

GENÈVE

# «Vinea on tour» fait un carton plein

Alain-Xavier Wurst

**A l'initiative de Vinea, une trentaine de producteurs venus de toute la Suisse a présenté plus de 200 vins à un public de professionnels et de passionnés. L'association a choisi cet événement pour également annoncer la quatrième édition de la brochure *Visages du vin suisse*.**

Pour la première édition de «Vinea on tour» à Genève, l'association Vinea avait choisi, mardi 27 février, l'Hôtel Mandarin oriental comme cadre de rencontre entre la trentaine de producteurs venus de toute la Suisse et un public de professionnels et d'amateurs avertis. Avec 350 personnes inscrites alors que Vinea n'en attendait que 200, il semblerait que ce salon ait su répondre à une attente du public genevois, preuve supplémentaire et réjouissante de l'attrait grandissant des vins suisses dans notre pays.

Les précédentes éditions de 2016 et 2017 de «Vinea on tour», très fréquentées, s'étaient déroulées à Zurich. Cette année encore, un rendez-vous aura lieu dans la capitale économique alémanique, dans la mesure où l'un des objectifs prioritaires de Vinea est de favoriser le développement de la présence des vins suisses outre-Sarine. Fort de cette ex-



L'œnologue Emeline Zufferey, le sommelier Geoffrey Bentrari et Elisabeth Pasquier, directrice de Vinea, lors de la dégustation organisée pour la brochure *Visages du vin suisse* (de gauche à droite).

A.-X. WURST

perience, et dans le cadre de sa mission de promotion des vins suisses dans l'ensemble du pays, Vinea a également souhaité se positionner en Romandie. «Le marché genevois, très ouvert à l'international, est

exigeant, mais la part de marché des vins indigènes peut encore être accrue. Il nous est donc apparu nécessaire, pour cette première édition romande, de marquer le coup à Genève», explique Elisabeth Pas-

quier, directrice de Vinea. L'objectif étant de permettre aux producteurs de se présenter sur la scène genevoise, de rencontrer principalement des professionnels, acheteurs, restaurateurs, hôteliers ou encore journalistes, mais également des amateurs avertis. «Le succès de cette manifestation a de loin dépassé nos espérances. Je pense que nous organiserons dans le futur un «Vinea on tour» annuel à Genève», a déclaré Elisabeth Pasquier, qui ne cachait pas sa satisfaction, tout en reconnaissant que le travail en terre romande «ne fait que commencer».

Cet événement a aussi été l'occasion d'annoncer la sortie de la brochure 2018 des *Visages*

du vin suisse, ainsi que la mise à jour de l'application «Vinea Vins suisses», téléchargeable gratuitement sur smartphone.

### Un livre sur la richesse du vignoble suisse

Depuis 2015, Vinea consacre en effet chaque année un ouvrage présentant près de 50 producteurs suisses choisis parmi les 500 caves et vignes sélectionnés sur la base de leurs résultats et médailles obtenus lors des concours de dégustation, ou de leur notoriété. Indéniablement, avec ses photos en noir et blanc de grande qualité et des textes documentés, cette brochure invite à découvrir la richesse des vignobles suisses.

«Cette année, les 48 portraits de producteurs représentés dans la brochure ont été retenus pour leur expertise dans la culture et la vinification d'un cépage particulier. Ce qui ne veut pas dire qu'ils sont spécialisés uniquement dans ce cépage», précise l'œnologue Emeline Zufferey, qui a participé au choix des vins, issus des six régions viticoles, et à la rédaction des commentaires. Les cépages retenus sont emblématiques de la viticulture suisse et de sa diversité: on y retrouve le chasselas, le pinot noir, le merlot, les gamay-gamaret et enfin certaines variétés originales comme le räuschling ou les arvines.

## Une importante vitrine de communication pour les producteurs

Avec 153 membres actifs répartis sur toute la Suisse à ce jour, parmi lesquels certains poids lourds comme Schenk ou Provins, mais aussi de nombreux vigneron-encaveurs indépendants, l'association Vinea offre une importante vitrine de communication à ses adhérents, tout en poursuivant l'objectif de croître et d'attirer d'autres producteurs en son sein. Association privée à but non lucratif, elle est cofinancée par l'organe faîtière de promo-

tion du vin suisse Swiss Wine Promotion (SWP), seul habilité à recevoir des subventions de la Confédération et à les redistribuer.

Concernant les initiatives à l'export, SWP soutient financièrement les projets soumis par un groupement de producteurs originaires d'au moins trois des six régions viticoles. SWP devrait par ailleurs présenter ses nouvelles orientations stratégiques en juin prochain.

