

Soif de...

...nouvelles du vin vaudois. En effet, pendant ce premier semestre 2007, il a joué de nombreuses cartes, exploré des champs d'activité encore inconnus pour lui, en manifestant une saine curiosité, un appétit bien aiguisé et une joie de vivre réjouissante. S'il a volontiers suscité les rencontres, il a aussi été présent lors d'événements majeurs, pour sa propre dynamique certes, mais aussi pour l'image de la Suisse. Seul ou en association avec d'autres entités, il a montré d'étonnantes facettes de sa lumineuse personnalité. D'ailleurs, la recette que nous propose notre nouvel ambassadeur des vins vaudois en Argovie, le Restaurant Zur Mühle, à Oberentfelden, illustre sans complexe cet «appel du large»: l'accord mets et vin du couple Hansueli et Barbara Zuber-Rey unit amoureusement l'Ecosse au Pays de Vaud. Savourez-le sans modération! (FZi)

En urac

par Françoise Zimmerli

Le rendez-vous de Saint-François



Depuis six ans, Millésime est désormais le rendez-vous apprécié des Lausannois sur la place Saint-François. Malheureusement, les 4 et 5 mai derniers, le temps maussade et la pluie ont quelque peu gâché les retrouvailles de la population de la capitale et du vin vaudois. Malgré une fête soigneusement orchestrée, des producteurs motivés, des partenaires enthousiastes et des animations à profusion (1), il a fallu plier bagage plus tôt que prévu le second jour. Mais quelques vigneron stoïques et des visiteurs conquis par cette ténacité (2) ont choisi de braver les intempéries, en fraternisant autour du vin vaudois et en pariant sur le retour du soleil l'an prochain.



Photos: R. Crüll, OVV

Révélation

L'Office des Vins Vaudois propose désormais une respiration bienvenue dans la vie particulièrement active de ceux qui s'engagent en faveur des vins de notre canton. Le 7 mai dernier, plus d'une soixantaine de restaurateurs et négociants en vins ont répondu à son invitation. Après La Côte, l'an dernier, ce sont les trois appellations septentrionales du canton qui ont eu l'honneur de recevoir ces professionnels cette année. Des sentiers viticoles du Vully vaudois (3) aux Côtes-de-l'Orbe, en passant par Concise dans l'AOC Bonvillars (6), les hôtes de l'OVV ont



Photos: Philippe Dutoit

eu la chance de découvrir le meilleur de ces contrées délicieusement hospitalières: des vigneron d'un grand professionnalisme tout d'abord, des orientations de vignes qui bénéficient d'un terroir et d'un ensoleillement exceptionnels, et des crus hautement qualitatifs qui ont bluffé les intéressés. Mais aussi des paysages romantiques à souhait ainsi que des lieux historiques, comme cette extraordinaire Chartreuse de La Lance (5), à Concise. Pour couronner le tout, les délicieuses spécialités culinaires préparées avec grand soin par Pro Terroir – le service traiteur des Paysannes vaudoises – et servies à bord du Corsaire (7), une péniche remarquablement



aménagée qui nous a emmenés de Cudrefin à Concise, en traversant le lac de Neuchâtel. Cette journée de détente s'est terminée au Domaine du Manoir, à Valeyres-sous-Rances (4), et a révélé tout le potentiel vitivinicole de ces trois appellations qui complètent à merveille la riche diversité des crus de notre canton.



Un avant-goût du printemps

Dix producteurs vaudois ont tenté l'expérience du salon Expovina-Primavera, à Zurich, sur le stand fédératif du vin vaudois. Du 15 au 22 mars, ils se sont frottés au public zurichois, plutôt connaisseur en matière viti-vinicole. Même si son intérêt est semble-t-il plus marqué pour les vins étrangers – s'agissant en particulier des jeunes adultes –, il n'en reste pas moins curieux de nature, donc ouvert à des produits indigènes qui répondent à sa vraie exigence. Le vin vaudois s'y emploie depuis l'an dernier avec plus ou moins de succès.



