

# Eclairage

## Des œnothèques au pays des vignes

**Vins** Les détaillants vivent en bonne intelligence avec les vignerons de La Côte. Mais ils subissent la pression de la grande distribution. Tour d'horizon.

DOSSIER RÉALISÉ PAR  
VINCENT LEHMANN

Dans une région fière de ses produits viticoles, les œnothèques parviennent à trouver leur place dans un marché pourtant largement dominé par la grande distribution. C'est d'ailleurs la concurrence de cette dernière dont les détaillants disent sentir la pression, bien plus que celle des centaines de vignerons locaux avec qui ils cohabitent sans peine.

Les interlocuteurs rencontrés affirment vivre en une bonne intelligence toute helvétique. Nous nous sommes spécialisés dans un marché de niche, explique Grégoire Abegglen, de Vini Toscani (Perroy), en nous concentrant sur les vins de la Toscane exclusivement. En proposant des produits de toute l'Italie, il serait impossible de garantir la qualité de tout ce qui serait en vente. Par éthique, le choix a été fait de ne proposer que quelques vins blancs dans l'assortiment, pour ne pas nuire aux producteurs locaux.

### Sous pression des supermarchés

On constate même une certaine forme d'émulation entre «œnothécaires» et vignerons. Si les premiers n'hésitent pas à organiser des dégustations pour fidéliser leur clientèle, les seconds ont compris qu'il ne suffisait plus d'attendre le client au caveau. A Bursins, la famille Beetschen inaugurerait récemment sa propre œnothèque, destinée à mettre en valeur les vins du domaine dans un cadre s'inspirant des lounges urbains.



Etienne Roux, de La Cave à Jules, considère que, pour une première visite chez le vigneron, un client n'aura pas toujours envie d'acheter six bouteilles. Ici, il peut goûter et comparer. S'il aime, il ira plus volontiers se fournir ensuite en plus grosses quantités chez le producteur. Alexis Voelin

La grande distribution, ses prix bas et l'ampleur de son choix, préoccupent beaucoup plus les détaillants. La parade: se concentrer sur les produits atypiques et les petits domaines, dont les faibles volumes n'intéressent pas les grossistes. Nous n'avons pas de contrat d'exclusivité avec nos producteurs, souligne Grégoire Abegglen. Mais ils savent qu'il est dans leur intérêt de ne pas multiplier les distributeurs.

Une enseigne comme Coop, la plus grande cave de Suisse, ne permet à aucun détaillant de

régaler en matière de petits prix. Mais l'ampleur de son offre pousse les caves à vins à proposer des produits inédits et de qualité, tout en soignant le rapport à la clientèle. C'est pour un conseil avisé que l'on pousse leurs portes. Tout vin qui veut trouver sa place chez moi ne doit pas être trouvable en supermarché, assène Laurent Royer, qui dit ne pas craindre la concurrence des grandes surfaces, mais déplore le pouvoir des centrales d'achats sur les producteurs. En France, pour garantir des produits stables

d'année en année, énormément de vins sont «terminés» chimiquement, pour correspondre aux cahiers des charges.

### Le conseil qui fait la différence

Alain Gaillard, responsable des boissons et tabacs chez Coop pour la Suisse Romande, récuise de telles méthodes. Aucun cahier des charges ne lierait producteur et acheteur. Si ce dernier n'est pas satisfait, à lui de changer de fournisseur. Acheter des bouteilles, c'est

facile. Mais avec les achats en vrac, on a souvent affaire à des vins qui ne sont pas encore filtrés ou qui n'ont pas fini leur fermentation. Ça implique d'être au top, de suivre une formation très poussée. Les vins achetés en gros, en France, en Italie ou encore au Chili, sont mis en bouteille sous des appellations «maison» à Pratteln (Bâle), en cuvée simple ou en assemblages. Alain Gaillard est conscient de l'importance de ne pas laisser le client seul face à un mur d'étiquettes: le conseil, c'est la grande force des œnothèques, et c'est quelque chose qu'on essaie de développer à notre tour. Les responsables de rayon de nos 30 plus grands magasins sont formés plusieurs fois par année.

