prêter à une vie de famille. Le lieu est dédié aux réceptions de la chambre de commerce coréenne. Depuis un an et demi, et pour six mois encore, Jeannie Cho Lee, critique de vins dont la renommée et l'influence rayonnent dans toute l'Asie, est mandatée pour « *faciliter les rapports diplomatiques avec la France* », notamment par le biais de la promotion du vin, dans le cadre de la candidature de Busan pour l'Exposition universelle de 2030 (le vote aura lieu à la fin de l'année).

Du vin à la diplomatie, il n'y a qu'un pas, que cette femme à l'élégance impeccable a franchi avec aisance.

Elle nous l'assure d'ailleurs d'une voix mesurée, « *sur le vin, la Corée est un enjeu fascinant. Depuis le début du Covid, c'est le seul pays d'Asie à avoir doublé sa consommation et ses importations de vin. Tous les autres marchés du continent ont vu leur croissance légèrement diminuer.* » En matière d'influence, Jeannie Cho Lee n'a plus rien à apprendre. L'explosion du marché du vin à Hongkong, c'est elle. La découverte des accords mets-vins sur le continent asiatique, c'est elle aussi. La nouvelle passion des Chinois pour le pinot noir, c'est encore elle.

En 2008, elle devient la première personne d'origine asiatique à obtenir le titre de Master of Wine, la plus haute et la plus difficile distinction en matière de connaissance et de commerce du vin. La même année, Hongkong suspend tous ses droits de douane sur le vin, alors que cette boisson était taxée à 80 %. Jeannie Cho Lee a senti l'opportunité de cette révolution locale. Sa 000

○○ thèse de Master of Wine portait justement sur le potentiel de Hongkong à devenir une plaque tournante pour les vins haut de gamme. Le gouvernement hongkongais entend le message et lui propose dans la foulée de rejoindre le conseil d'administration de son programme d'assurance qualité du vin, pour décerner des certificats aux nouvelles entreprises de commerce et de stockage de vin qui émergent à toute vitesse. Les maisons de vente aux enchères, telles Christie's ou Sotheby's, se précipitent, chaque supermarché se dote d'un rayon vin. La popularité du produit, devenu hors taxe, explose et génère en quelques années plusieurs dizaines de milliers d'emplois dans la ville. Près de 40 % du vin qui arrive à Hongkong est réexporté vers l'Asie. La ville devient un port de libre-échange inédit.

En parallèle, Jeannie Cho Lee enseigne. Agréée par le Wine & Spirit Education Trust (WSET, un organisme international de formation et d'examen dans le domaine des vins et spiritueux), elle forme des centaines d'élèves, majoritairement chinois, à de hauts niveaux de dégustation. Et constate qu'il existe un décalage, flagrant et gênant, sur le vocabulaire : « *Dans le WSET comme ailleurs, on dépeint chaque cépage, chaque région viticole avec des descripteurs aromatiques précis, très codifiés*, explique-t-elle. *Par exemple, le cassis est associé au cabernet sauvignon. Mais, en Asie, qui connaît l'odeur du cassis ? Mes étudiants apprennent par cœur ce vocabulaire olfactif, mais cela ne leur parlait pas du tout.* » Or l'Asie représente désormais un tiers du marché mondial du vin, avec une vigueur toute prononcée pour la catégorie premium. Pour la spécialiste, il y a urgence à ce que les amateurs puissent employer un vocabulaire qui leur est propre. Elle rédige alors un ouvrage, *Asian Palate* (Asset Publishing & Research Ltd., 2009, non traduit), fondé sur ses observations. Il lui faut recréer tout ce qui a été écrit jusqu'alors. « *Quand 80 % de mes élèves s'accordaient sur un arôme qu'ils pouvaient reconnaître dans un cépage, je le notais, détaille l'autrice, qui a reçu deux prix internationaux pour ce livre. J'ai réitéré ce processus pendant trois ans pour être sûre que les odeurs citées soient compréhensibles pour le public asiatique.* » Ainsi, le

“Dans les événements viticoles, certaines personnes essaient de me piéger, de tester mes connaissances. Cela me fatigue, mais je comprends les préjugés. Si un Suédois en tenue de ski me disait qu'il est un maître de la cuisine cantonaise, peut-être que, moi aussi, je mettrais sa parole en doute.”

Jeannie Cho Lee

gewurztraminer, qui, pour les Français, sent la rose et le litchi, y est dépeint comme exhalant le galanga (un cousin du gingembre), le longane et le ramboutan (proches du litchi) ou le jasmin de Thaïlande. De même, le chardonnay devient reconnaissable à ses odeurs de l'algue wakamé (pour les plus minéraux), de pomélo, de fruit du jacquier, de mangue séchée ou de crème aux œufs.

