

Jeudi 27 août 2009

## Les femmes ont apprivoisé le vin

On ne parle bientôt plus que d'elles dans nos médias. Les vigneronnes et les œnologues femmes ont les faveurs de la presse tant populaire que spécialisée. Leurs vins sont plaisants et harmonieux et font l'unanimité des plus grands gastronomes. Leurs personnalités charment, car pour la plupart, elles ne se prédestinaient pas forcément à ce métier. Elles, ce sont les Madeleine Gay et Marie-Thérèse Chappaz en Valais, Stéphanie Delarze et Noémie Graff sur Vaud, Emilienne Hutin à Genève et Irene Grünenfelder aux Grisons pour ne retenir que celles-ci. Il y en aurait bien d'autres qui mériteraient d'être citées!

Le succès des femmes s'explique prioritairement par des particularités qui les distinguent de leurs homologues mâles. Elles bénéficient sans doute d'une sensibilité olfactive plus exercée, elles obtiennent la qualité dans leurs crus par des méthodes innovantes se libérant plus aisément des pratiques traditionnelles enseignées par leurs aînés et elles suscitent l'admiration parce qu'elles réussissent souvent avec talent dans un métier que l'on croyait réservé à la gent masculine. Avec le temps, les mentalités changent à leur égard. Si le vin a été un symbole fort de la civilisation occidentale pendant des millénaires, les femmes nous démontrent désormais que l'évolution occidentale passe par la féminisation de l'art vigneron. Les hommes et les jeunes vigneronnes en particulier ne démeritent pas pour autant mais il faut bien reconnaître qu'ils ont actuellement plus de difficultés à se faire une place sous le soleil mé-

diatique. Les femmes ne brillent par ailleurs pas seulement dans la production de vin mais avec une présence toujours plus marquée dans des milieux proches de la vigne et du vin. Citons la présidence des vigneronnes-encaveurs suisses, les directions de la Fédération suisse des vigneronnes, de l'Union suisse des œnologues et de Vitawiss. N'oublions pas non plus, le ministère de la viticulture dirigé par Doris Leuthard.

Nommons encore au titre de renversement culturel des genres, la noble Confrérie des vigneronnes qui dans une docte assemblée récente a accepté pour la première fois une dizaine de consœurs dans ses rangs!

Sous l'angle de la consommation de vin, il faut rappeler que les femmes sont les principales acheteuses de vin en grande surface. Ce marché, à lui seul, représente près de 60% du vin consommé en Suisse. C'est dire si leur décision d'achat est primordiale sur le plan économique. On s'étonne que cette réalité ne soit pas mieux prise en compte dans les stratégies de vente des principaux acteurs du commerce de vin. La part de consommation des femmes devrait augmenter encore si l'on en croit les très nombreux films et séries américaines dans lesquelles elles savourent un verre de vin. «Les femmes parlent aux femmes» serait à n'en pas douter, un concept de marketing à mettre en chantier sans tarder pour promouvoir le vin suisse.

**PHILIPPE HERMINJARD**  
*Centre Patronal*



---

SI LE VIN A ÉTÉ UN SYMBOLE DE LA CIVILISATION OCCIDENTALE PENDANT  
DES MILLÉNAIRES, LES FEMMES NOUS DÉMONTRENT DÉSORMAIS  
QUE L'ÉVOLUTION OCCIDENTALE PASSE PAR LA FÉMINISATION DE L'ART VIGNERON.