VITICULTURE

- 4 témoignages de vignerons touchés par la crise ou férocement engagés dans la valorisation du métier
- L'enquête sur l'état du marché, entre stocks de vin en vrac, concurrence des vins étrangers et déficit de communication
- L'interview de Gilles Besse, président de Swiss Wine Promotion

TEXTE **XAVIER FILLIEZ**
PHOTOS **SEDRIK NEMETH**

Vignerons suisses
LE SPLEEN JUSQU'AUX RACINES

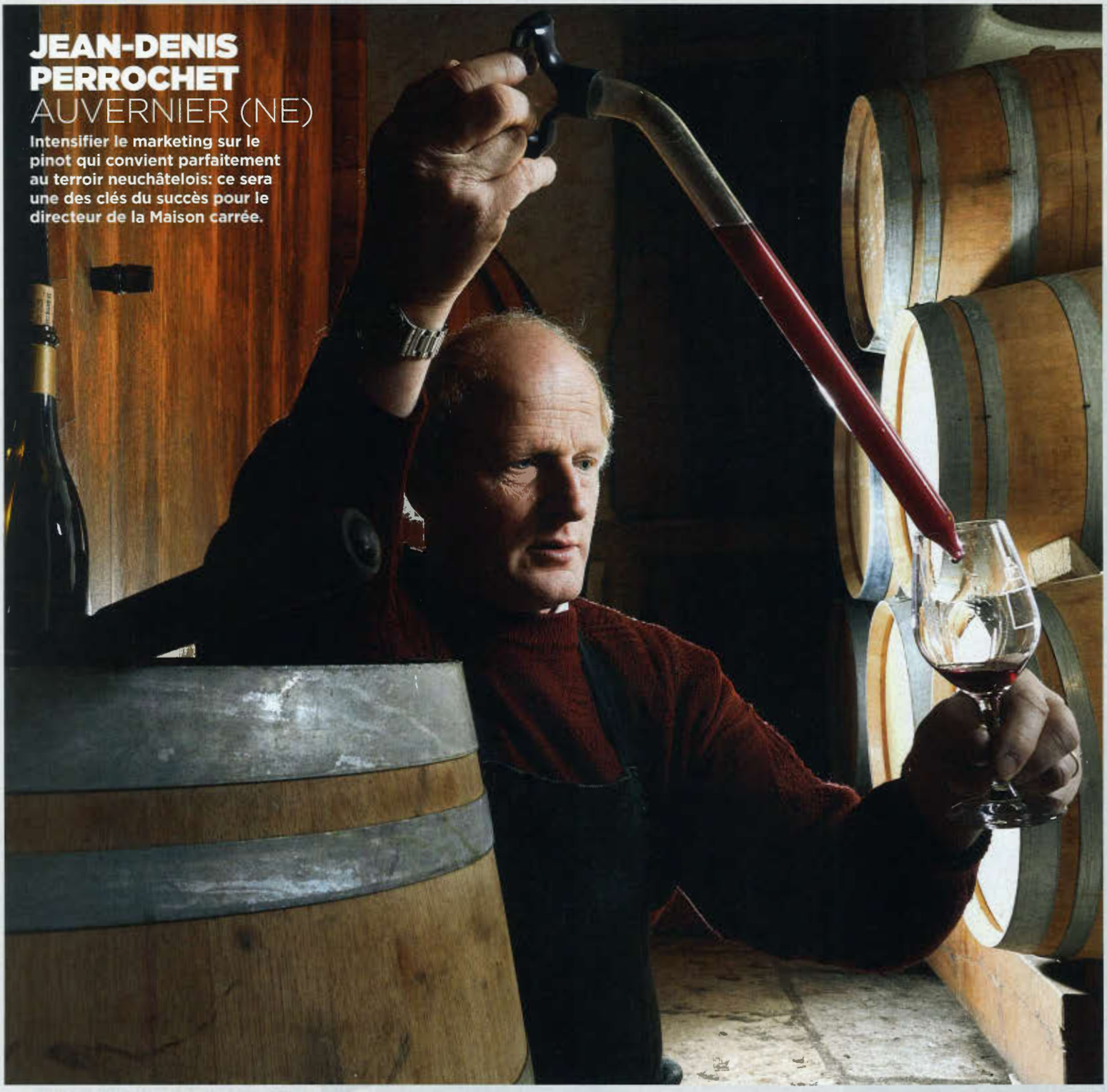
VÉRONIQUE BENDER-THÉTAZ
FULLY (VS)

«Lorsque les temps sont durs, on se recentre sur sa production, au détriment de nos fournisseurs de vendange», regrette Véronique Bender-Thétaz, sous le regard de son père, Laurent, cofondateur de la cave.