R. Crüll, OVV

Tee d'argent 2007

Malgré des conditions météo quelque peu contrastées – soleil et grêle dans la même journée –, la 2^e édition du Tee d'argent ou Challenge de l'Office des Vins Vaudois s'est déroulée le 7 juin dernier au Golf de Lavaux. La Fédération des caves viticoles vaudoises a dispensé un accueil chaleureux à la soixantaine de participants au club-house. Fidèle partenaire de la manifestation, la FCVV était représentée sur le site par son président Thierry Walz, ainsi que par La Cave Vevey-Montreux, la Société vinicole de Bex, l'Association viticole de Lutry et les Caves Cidis. Des dégustations de vins vaudois étaient organisées toute la journée sur la terrasse et sur le parcours, au «turn». Les 23 équipes en lice se sont rapidement éparpillées sur les fairways dans le but de décrocher les nombreux prix qu'elles convoitaient.



Photos: Golf Events

Au terme d'une compétition acharnée – cependant perturbée par la grêle –, les premières équipes en net et en brut ont reçu des caisses «Harmonie» – un assortiment de 14 nobles crus issus des caves viticoles vaudoises –, alors que les teams suivants étaient récompensés par des cartons de six bouteilles.

Quant à Esperança Diogo, elle a remporté le concours de putting et un carton «Anthologie». Les invités se sont ensuite retrouvés autour d'un accord mets et vins maîtrisé à la perfection par les restaurateurs du Golf de Lavaux: une agréable manière de clore la soirée.



En haut: Robert Crüll (à dr.), directeur de l'Office des Vins Vaudois remet une caisse «Harmonie» à l'une des équipes gagnantes.
Photo ci-contre: Thierry Walz, président de la Fédération des caves viticoles vaudoises a le sourire au moment des récompenses.

Du vin dans les voiles

Photos: R. Crüll, OVV



Le terroir vaudois présent en finale de la Coupe de l'America 2007! Ce fut d'abord un scoop, mais, au final, une évidence. En effet, mise sur pied et organisée par Pierre-Yves Kursner (8, à g.), vigneron à Féchy et Pierre-Alain Urfer, agriculteur à Champvent, la présence vaudoise au bar Defender du défi suisse Alinghi, à Valence, a connu un formidable succès du 20 juin au 7 juillet. Mais les deux compères n'assuraient-ils pas, depuis le départ

8



© Verissimo

déjà, vouloir «associer les spécialités du terroir à forte valeur ajoutée à cette Suisse sportive et technologique qui gagne». Et de renchérir «qu'il faut cesser les fausses pudeurs et oser nos produits régionaux à l'étranger». C'est ainsi que galvanisés par les partenariats décrochés grâce à leur enthousiasme – Présence Suisse, Pays de Vaud, Pays de terroirs, Saucisson vaudois IPG, Quesos de Suiza (la filiale espagnole de Swiss Cheese Marketing) et les maisons de vins Kursner Frères, à Féchy, Bolle & Cie SA, à Morges, et Château de Châtagneréaz, à Mont-sur-Rolle –, ils ont fait du bar Defender le rendez-vous préféré des aficionados d'Alinghi, toutes nationalités confondues. Une quinzaine d'Helvètes soutenus par un staff espagnol y ont servi la fondue, servie debout autour de l'«arbre à fondue», ingénieuse structure créée par les organisateurs. La fondue fut le produit phare du bar qui proposait également d'autres délicatesses bien de chez nous, le tout accompagné de vins de La Côte (deux blancs, un rosé et un rouge). L'exercice parfaitement réussi de cette 32^e édition de la Coupe et la victoire d'Alinghi encouragent



9



10

le duo Urfer-Kursner à imaginer un projet encore plus ambitieux pour la prochaine édition, en 2009.