AXW

## C'est vous qui le dites

Qu'attendiez-vous du «Vinea on tour» de Genève? Que pensez-vous de l'orientation de Swiss Wine concernant l'aide aux vignerons pour leurs projets d'export?



**Emilie Hutin**

Domaine Les Hutins  
Dardagny (GE)

«C'est la première fois que je participe à un «Vinea on tour». Le public est très divers, souvent très averti, cela permet aux producteurs d'établir de nouveaux contacts et d'élargir le cercle de leurs réseaux. Le travail de Swiss Wine Promotion (SWP) est pour moi indispensable. Je suis bien consciente de la difficulté de fédérer toutes les régions suisses, lesquelles ont tendance à s'occuper plutôt de leurs problèmes. J'ai pour l'instant le sentiment que la réorganisation de SWP prend encore un peu trop d'énergie au détriment d'un travail de fond sur la stratégie à adopter dans les prochaines années. Mais le cofinancement, par SWP, de projets à l'export incluant obligatoirement des producteurs de trois cantons différents est intéressant. Cela nous encourage à mieux communiquer entre nous et à échanger.»

AXW



**Gilles Gavillet**

Coopérative  
Artisans vignerons  
d'Yverne (VD)

«Notre objectif sur ce salon est de promouvoir les vins vaudois et de montrer ce qu'on fait dans le Chablais vaudois. S'imposer sur le marché genevois n'est pas évident, les Genevois ont de très bons produits. Le public du salon est assez difficile à cerner, on ne sait pas si on a affaire à des professionnels ou à des amateurs. Je trouve que Swiss Wine Promotion fait du bon travail, mais le principe de ne soutenir que des projets à l'export impliquant trois régions viticoles est trop rigide et un peu en dehors des réalités pratiques. Nous avons essayé de travailler avec des Valaisans, des Genevois; si on ne poursuit pas tous les mêmes intérêts, c'est compliqué. Limiter le groupement à deux régions, voire une seule, serait bien aussi. Après, si une cave veut exporter, elle doit s'en donner avant tout elle-même les moyens.»

AXW



**Jean-Louis Mathieu**

Domaine Mathieu  
Chalais-Sierre (VS)

«A ce jour, je réalise la plus grande partie de mon chiffre d'affaires en Suisse alémanique. Vinea permet de rencontrer des clients potentiels sur Genève et de connaître leurs attentes. Le principe de Swiss Wine Promotion de soutenir à l'export des groupements de vignerons d'au moins trois régions viticoles me semble excellent. Cela fait du sens de mettre l'accent sur les vins suisses et non sur une région particulière. Nos concurrents ne sont pas les vins vaudois ou tessinois, mais les vins étrangers, j'ai pu le constater par moi-même en Chine. Mais à titre de comparaison, les Autrichiens se déplacent plus souvent que nous, en groupe et me semblent plus efficaces. Même si le marché à l'international est très disputé, je pense que nous disposons de bonnes bases pour développer de nouvelles stratégies à l'étranger.»

AXW



**Olivier Roten**

Caves du Paradis  
Sierre (VS)

«J'étais au salon «Vinea on tour» à Genève pour partager ma passion du vin avec un public intéressé à découvrir des vins de producteurs, présenter mes vins dans une région où je suis peu présent et faire des contacts. L'image des vins suisses gagne en crédibilité et je veux contribuer à faire connaître les vins suisses à l'étranger. J'envisage de m'associer à d'autres jeunes vignerons pour proposer un projet à l'export, même si je ne l'ai pas encore défini précisément pour l'instant. Pour SWP, tout reste à faire, mais avec la nouvelle organisation, elle semble pouvoir être plus performante que par le passé. On commence enfin à comprendre dans quelle direction on va. Même si tous les producteurs ne bénéficient peut-être pas du même niveau d'information, je pense que SWP est sur le bon chemin.»

AXW



**Markus Stamm**

Weinstamm  
Thayngen (SH)

«Les frais d'inscription sont ici moins chers que sur d'autres expositions. J'ai fait Changins, j'apprécie les vins de La Côte et de Genève. Mon objectif sur ce salon est de mieux connaître la clientèle genevoise, mieux comprendre ses goûts et bien sûr vendre du vin. Je me suis rendu à Pro-Wein, à Düsseldorf (Allemagne), l'année dernière; le stand commun est un bon moyen de représenter les vins suisses. La politique de promotion menée par SWP est un «Sprungbrett» (tremplin) qui permet au producteur d'avoir plus de succès à l'étranger. Je n'avais pas entendu parler du programme de soutien lancé par SWP pour les projets d'exportation impliquant des vignerons de trois régions viticoles, mais je pense que c'est un bon principe, même si *in fine*, c'est avant tout à nous producteurs de faire notre propre publicité.»

AXW