Pour Blaise Hermann, directeur de la maison morgienne Bolle, tout passe en effet par le service personnalisé: être capable de cerner les attentes du client, même quand ce dernier n'est lui-même pas très au clair sur ce qu'il recherche... A l'image de cette quinqua distinguée, poussant la porte de la Cave à Jules, à Nyon: on cherche un vin, un bon vin, velouté... Le patron, Etienne Roux, a sa méthode. Il faut progresser par étapes. D'abord, la couleur: rouge ou blanc. Ensuite, l'origine; le goût, plutôt rond, plutôt sur le fruit. Enfin, le budget, extrêmement variable. Si vous proposez un très beau produit à 20 francs, beaucoup répondront: «Non! J'ai dit un bon vin!» Mais proposez un super cru et là, on vous dit «Ah non, c'est trop cher». Une diplomatie qui exige de la bouteille.



### Toujours sur la brèche

Le quotidien d'un détaillant? Il implique beaucoup de kilomètres à parcourir, que ce soit à pied ou en voiture. Pas question de s'enraciner derrière le comptoir. Outre les nécessaires visites aux producteurs ou aux grandes foires, chaque semaine apporte son lot de paperasses à remplir, de commandes à passer, de visites aux dépôts, de livraisons à réceptionner ou à effectuer chez les particuliers.

Laurent Royer (Photo VLE), qui ouvrirait La Côte des vins, à Rolle, il y a un an, totalise 60 000 kilomètres par an pour rassembler ses 500 références. Des visites qui finissent par tisser un réseau qui n'est pas exclusivement commercial, qui se base aussi sur des rapports d'amitié avec le vigneron, explique Patrick Fernandez, responsable des achats au Club des Amateurs de Vins Exquis (Gland).

### Concurrents, pas ennemis

L'offre vaste des œnothèques, un danger pour le vigneron? Philippe Rossier, président du Caveau d'Aubonne, y voit plus volontiers une chance de reconquérir le consommateur local. De nouveaux cépages (gamaret, garanoir) permettent d'élaborer des vins plus riches et structurés. C'est grâce à eux, et à des baisses de rendement drastiques bénéfiques à la qualité des vins, que nous avons pu regagner des parts de marché. Eric Barbay, président du caveau de Luins-Vinzel, ne se sent pas non plus menacé par les œnothèques. Il l'est d'autant moins qu'il colla-

bore, au domaine de Sarraux-Dessous, avec La Licorne, arcade morgienne appartenant à la maison Bolle. Les marchands peuvent aussi faciliter le contact entre l'amateur de vin et les producteurs locaux. Beaucoup de clients hésitent à se rendre directement à la propriété. En tant que détaillant, explique Etienne Roux, on a un choix très divers à l'unité. Pour une première visite au domaine, un client n'aura pas toujours envie d'acheter six bouteilles. Ici, il peut goûter et comparer, s'il aime, il ira plus volontiers se fournir ensuite chez le producteur.

### Profil Un métier qui ne s'apprend pas forcément sur les bancs de l'école. Beaucoup sont des passionnés en reconversion



Patrick Fernandez, responsable des achats au CAVE (Gland). VLE

Point commun des œnothécaires rencontrés: tous sont des passionnés, reconvertis après une formation ou un parcours professionnel souvent sans rapport avec le milieu.

- Etienne Roux a, durant dix ans, mené des recherches et des analyses génétiques au centre de transplantation de moelle osseuse à l'Hôpital cantonal de Genève. Client de l'ancienne Cave à Jules, il n'a guère hésité à changer radicalement d'orientation lorsqu'il apprit que

l'enseigne était à remettre. Après vingt ans de laboratoire, c'était le moment de changer. Ce nouveau job demande beaucoup d'énergie. C'est très physique, mieux valait donc ne pas attendre la retraite.

- L'histoire de Vini Toscani a débuté à Florence. Un projet originel de s'établir en tant que vignerons est vite abandonné. La famille Abegglen ne vinifiera pas son propre vin, mais fera découvrir les crus toscans à son entourage suisse,

en limitant au maximum les intermédiaires et en faisant des commandes groupées.

- Bien avant de gagner sa vie dans le négoce de produits métallurgiques en France puis en Suisse, Laurent Royer avait déjà fondé un club de dégustation à Charleville-Mézières (F). - Employé de commerce dans la distribution alimentaire, Patrick Fernandez a découvert le monde du vin à son arrivée au Club des Amateurs de Vins Exquis, à Gland (CAVE).