«CETTE ANNÉE, J'AI DÛ REFUSER LA VENDANGE À 100 DES 350 PRODUCTEURS QUI LIVRENT CHEZ MOI»

Entre des fournisseurs qui trinquent et des grands négociants sans pitié, la directrice de la Cave des Vignerons vit de plein fouet le dilemme du marchand de vin: impossible d'écouler plus que le marché n'absorbe.

Il y a tous ceux qui n'aiment pas les gros mots, «débandade» ou «déconfiture». Et il y a Véronique Bender-Thétaz qui vit cette année, avec effet retard, les conséquences de la chute de l'euro et de l'abondante récolte 2011. Constat sans fioritures: «J'ai dû refuser leur vendange à 100 producteurs…» Sur 350, c'est une baisse de 40% du volume d'encavage. Peut-on dire plus clairement l'ingratitude du métier de marchand de vin, bien calé entre le marteau et l'enclume? «Pourquoi devrais-je supporter, moi, toutes les difficultés d'écoulement, prendre le raisin pour ensuite ne pas réussir à le vendre?» demande-t-elle, alors que la grande distribution, elle, n'a pas d'états d'âme au moment des transactions. «Je propose une quantité. Elle propose un prix. Mais, en fait, rien n'est négociable.» Se débarrasser des tabous n'ôte pas le cas de conscience de la marchande face à ses producteurs. «Si j'encave trop, que je vends à perte et que je dois reporter cette perte sur le vigneron, je me sens mal. Combien m'ont dit qu'ils allaient jeter l'éponge…» Dans les parcelles familiales (30 hectares), Véronique Bender-Thétaz avait senti venir le vent, en 2011, et dès l'automne prévenu ses fournisseurs. «Je leur ai demandé d'être fidèles à la cave au moment d'acheter du vin.» Cela n'a pas suffi. Maintenant, il faudra se battre, trouver des marchés, faire sa place face à la concurrence étrangère même si «vendre à perte à des hard-discounters n'est pas une option». «La Confédération et la grande distribution doivent nous aider. Il faut écrire partout: «Buvez et mangez suisse!» ■



JEAN-DENIS PERROCHET
AUVERNIER (NE)

Intensifier le marketing sur le pinot qui convient parfaitement au terroir neuchâtelois: ce sera une des clés du succès pour le directeur de la Maison carrée.

«CERTAINS IGNORENT QU'ON FAIT DU VIN À NEUCHÂTEL»

En quoi le vin neuchâtelois est-il l'emblème des vins helvétiques? Il souffre, hors canton, du même déficit de notoriété que le vin suisse à l'étranger, regrette Jean-Denis Perrochet.

Sur le littoral neuchâtelois, 600 hectares de vignes, le marché du vin en vrac n'est pas un problème. Il ne l'a jamais été. «Dès 1981, le réchauffement climatique a amélioré les récoltes. A la fin des années 80, nous avons également été les premiers en Suisse à introduire les quotas en fonction de ce que le marché pouvait absorber. Notre problème, c'est qu'on doit sortir de notre cocon.» Dans la bouche de Jean-Denis Perrochet, l'expression, presque gouleyante, est surtout très emblématique. Pour le propriétaire de la Maison carrée et vice-président de l'Association suisse des vignerons-encaveurs indépendants, aucun doute: «Les vins neuchâtelois en Suisse vivent le même déficit de notoriété que les vins suisses à l'étranger.» Combien d'années et quels efforts déployés pour convaincre qu'il «ne raie plus les vitres». «Les Jurassiens préfèrent boire du valaisan ou de l'alsacien. En Suisse alémanique, des gens me demandent si Neuchâtel est une ville. Certains ne savent pas qu'on y fait du vin. A l'étranger, il faut passer dix minutes à expliquer que la Suisse est un pays viticole avant de déguster.» Le producteur d'Auvernier écoule aujourd'hui 50% de sa production (80 000 bouteilles) hors canton et pense que les vins neuchâtelois et suisses ont une belle carte à jouer s'ils intensifient leur marketing. «Les Grisons ont réussi avec leur pinot noir.» Contrer la concurrence des vins étrangers? «Pas en fermant les robinets de l'importation, mais en donnant envie de consommer suisse. L'acheteur pense-t-il qu'il soutient un commerce socialement acceptable lorsqu'il achète un vin californien ou argentin cultivé par des vignerons payés 1 dollar l'heure?» ▬