Grâce à la promotion économique romande, GateWest Switzerland, le port de Valence a porté fièrement les couleurs suisses. Plusieurs manifestations ont été mises en place dont la journée officielle suisse, qui a bénéficié de la présence de Micheline Calmy-Rey, présidente de la Confédération (en compagnie de Rita Barbera, maire de Valence, sur la photo 9). Et juste avant de quitter ses fonctions, c'est aux fourneaux que la conseillère d'Etat Jacqueline Maurer-Mayor a consenti à donner un coup de pouce à Robert Crüll, directeur de l'Office des Vins Vaudois (à dr. sur la photo 10).

Nouvel ambassadeur des vins vaudois

Vous êtes adeptes des after-works, vous aimez déguster du vin servi au verre dans un cadre urbain et tendance: le Cellier Saint-François, à Lausanne, répondra à votre attente. Situé au sous-sol du tea-room, le décor et les nectars proposés valent le détour. Le vin vaudois est bien sûr à l'honneur, accompagné de tapas élaborés pour créer des

accords mets et vins originaux. On se croirait à Valence, non? Au moment de la remise de la plaque, le 15 juin dernier, Olivier Pouly, propriétaire de l'établissement, Cédric de Pontbriand, gérant du bar, et Kurt Egli, président de l'Office des Vins Vaudois (11, de g. à dr.), semblaient presque le confirmer. Ne manquaient que le port, la mer et... Alinghi.

11



R. Crüll, OVV

Cellier Saint-François
Place St-François 5 – 1003 Lausanne
T 021 321 13 68 – F 021 321 13 67
www.banquets-et-saveurs.ch
cellier@banquets-et-saveurs.ch
Ma – sa: dès 16 h

Lavaux

D'historique, Lavaux devient tendance. De nombreuses initiatives fleurissent ici et là pour magnifier son nom. Est-ce dû à son inscription au Patrimoine mondial de l'Unesco? Pas seulement.

Ainsi, les appellations de Lavaux planchent depuis 2004 sur une étiquette (13) et un logo (14) fédérateurs. Si les premières esquisses ont été réalisées en 2005, l'aboutissement du projet date de l'an dernier, à quelques encablures de la reconnaissance de Lavaux par l'Unesco. Heureux hasard ou acte délibéré? Plutôt la nécessité de se profiler clairement, alors que de nombreux touristes devraient déferler prochainement dans la région. Avec sa mosaïque d'appellations et sans fil conducteur pour s'y retrouver, Lavaux ne pouvait faire l'économie d'une mise en forme globale. C'est désormais chose faite. Et, ma foi, avec talent! L'étiquette est l'œuvre de Camille Aubry, graphiste à Mâcon, et le logo celle de Pierre Ponnaz, gra-

phiste à Chenaux. L'étiquette cadre, présentée par la maison Obrist SA à Vevey, a d'ailleurs obtenu le 1^{er} prix du «Coup de cœur» 2006 de la Confrérie de l'Etiquette, le 28 avril dernier. Chaque négoce ou vigneron a le loisir de l'utiliser pour les bouteilles de son choix, pour autant que le vin soit issu de l'AOC. Seule la partie inférieure de l'étiquette peut être personnalisée. Quant au logo, il apparaîtra sur de très nombreux supports, pas encore tous définis par la Communauté interprofessionnelle des vins de Lavaux (CVVL). Cela ne saurait tarder.

Initiatives privées aussi avec, à Cully, l'élégante collection de Fred Blondel de la Cave de la Cour: six bouteilles d'un Epesses chasselas sur lies, dont chacune porte une lettre composant le nom Lavaux (12). A Savuit, Nicolas Pittet et son complice Pierre-Alain Dutoit ont lancé en 2005 déjà un chasselas habillé d'une étiquette Lavaux, un patrimoine mondial, parce que, disent-ils, c'est mondial de vivre ici.

