

# Surprendre et séduire

C'est en ces termes que l'Office des vins vaudois (OVV) a présenté à la presse sa stratégie de promotion.

Pour séduire et pour surprendre le consommateur, l'OVV se donne plusieurs instruments de promotion dont l'action débute déjà au niveau de l'élaboration des vins et de la reconnaissance de leur qualité.

Pour cela, il a été fait recours au patronage de l'Union suisse des œnologues (USOE). En effet, la corporation des œnologues a pour objectifs non seulement de fédérer la profession mais, selon les explications de Simone de Montmollin, directrice de l'USOE, elle vise également la mise en valeur des vignobles suisses par des vins de qualité. Pour répondre à ce dernier objectif, elle propose ses services dans la mise en place de concours de vins. Règlements de concours, harmonisation des critères d'évaluation et validation des procédures sont autant d'aspects qui renforcent le sérieux et la crédibilité des différents concours. A tel point qu'un vin primé sous le patronage de l'USOE a de bonnes chances de l'être ensuite dans des concours internationaux.

Ce service, l'OVV en a bénéficié lors de la dernière sélection des vins vaudois de mai 2005 qui concernait pas moins de 739 échantillons. Les résultats et le classement du concours sont disponibles sur le site [www.ovv.ch](http://www.ovv.ch). Avec 96,8 points, c'est un Yverne «A la George» de Charly Blanc et fils qui remporte la palme.

## INTERPROFESSION

Sur le plan de la structure des organisations viticoles, la nouveauté est la création de la Communauté interprofessionnelle des vins vaudois présidée par Gilles Cornut. Sans entrer dans le détail de ses structures, on retiendra de cette organisation qu'elle réunit les deux familles qui gravitent autour des métiers du vin, à savoir la production et le commerce.

Comme toutes les interprofessions, qu'elles soient du fromage, des céréales ou du vin, elle est composée d'acteurs aux intérêts parfois contradictoires mais ce qui fait sa force, ce sont les objectifs communs à tous. La coordination de la production et du marché, la politique vitivinicole et la promotion en sont des exemples.



AGRI

**GILLES CORNUT**, président de la Communauté interprofessionnelle des vins vaudois.

## SUPRENDRE

Face à la situation difficile du marché du vin, Robert Crüll, directeur de l'OVV, a déclaré que les maîtres mots pour reconquérir des parts de marché sont «surprendre et séduire».

Surpris, nous l'avons été par le discours décoiffant de Pier Paolo Pugnale. Auparavant actif dans le domaine pharmaceutique, ce consultant plaide pour un nouveau positionnement de la viticulture vaudoise face aux consommateurs. Une attitude active plutôt que réactive. Son concept baptisé «Plaisir et santé» vise à satisfaire le consommateur sous deux angles, celui de l'hédonisme, puisqu'il semble que la mode soit au plaisir immédiat, et celui de la santé, qui n'est pas moins en vogue. Pier Paolo Pugnale affirme que le vigneron ne subsistera que si il sait s'adapter au changement de mode de vie du consommateur. Pour cela, il mentionne le conditionnement du vin en briques, en canettes, du vin pétillant et d'autres nouveautés à créer, rappelant avec humour, que le consommateur chinois n'est pas forcément attaché à la bouteille vaudoise.

Pour élaborer ce nouveau concept, son promoteur plaide pour un travail en réseau où chaque acteur de la filière puisse faire passer ses idées en dehors de toute structure hiérarchique. Il propose d'intégrer, dans ce réseau

également, ceux pour qui la consommation d'alcool est un fléau. Non dans l'objectif de les convaincre, mais de comprendre comment limiter les effets néfastes. Sur le plan de la santé, ce réseau aurait pour mission de réunir toutes les études scientifiques attestant des effets bénéfiques du vin sur la santé. Cela permettrait d'inventorier les habitudes de consommation bénéfiques et de les mettre en avant dans la communication. Si le contenu et les exemples cités par Pier Paolo Pugnale laissent parfois dubitatif par leur côté farfelu, il faut reconnaître que dans sa forme le concept est intéressant. En effet, analyser le contexte social, identifier des opportunités et adapter son offre à ce contexte en mutation, c'est ni plus ni moins faire de la gestion stratégique et préparer le secteur viticole à l'avenir.

## SÉDUIRE

Séduits, nous l'avons aussi été. Par la présentation des cinq premiers lauréats de la sélection des vins vaudois de mai 2005. Une présentation qui ne laissait aucun doute sur les compétences du milieu viniviticole à produire des vins de haute qualité. A tel point qu'en conclusion, Robert Crüll devait affirmer: «Nous avons, avec ces vins, un problème de succès», la demande ne pouvant pas être satisfaite.

**CHRISTIAN PIDOUX**