PASCAL DANCE
ARAN (VD)

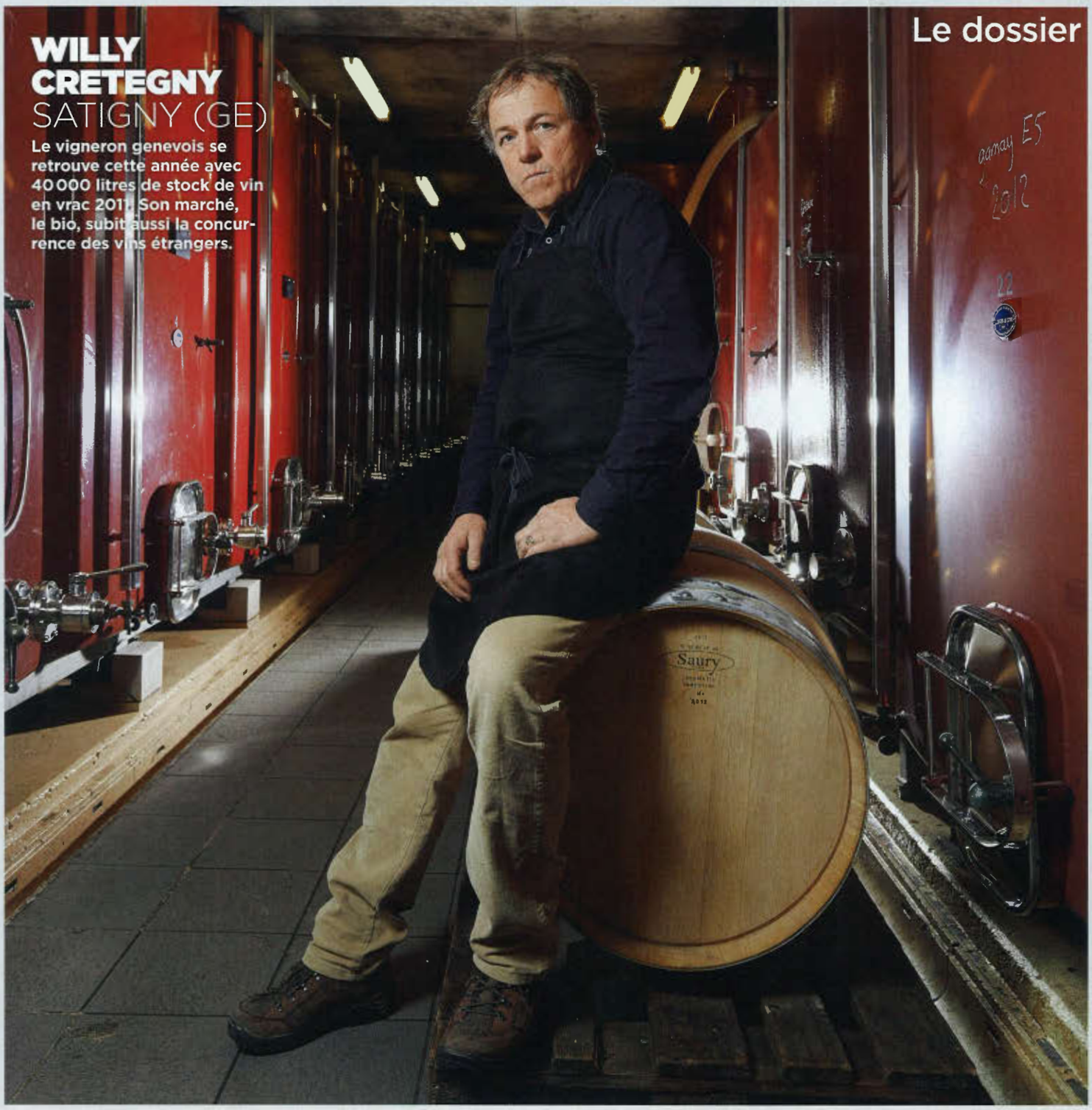
Ses stocks en vrac de 2011, le vigneron de Lavaux les mettra finalement en bouteilles à la propriété et les écoulera «in extremis» grâce à des amis.