Jeannie Cho Lee s'attaque également aux accords mets-vins, jusqu'à uniquement circonscris aux cuisines occidentales, hormis quelques rares mentions à une « cuisine asiatique » générique et vague. Pour ne pas s'égarer dans ce travail colossal, cette diplômée de l'institut Le Cordon bleu se fixe sur une dizaine de grandes villes emblématiques du continent, explore les cuisines des chefs, étudie les ingrédients utilisés. Elle s'attache aussi à l'umami, cette cinquième saveur que l'Occident n'a pas appris à identifier et isoler. : « *Il faut veiller à ne jamais l'étouffer avec le vin. Quand elle est très élevée, comme dans la cuisine japonaise, les meilleurs choix sont des vins d'un grand âge, car le vieillissement leur confère un caractère umami, ou alors un vin élégant et fin, qui ne perturbera pas cette saveur.* »

Son travail lui semble d'autant plus essentiel qu'elle garde en tête une vieille anecdote, lors d'un congrès sur les accords entre vins et cuisines chinoises, où des dégustateurs internationaux planchaient sur les meilleurs accords : « *J'étais assise à côté d'un critique britannique très reconnu, quand arrive un plat de méduses tranchées avec de l'huile de sésame et un peu de sauce moutarde. Un grand classique que ma mère préparait à la maison. Mais lui manque de s'étouffer, déteste la texture et le goût. Il a alors opté pour des vins soit très sucrés, soit très tanniques qui dominaient complètement la méduse. Pour moi, ces choix étaient totalement inappropriés, parce que j'aime la méduse et j'ai envie d'en faire perdurer la saveur grâce au vin. J'ai compris qu'on ne peut pas proposer un bon accord sur des plats qu'on ne connaît pas ou qu'on ne comprend pas.* » Elle constate le même travers chez les sommeliers français qui conseillent des vins liquoreux sur des plats pimentés : « *Ils cherchent à apaiser le piment grâce au sucre. Parce qu'ils n'y sont pas habitués.* » Dès ses débuts professionnels, Jeannie Cho Lee détonne dans le paysage. En Asie, le vin rouge est roi, particulièrement le cabernet sauvignon, cépage populaire car utilisé pour les grands bordeaux. Elle est en

revanche une fervente partisane de vins plus légers et prône le pinot noir, le raisin phare de la Bourgogne. Il s'accorde mieux, dit-elle, avec la plupart des mets asiatiques, qui nécessitent des tanins plus fins et de l'acidité plus marquée.

À travers sa collaboration, depuis quinze ans, avec Singapore Airlines, compagnie aérienne réputée pour les vins prestigieux servis à bord, elle devient l'une des plus grosses acheteuses de grands crus bourguignons. Jusqu'à récemment, un passager de première classe se voyait proposer gratuitement un verre de grand cru à chaque vol. La pénurie de vin en Bourgogne a mis un terme à cette faveur, mais Jeannie Cho Lee met désormais à la carte des premiers crus de rêve, un volnay d'Henri Boillot ou un beaune du Domaine de Montille. « *Nous sommes la compagnie aérienne qui sert les meilleurs vins de Bourgogne, malgré les faibles quantités sur le marché*, se réjouit-elle. *J'ai entamé ce travail il y a dix ans, quand la tendance était moins forte qu'aujourd'hui. Cela m'a permis de nouer des relations fidèles avec les vignerons.* » Acheteuse respectée, voire crainte en Bourgogne, la force de frappe de Jeannie Cho Lee est énorme. À Hongkong, elle a créé un magazine sur le vin ainsi qu'une émission de télévision. Une seule de ses recommandations suffit à ouvrir un boulevard vers l'Asie.

Malgré son aura, Jeannie Cho Lee reconnaît avoir encore à batailler, en tant que femme asiatique, dans le milieu du vin. Et n'hésite pas à faire remarquer, dans son livre *The 100: Burgundy* (Assouline, 2019, non traduit), les quelques rencontres désagréables fondées sur des a priori : « *Dans les événements viticoles, certaines personnes essaient de me piéger, de tester mes connaissances*, regrette-t-elle. *Cela me fatigue, mais je ne me mets pas en colère. Je comprends les préjugés. Si un Suédois en tenue de ski me disait qu'il est un maître de la cuisine cantonaise, peut-être que, moi aussi, je mettrais sa parole en doute.* »

Cette mère de quatre enfants assume une nette préférence pour les crus « *qui ont de la retenue* ». « *Je mets toujours en avant les vins qui parlent doucement. S'ils sont bruyants, ils sont fatigants.* » Elle-même s'exprime d'une voix feutrée, qui dépasse à peine le murmure. Elle n'a jamais ressenti le besoin de hausser le ton pour s'imposer. (M)