Bref agenda:

7 – 9 septembre: Grandvaux, Village de l'Etiquette
www.grandvaux.ch

7 – 9 septembre: Saint-Saphorin, Festival Offenbach
www.festivaloffenbach.ch (15)

9 septembre: la Route gourmande à Chailly-sur-Montreux

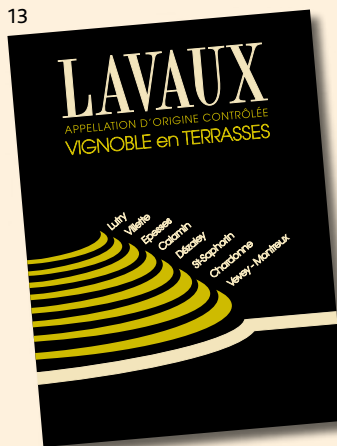
14 – 16 septembre: Festivitis – www.st-saphorin-vins.ch

22 septembre: Lavaux en fête (voir p. 21)

12



13



14



On le voit, ça cogite ferme dans le vignoble de Lavaux. Gageons que ce n'est que le début de l'aventure.

P.-S. Ça y est, cinq vigneron, membres de la première heure du comité «Sauvez Lavaux» ont offert le 27 juillet dernier une vigne à Franz Weber. Une parcelle de 40 m² entre Chexbres et Epesses, assortie d'une servitude d'exploitation assurant au bouillant défenseur de l'environnement la complète jouissance de la vigne et de son produit, soit une cinquantaine de bouteilles par an, habillées d'une étiquette créée pour l'occasion. L'intéressé qui vient de fêter ses 80 ans n'a pas boudé son plaisir.

15



Vive le vin Tendance!

Tout fier de son succès, *Tendance 9* élargit sa gamme. Offert jusqu'à aujourd'hui en élégantes bouteilles de 75 cl, il est désormais également disponible en pack de 4 bouteilles. Une nouveauté qui va à la rencontre de tous ceux qui souhaitent faire de *Tendance 9* (en blanc et en rosé) leur boisson quotidienne. Cette démarche novatrice a d'ailleurs été citée parmi les finalistes du Swiss Marketing Trophy 2007. www.tendance9.com



Haute couture pour flacons vaudois

par Alexandre Truffer

En Nouvelle-Zélande, quand un entrepreneur veut lancer une exploitation viticole, il doit, pour obtenir un prêt bancaire, présenter un business plan divisé ainsi: un tiers de l'argent sert à acheter le terrain, un tiers finance les installations de cave et un dernier tiers est réservé pour le marketing. Cette politique a permis au pays de quintupler le volume de ses exportations de vin en quinze ans.

En Suisse, rares sont les vignerons qui consacrent au marketing plus de quelques centimes par bouteille. Certains profes-

sionnels considèrent même que hors du bouche à oreille, il n'y a point de salut et qu'il vaut mieux ne pas trop mélanger vin et communication. Pourtant, à l'heure où le consommateur devient de plus en plus zappeur, passant sans hésitation d'un dézaley à un tokaj et d'un servagnin à un carménère, il paraît primordial de se démarquer pour ne pas disparaître dans la masse. Sans vouloir minimiser l'importance de la qualité du vin, il faut tout de même savoir que toutes les études scientifiques montrent que, pour le consom-

mateur lambda, l'habillage de la bouteille et l'image de la cave jouent un rôle essentiel lors de l'achat. Ceci d'autant plus lorsque, comme au restaurant ou dans un commerce, l'offre est très conséquente. Toutefois, la vision des encaveurs change petit à petit et, ces dernières années, le marketing viticole a commencé à trouver sa place dans le vignoble helvétique. En voici un exemple intéressant avec la philosophie qui le sous-tend.