Photos: Sedrik Nemeth

«MON REVENU A BAISSÉ DE 30% EN DIX ANS»

Pascal Dance s'est diversifié, a arraché du blanc pour planter du merlot, mise sur le doral. Et pourtant, dépendant à 50% du marché du vin en vrac, il assiste à l'érosion des prix et des quotas.

Pascal Dance a encore un peu de stock 2011. Vu le marché engorgé du vrac, il le mettra en bouteilles et l'écoulera «in extremis» auprès d'amis qui ont solidairement actionné leur réseau. Les dégustations auront lieu dans ce petit pavillon boisé surplombant lac et vignobles. C'est sa nouvelle carte de visite. C'est peut-être son salut. «Aujourd'hui, on doit être bon partout, sur la vigne, à la cave, à la vente.» Lorsqu'il rachète le domaine familial en 1989, tout est alors vendu en vrac. Pascal coupe la grappe en deux: 50% de sa production (25 000 cols) est aujourd'hui mise en bouteilles à la propriété. Il se diversifie, se profile sur des spécialités comme le doral, mais assiste, impuissant, à l'érosion des prix et à la limitation des quotas. «On nous les a baissés cette année encore de 50 g sur le chasselas. Si mes deux marchands écoulent tout, je serai payé intégralement, sinon…» A 50 ans, avec deux enfants partiellement à charge, de 21 et 19 ans, «qui aident sur les marchés», et un ouvrier, Pascal constate, amer, la baisse inéluctable de son revenu, «30% ces dix dernières années». «Ça s'est vraiment cassé la figure quand Coop a importé le chasselas allemand. Mais ce n'est pas sur les marchands qu'il faut tirer à boulets rouges, dit-il. Plutôt sur les politiques. Le marché des vins suisses serait en pleine santé si l'importation ne dépassait pas 50% de la consommation totale. Aujourd'hui, vous allez dans n'importe quel canton et vous trouvez des vins magnifiques. Il faut miser sur la diversité de nos cépages.» ▬



WILLY CRETEGNY
SATIGNY (GE)

Le vigneron genevois se retrouve cette année avec 40 000 litres de stock de vin en vrac 2011. Son marché, le bio, subit aussi la concurrence des vins étrangers.

Photo: Sedrik Nemeth

«LE STOCK, C'EST DE L'ARGENT QUI DORT À LA CAVE»

Seule une politique protectionniste sauvera les vins suisses du péril qui les guette, selon Willy Cretegny, qui défend notamment l'introduction de prix seuil à l'importation.

Faut-il redire que Willy Cretegny n'est pas le plus diplomate des vignerons, du genre à monter en tracteur à Berne pour dire sa vérité à Johann Schneider-Ammann? Le vigneron bio de Satigny assure ne pas «bagarrer» seulement pour sauver son commerce, «mais pour des idées». Il est d'ailleurs très fier de partager les mêmes que la rédactrice en chef adjointe de *Bilan*, Myret Zaki, dont il dégaine un récent édito: «Ode au protectionnisme». Voilà son cheval de bataille, à notre José Bové. «On ne peut pas continuer à ouvrir les marchés alors que les autres se protègent. Regardez le marathon du gouvernement pour signer des accords de libre-échange avec tout le monde. Nous allons demander de fixer des prix seuil pour l'importation, ce que la loi fédérale sur l'agriculture permet.» Les vins étrangers, y compris les bios qui grignotent le marché helvétique, sont une «concurrence déloyale» aux vins helvétiques, estime-t-il. «On sait combien ça coûte de les produire. A nous de choisir si on veut éviter le dumping. Le principal péril des vins suisses, c'est la dérégulation. Notre réalité, c'est que les charges augmentent et que le prix du vin en vrac diminue sous la pression des vins étrangers. Les entreprises de panneaux solaires en Suisse ferment parce qu'on importe du chinois moins cher. C'est la même problématique dans l'agriculture.» Entre son vin à lui et celui qu'il vinifie pour d'autres, Willy Cretegny a 40 000 litres de vrac de 2011 en stock, qui «n'ont pas trouvé leur place sur le marché. Ce stock, c'est de l'argent qui dort à la cave.» ▬

