

## Viticulture

# Les vigneronns vaudois doivent reconquérir le cœur des jeunes

**Alors que les Caves ouvertes débutent demain dans le canton, une étude montre que les jeunes consomment peu de vins du cru**

Lauriane Barraud

Au rayon vins, hier à la Coop de Morges, Arnaud, 27 ans, attrape deux bouteilles de riesling alsacien sans aucune hésitation. «Les vins suisses et vaudois sont beaucoup plus chers», se justifie le jeune homme qui paiera moins de 20 francs à la caisse.

L'exemple du Morgien est symptomatique d'un problème qui a été identifié, par le biais de plusieurs études, en Suisse et dans le canton. D'une part, les jeunes découvrent le vin de plus en plus tard: 23 ans en 1999 contre 25 ans en 2013 (voir infographie). D'autre part, la proportion des vins vaudois consommés par les 18-29 ans est faible. Pour renverser la vapeur et séduire la jeune clientèle, les organismes, à l'image de l'Office des vins vaudois (OVV), comptent sur des événements comme les Caves ouvertes, dont la 4e édition se tient ce week-end dans le canton.

### Clientèle vieillissante

«Nous avons clairement des difficultés à exister auprès de la jeune clientèle, constate Philippe Herminjard, secrétaire général de Terravin, le label de qualité des vins vaudois. Nous devons nous remettre en question pour renouveler et intéresser la jeunesse vers des liquides issus du terroir.» Pour preuve, Terravin a mené une enquête lors de plusieurs salons spécialisés dans le monde viticole ainsi que dans plusieurs foires, l'an passé, afin de connaître le profil de ses consommateurs. Le verdict est sans appel: sur 3500 sondés, la proportion des 18-29 ans est de 4% seulement, contre 55% pour les 60 ans et plus. Selon le secrétaire général, la problématique mise en évidence par son label est la même pour le vin vaudois en général.

Un point que confirme Nicolas Joss, directeur de l'OVV. «En moyenne, nos consommateurs ont plutôt un âge avancé, souligne-t-il. Je pense qu'on a oublié d'instruire la jeune génération sur le vin vaudois. C'est pourtant une institution et ce vin fait partie de nos traditions.»

Sur le terrain, les vigneronns et les professionnels du vin sont moins catégoriques et constatent



**Découverte**  
Jonas Lin (à dr.), patron du Bar à Vin Linpasse, propose des crus locaux à ses jeunes clients. CHRISTIAN BRUN

un intérêt grandissant des jeunes pour leurs produits. «Depuis cinq ans, il y a un vrai retour des jeunes qui souhaitent consommer du vin local», souligne Xavier Bühlmann, vigneron à La Tour-de-Pella, qui estime qu'ils représentent près de 40% de ses clients. Du côté de Bonvillars, à la Cave des Viticulteurs, Olivier Robert, œnologue, livre quelques secrets pour attirer une nouvelle clientèle. «Nous es-

sayons de proposer des vins plus accessibles, plus ronds et plus aromatiques que le chasselas vaudois par exemple. C'est une clientèle qui recherche des cépages plus modernes et qui est moins touchée par la tradition.»

De la modernité, voilà justement ce que vise l'OVV pour toucher cette frange de la population. «Même si nous n'avons pas de campagne axée sur les jeunes en

particulier, nous essayons de les toucher», poursuit Nicolas Joss en citant l'exemple de la dernière campagne publicitaire, montrant tour à tour un jeune homme et une jeune femme drapés dans les couleurs vaudoises.

Car, en matière de marketing, la concurrence est féroce dans le monde des alcools, notamment au niveau de la bière ou des alcools forts. Pour l'OVV, les Caves

ouvertes, qui offrent davantage de convivialité, sont un bon moyen pour mener une opération séduction. Jonas Lin, patron de 28 ans du Bar à Vin Linpasse, à Morges, a d'ailleurs bien compris qu'il y avait un créneau à exploiter auprès des 18-30 ans. «Il ne faut pas oublier que les jeunes sont avant tout les clients de demain, précise-t-il. Au niveau marketing, il y a un élan positif. La forme des

## Prévention

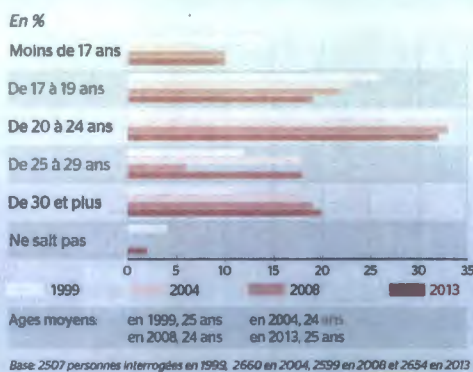
### L'alcool doit rester un plaisir

A l'Office fédéral de la santé publique, les tentatives des vigneronns de séduire les jeunes n'inspirent aucun commentaire particulier. D'avis qu'il ne faut pas tout interdire et que la consommation d'alcool doit rester un plaisir, l'entité préfère délivrer un message plus global. «On observe en général que plus les jeunes commencent tôt à boire de l'alcool, plus grands sont les risques qu'ils développent une consommation problématique plus tard. Les problèmes les plus fréquents rencontrés par les jeunes adultes (jusqu'à 25 ans) qui ont une consommation à risque sont l'ivresse rapide (binge drinking), l'intoxication, les problèmes à l'école et en formation, les accidents de la route.» E.BZ

bouteilles est plus design. Je pense que les vigneronns ont pris conscience qu'il était important de se renouveler.»

**Caves ouvertes** Un passeport est vendu dans les caves au prix de 15 fr. Il donne droit à un verre souvenir et à la gratuité des transports depuis les principales gares des régions viticoles. Programme sur [www.cavesouvertes.ch](http://www.cavesouvertes.ch).

### Age auquel on commence à consommer du vin



## Rude concurrence des vins étrangers

● Avec un pouvoir d'achat moins important que celui de leurs parents, les jeunes consommateurs ont tendance à se tourner vers les vins étrangers, moins chers que les crus helvétiques ou vaudois. Il suffit d'ailleurs de se promener dans les rayons dédiés au vin des grandes surfaces pour s'en convaincre. Alors qu'un blanc français d'Alsace se vend autour de 9 francs la bouteille, un chardonnay de La Côte affiche 13 francs.

«En Suisse, les parts de marché, en 2012, montent que sur 267 millions de litres de vin consommés, 97 millions de litres sont des vins suisses, dont

26 millions de crus vaudois, détaille André Fuchs, directeur de Schenk, à Rolle. Le reste concerne l'étranger.» Selon le



**André Fuchs,** directeur de Schenk à Rolle

responsable, la production de vins indigènes n'a jamais suffi à combler la consommation totale en Suisse.

Cette rude concurrence met en lumière un autre problème: le tourisme d'achat. En clair, de

plus en plus de Suisses passent les frontières pour ramener du vin de l'étranger. Pour Philippe Herminjard, secrétaire général de Terravin, quelque 20 millions de litres sont ainsi importés de France, d'Allemagne et d'Italie. «Peut-être que les jeunes sont plus tentés par ce tourisme que des retraités qui ont davantage de moyens», souligne-t-il. Pour lui, un autre élément tend à accentuer la forte concurrence avec l'étranger: le franc fort. Pour inverser la tendance, il faudrait, selon ces spécialistes du monde viticole, exporter davantage et reconquérir les parts de marché perdues en Suisse.