Les nouveaux atours de l'Association Viticole d'Yverne

Depuis peu, l'Association viticole d'Yverne a entrepris une mue pour devenir les *Artisans Vignerons d'Yverne (AVY)*. La coopérative, qui regroupe 120 propriétaires de la commune, désirait modifier son image devenue vieillotte. L'entreprise chablaisienne a donc fait appel aux services d'Anouk Danthe. Cette professionnelle de la communication a exercé ses talents dans l'horlogerie de luxe avant de se lancer en indépendante dans le marketing viticole. Elle précise que son métier ne consiste pas à apposer un maquillage sur un concept pour le vendre. Elle ne cherche pas non plus à tout révolutionner, mais à utiliser les atouts cachés qui existent déjà pour rendre cohérents l'image donnée, le produit fini et la philosophie du producteur. Cette vision du marketing constitue la marque de fabrique de la jeune femme à qui l'on doit le développement de l'image d'Arte Vitis et de Clos, Domaines & Châteaux.



La commission marketing de l'AVY. Devant, de g. à d.: Patrick Ansermoz, Margrit Monod, Anouk Danthe et Marco Mayencourt; derrière, de g. à d.: Claude Bulliard, Jacques-Henri Müller et Jean-Pierre Cavin.

Afin de trouver un concept de base qui puisse durer un décennie sans prendre de ride, Anouk Danthe tente de comprendre quelle image le consommateur se fait des vins de la société, se demande quelle est la renommée de l'appellation, comment se place l'AVY par rapport aux autres caves de la commune, si on élabore du vin de masse ou,

au contraire, du vin haut de gamme et quel public apprécie les crus de l'association, ou lequel les néglige. Une fois ces questions posées, Anouk Danthe traque la substantifique moelle des vins qu'elle doit mettre en valeur en conversant avec ses géniteurs. Dans le cas d'Yverne, le concept d'artisan vigneron s'est rapidement imposé de lui-même dans

la réflexion, jusqu'à devenir le fil conducteur de la nouvelle identité de la coopérative. Il se retrouve ainsi en filigrane de tous les visuels. C'est pourquoi la plaquette de présentation des vins comporte des gros plans de mains de membres de l'AVY soignant la vigne, ce qui symbolise, bien évidemment, le côté artisanal du métier.

La métamorphose de l'image d'une entreprise, quelle que soit la taille de cette dernière, se déroule en plusieurs étapes. Une fois le concept de base déterminé, il faut élaborer une stratégie à long terme, définir des publics cibles, organiser les gammes de produits en fonction de ceux-ci. Selon les supports de communication, il devient nécessaire de décliner le graphisme afin qu'ils s'adapte le mieux possible à chaque élément (bouteille, carton, affiche, etc.), tout en conservant

les points essentiels qui permettent au consommateur de reconnaître immédiatement le produit comme étant de la main des vignerons de l'AVY.

A ce stade, il convient de choisir avec soin les professionnels qui s'occuperont de la graphie, de la photographie et de la mise en page, parce que ces aspects demandent un soin extrême. Sous peine de produire un résultat approximatif qui ne convaincra personne, ils ne peuvent être dé-

légués à l'ami qui dessine pour le bulletin du club de gym. En effet, la minutie apportée à chaque détail pourra elle seule donner la cohérence entre l'image et le produit capable de transformer le consommateur zappeur en ambassadeur de la marque. Une évolution de la clientèle nécessaire pour assurer un retour sur investissement qui, comme le rappelle Anouk Danthe, demeure la raison d'exister du marketing viticole.



Photos: Philippe Dutoit

Vin vaudois très «Open»

Cette première expérience de promotion à l'Open de Gstaad, du 7 au 15 juillet dernier (17), s'est révélée très porteuse en termes d'image. Malgré le froid en première période et la chaleur en fin de manifestation, le concept de promotion adopté pour le vin vaudois – dégustations gratuites de 9 différents crus (16) et vente de vins sur site – a conquis un public distingué, de prime abord plutôt orienté champagne. Pourtant,

l'intérêt que ce dernier a manifesté pour nos vins et leur provenance nous a rapidement convaincus de l'intérêt de notre présence, qui s'est d'ailleurs renforcé en cours de semaine. Il faut dire que notre stand était idéalement situé en face de l'entrée, entre le bar et le restaurant, et qu'un grand écran transmettait les matchs en direct, permettant ainsi aux visiteurs de déguster tout en suivant les compétitions. L'accueil chaleureux et compétent de Sylviane et Ernst Born (18), dignes ambassadeurs de nos vins à Gstaad, compte beaucoup dans le succès du stand et dans les nombreux contacts – suisses ou étrangers – qui ont été noués. Un vin vaudois très «Open», en quelque sorte.