«LA PRIORITÉ, C'EST LE MARCHÉ ALÉMANIQUE»

Gilles Besse, président de Swiss Wine Promotion (SWP)

Le vin étranger est-il le plus grand péril du vin suisse?
Non. Limiter les importations est un combat d'arrière-garde. On ne fournira jamais plus que 40% du marché en volume, mais en valeur on peut faire mieux. C'est à l'entrepreneur d'être créatif et visionnaire, non pas à l'Etat de l'assister. Je ne suis pas pour donner des poissons à ceux qui ont faim, mais des cannes à pêche. L'aide de l'Etat doit être indirecte, à travers la promotion et la valorisation.

Que peut faire SWP avec un budget de 2,5 millions de francs pour la publicité?
La priorité est de percer sur le marché alémanique avec du vin de qualité à forte valeur ajoutée plutôt que de vendre en vrac sans marge. Huitante pour cent du vignoble est en Romandie et au Tessin, 70% de la population vit en Suisse alémanique, où le potentiel de développement est immense. Nous prévoyons de créer la Semaine des vins suisses afin de dynamiser les ventes en gastronomie et de faire connaître les vins hors de leur région de production.

Comment régler le marché du vin en vrac?
Le vrac permet au producteur d'assurer une partie de sa trésorerie, mais certains s'en sont rendus trop dépendants. L'idéal serait d'exploiter le potentiel de ces parcelles pour en faire un vin à plus forte valeur ajoutée. Cette part-là pourrait nous être utile pour l'exportation et assurer un revenu viable pour les vignerons.

A-t-on le potentiel pour exporter?
En misant sur des vins à forte valeur ajoutée, oui. Même un bon chasselas ou un fendant peut devenir la Swatch des vins suisses à l'étranger. Si, dans les années 60, on avait promu nos vins correctement, on nous connaîtrait pour autre chose qu'un «petit blanc qui va bien avec la raclette». Limiter les importations, c'est un oreiller de paresse. C'est à cause de ces réflexes protectionnistes qu'on est inconnu dans le monde entier. ▬

POURQUOI LE MARCHÉ D

Médailles et honneurs consacrent régulièrement l'excellence de nos vins. aux stocks excédentaires, au dumping des négociants et à la concurren

TEXTE **XAVIER FILLIEZ**

Caves ouvertes, farandole de dégustateurs, partage et ivresse: c'est la face claire de la viticulture suisse, régulièrement arrosée par une pluie de médailles dans les grands concours nationaux et mondiaux. Mais les festivités ne cachent pas longtemps le spleen du vigneron. Au lendemain des vendanges, du fin fond des carnotzets aux bureaux des associations interprofessionnelles, le prix du raisin fait débat, indicateur de l'état de santé de la branche. Provins, la plus grande coopérative du pays, n'a pas payé l'intégralité de la production 2011 (95%). Comme d'ailleurs bon nombre de marchands autour d'elle. Et la rétribution au kilo de certains cépages ne cesse de baisser, se morfondent les viticulteurs. «A moins de 3 francs le gamay, on ne couvre pas les frais de production.» Les excédents de stocks et un marché du vin en vrac saturé expliquent le phénomène. Or, comme le fruit sur son cep, la crise mûrissait depuis quelque temps déjà. Août 2011 pour être précis. Cet été-là, le franc et l'euro atteignaient la parité en même temps qu'une récolte abondante (+9 millions de litres) s'apprêtait à inonder les caves. On ne s'en est pas remis.

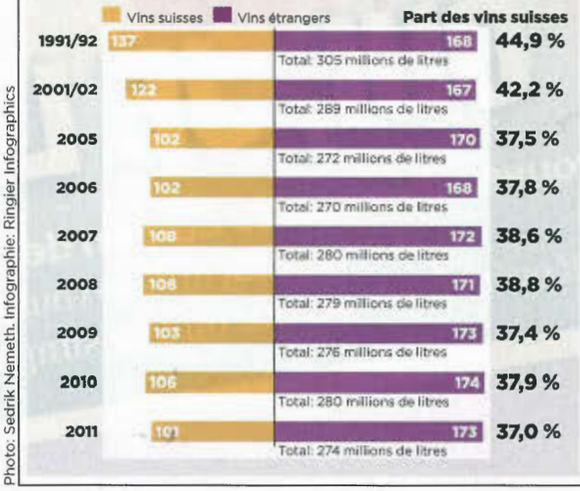
C'est quoi le marché du vrac? C'est la part vendue en gros contenants par les producteurs aux négociants et non pas mis en bouteilles à la propriété. Elle est composée de cépages et récoltes généralement moins nobles. Plus le vigneron compte sur cette production, plus il se trouve en difficulté en cas d'offre excédentaire. Tous les vignerons – et c'est la bonne nouvelle – ne sont donc pas logés à la même enseigne. «Ceux qui ont pris le virage du réencépagement, élèvent des spécialités, commercialisent sous leur nom et vendent à des privés ou à des restaurants s'en sortent bien», estime Thierry Constantin, président de l'Association suisse des vignerons-encaveurs section valaisanne. S'il compatit au sort des viticulteurs ne vivant que du raisin non transformé, il ne cache pas que certains de ses confrères ont pu commettre des erreurs, étendu leur domaine de vrac, misé sur les mauvais cépages, «construit des caves de luxe et acheté des Porsche Cayenne». Pour ceux-là, il ne peut rien.

SPIRALE DES PRIX VERS LE BAS

Au cœur de la tourmente, on ne trouve pourtant pas que de mauvais élèves. Ecoulant la moitié de sa production en vrac, Pascal Dance, vigneron à Lavaux *(lire en page 23)*, fait partie de ceux qui ont vécu l'importation de chasselas allemand par la grande distribution (en 2009-2010) à moins de 1 franc le kilo selon nos informations, comme une trahison. «Elle achèterait aussi du merlot italien à 40 centimes le kilo pour le revendre près de 7 francs la bouteille», prétend un négociant. On comprend vite que l'intérêt des grandes surfaces à vendre du vin étranger est proportionnel à leurs marges. Personne en Suisse ne peut régater. Et pourtant. On a vu des annonces édifiantes ces derniers temps dans les tous-ménages. Ici, une syrah du Valais à 5 fr. 95 avec un rabattement de 20%: 4 fr. 76 à la caisse. Là, un chasselas romand en promotion à 2 fr. 79. Même si ces offres alléchantes sont des prix d'appel, après déduction de la valorisation et de l'emballage, on atteint 2 fr. 46 et 1 franc le

LES VINS SUISSES EN TROIS STATISTIQUES

Consommation L'enjeu est de regagner des parts de marché sur les vins étrangers.



Production indigène La baisse globale s'est reportée sur la production

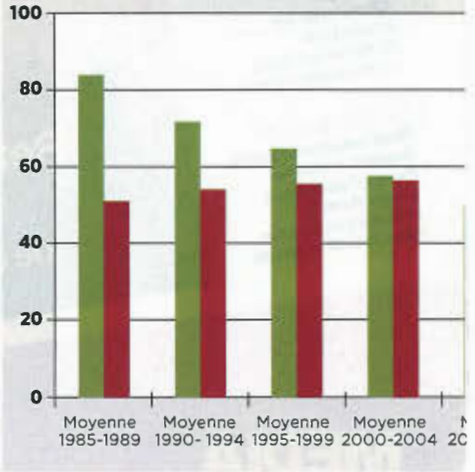


Photo: Sedrik Nemeth. Infographie: Ringier Infographics

U VIN EST SOUS TENSION

Et pourtant de nombreux producteurs voient leur revenu fondre face ce des vins étrangers. Etat des lieux.

kilo de raisin respectivement. «Le bradage, par les hard discounters, de petits volumes de vin d'appellations très bien positionnées ont un petit effet économique pour le vendeur mais un grand effet psychologique sur le consommateur. Cela péjore des années d'efforts collectifs», prévient Gilles Besse, œnologue de la cave Jean-René Germanier, à Vétroz, et président de Swiss Wine Promotion.