16



17



18



Photos: R. Crüli, OVY

Le Vacherin Mont-d'Or Suisse

c'est si bon...



Appellation d'Origine Contrôlée
Une Garantie d'Origine



Au four...



un délice



Sponsor Lausanne
Hockey-Club

Recette sur: www.vacherin-montdor.ch



CHAMPIONNAT DU MONDE
WISCONSIN USA

MÉDAILLE D'OR



La recette de nos Ambassadeurs



Que peut-il y avoir de commun entre la cuisine écossaise et les spécialités suisses, entre du whisky single malt et du vin vaudois? Rien, si ce n'est l'engagement de Hansueli et Barbara Zuber-Rey du Moulin d'Oberentfelden en Basse Argovie (dans l'ancien bailliage bernois). C'est dans ce vieux moulin construit en 1238 que le couple a réuni sa

passion pour les produits du pays et son amour pour l'Ecosse. Pain fait maison, bœuf Angus, saumon, fameuse grouse (poule des marais), 30 sortes de fromages, 300 whiskies single malt, 100 eaux de vie suisses, plus de 200 vins de 70 cépages et des 26 cantons (Vaud figurant en bonne place), cette maison, qui vient d'entrer guide au GaultMillau Suisse, avec 13 points, ne peut que réjouir les amateurs de grande diversité!

**Restaurant zur Mühle
Hansueli & Barbara
Zuber-Rey**
Schönenwerdstrasse 4
5036 Oberentfelden
T 062 723 74 04
www.swisscot.ch
Fermé le dimanche.



Purée d'agneau écossaise

Recette pour 4 personnes



*Le vin qui va avec: le Cabernet franc
de Pierre Alain Meylan, à Ollon*

Ingrédients

800 g d'épaule d'agneau (maigre), coupée en dés
Condiments pour viande
50 g de beurre
1 oignon, coupé en lamelles
1,5 l de bouillon de bœuf
1 botte d'oignons de printemps, partagés, fanes coupées en lamelles
1 botte de jeunes carottes, sans fanes, lavées
1 céleri, coupé en losanges
Sel, poivre et whisky pour assaisonner
5 radis
1 botte de ciboulette
1 pain à l'ail ou à l'ail des ours de votre boulanger

Préparation

Assaisonner la viande d'agneau et laisser tirer environ 15 min. Faire fondre le beurre dans une poêle, ajouter les oignons et étuver. Ajouter la viande et, sans la laisser se colorer, étuver jusqu'à obtention d'un liquide sirupeux. Ajouter petit à petit le bouillon et cuire la viande jusqu'à ramollissement (env. 40 min). Blanchir les légumes séparément dans de l'eau salée et les tremper dans de l'eau glacée. Ajouter la viande 10 min avant la fin de la cuisson, faire bouillir, assaisonner avec du sel, du poivre et du whisky. Dresser dans des assiettes creuses, garnir de radis et de ciboulette, puis servir avec le pain à l'ail ou à l'ail d'ours.

DÉCOUVREZ LES 5 ASSOCIATIONS VITICOLES DU CHABLAIS VAUDOIS



F. VOISARD, VILLENEUVE



Association Viticole de Villeneuve
Tél 021 960 17 60
info@avilleneuve.ch

Association Viticole d'Yverne
Tél 024 466 23 44
avy@span.ch



Société Viticole de Bex
Tél 024 463 25 25
info@vinicole-bex.ch

Association Viticole d'Ollon
Tél 024 499 11 77
info@avollon.ch



Association Viticole d'Aigle
Tél 024 466 24 51
info@vinicole-aigle.ch