«Nous sommes en quelque sorte condamnés à la qualité»

Laurent Favre, président de la FSV

Des prix qui chutent. Un marché de vrac ample et opaque. Des vins étrangers qui grignotent chaque année du terrain sur les vins indigènes, les reléguant désormais à 37% de parts de marché. Comment sortir la tête de la cuve face à cette concurrence étrangère? Tout le monde n'a pas le même avis au sein de la corporation. Les plus bruyants et les plus agités «montent à Berne» en tracteur pour défendre une politique hyperprotectionniste. Ceux-là défendaient la motion d'Oskar Freysinger rejetée en septembre par le Conseil national visant, au moment de l'attribution des contingents, à favoriser les importateurs qui jouent le jeu des vins suisses.

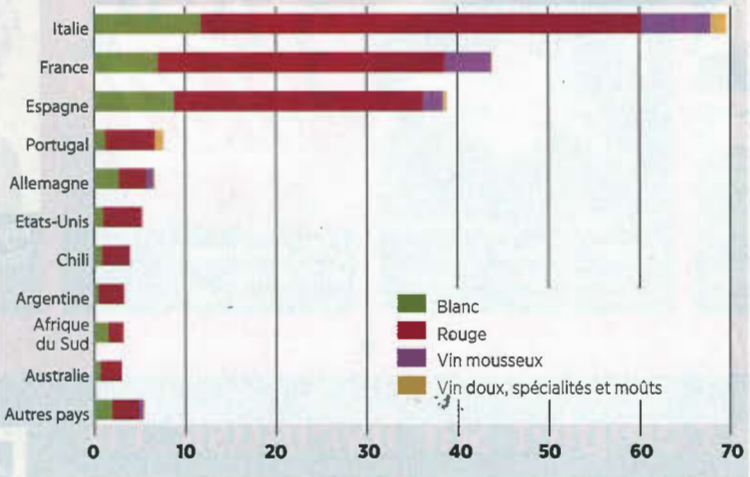
D'autres ont une approche beaucoup plus libérale quoique très alerte, comme le président de la Fédération suisse des vignerons (FSV) et conseiller national Laurent Favre, qui n'a pas ménagé ses efforts, ces dernières années, en faveur de la promotion et de l'innovation sur ce marché. Parmi l'ensemble de mesures qu'il fixe pour éviter une «crise durable» dans la branche: l'assainissement des stocks. Sa motion visant à soutenir le déclassement des AOC à hauteur de 15 millions de francs pour aider les vignerons à alléger le marché des conséquences négatives du franc fort fait débat aux Chambres fédérales. «C'est le seul instrument à court terme pour éviter le dumping sur les prix.» Sur la durée, il s'agit de miser sur l'innovation, la haute qualité des produits et une offensive promotionnelle. Vu nos coûts de production, c'est une évidence. Nous sommes en quelque sorte condamnés à la qualité. Pour juguler les effets de la concurrence des vins étrangers et de la baisse de la consommation, la motion de Hugues Hitpold demandant l'adaptation du contingent d'importation selon l'évolution de la consommation en Suisse me paraît la solution la plus adaptée et crédible.»

L'EXEMPLE DE L'AUTRICHE

Tous se rejoignent sur un aspect: la communication des vins suisses est défaillante. Il faut intensifier le marketing *(lire l'interview de Gilles Besse)*. Comme en matière de tourisme, l'Autriche est citée en exemple. Elle s'est totalement relevée du scandale des vins à l'antigel dans les années 80 et exporte aujourd'hui 25% de sa production. «C'est un art de produire ce que le marché demande», rappellent les viticulteurs. C'est donc au prix de ces efforts cumulés que le marché du vrac, sujet aux aléas du climat comme toute l'agriculture, pourra être endigué et que les vins suisses triompheront. Non pas sur le dos du consommateur. Et surtout pour le bien du vigneron. ■

(en millions de litres)

de consommation suisse uniquement.

Importations de vins étrangers

En 2011, les importations ont atteint 189 millions de litres.