

Rose-Marie Jaccard, responsable des vins destinés au corps diplomatique (environ 150 ambassades et consulats dans le monde) explique: «La SWEA a été créée en 1958 afin de mettre sur pied cette sélection de vins suisses pour les représentations helvétiques. A l'heure actuelle, nous proposons 500 références. L'intervention du DFAE en 2013 a fait exploser nos statistiques. En 2012, nous avons fourni 26 000 bouteilles. En 2013, on avoisine les 62 500 flacons.» A noter que ces volumes, tout comme les vins vendus sur les avions de Swiss International Air Lines, ne sont pas comptabilisés dans les chiffres de l'exportation.

Corseaux: une coopérative met le cap sur l'Orient

«Dans les pays européens, nous sommes un minuscule vignoble sans notoriété face à des géants comme la France, l'Italie ou l'Espagne. En Chine, qui est un pays sans grande tradition œnophile, nous sommes juste un vignoble étranger parmi d'autres. Ils ont une vision du vin beaucoup plus globale.»

Gilles Rochat

«Nous devons développer de nouveaux marchés. La diminution de la consommation sur le marché intérieur, liée à divers facteurs comme l'introduction du 0,5%, la fin du rituel de l'apéro ou un manque de renouvellement de la clientèle alémanique, est une réalité qui nous

◀ Gilles Rochat (à dr.), gérant de la Cave des Vignerons de Corseaux-en-Lavaux et Ludovic Masson, président. La petite coopérative a osé s'investir à l'export.



© Sandra Culand

© Sandra Culand



oblige a sortir de notre zone de démar-
chage habituelle», argumente Gilles
Rochat, gérant de la Cave des Vignerons
de Corseaux-en-Lavaux, lorsqu'on lui
demande pourquoi une petite coopéra-
tive de 12 hectares s'aventure à Hong
Kong et à Shanghai. «Créée en 1916,
notre association regroupe 30 pro-
priétaires de vignes réparties sur les
communes de Corseaux, Chardonne
et Corsier», précise son directeur.
Septante pour cent de chasselas, un
cinquième de pinot noir et des spécia-
lités comme le pinot gris, le viognier,
le gamaret, le garanoir et le diolinoir
permettent à l'entreprise de mettre sur
le marché quelque 125 000 bouteilles
par année. «De 1999 à 2004, la situa-
tion était difficile, il a fallu remettre la
coopérative sur de bons rails. En 2005,
nous avons été fortement touchés par
la grêle. Ces péripéties ont impliqué
une réorganisation de la commercia-
lisation. Nous nous sommes d'abord
recentrés sur l'Horeca et, l'an passé,
nous avons décidé de nous orienter
vers l'exportation. Le conseil d'admi-

nistration est conscient que vendre en
Asie implique des investissements en
temps et en argent. Nous allons faire
un essai sur trois ans avant de tirer un
premier bilan.»

Mais pourquoi l'Asie plutôt que l'Alle-
magne, la Belgique ou l'Angleterre?
«Dans les pays européens, nous
sommes un minuscule vignoble sans
notoriété face à des géants comme la
France, l'Italie ou l'Espagne. En Chine,
qui est un pays sans grande tradi-
tion œnophile, nous sommes juste un
vignoble étranger parmi d'autres. Ils
ont une vision du vin beaucoup plus glo-
bale. Les restaurants veulent avoir des
crus de partout et prennent une ou deux
références par pays, ce qui nous offre
des possibilités que nous n'aurions pas
sur une table du Vieux Continent, qui
consacrera une grande part de sa carte
des vins aux bordeaux, bourgognes et
toscans, et une demi-page au reste
du monde, dans lequel peut éventuel-
lement figurer un vin suisse, déclare
Gilles Rochat. En outre, la Suisse a
très bonne réputation en Asie. C'est

une garantie de qualité et d'exclusi-
vité. Notre chasselas de Lavaux affiche
une étiquette assez rétro qui arbore
des récompenses du début du siècle.
Pour l'exportation, nous avons modi-
fié quelque peu cet habillage en préci-
sant visuellement l'origine helvétique
du produit. Lorsque j'étais à Shanghai,
les visiteurs mettaient presque tous
le doigt sur la croix blanche. C'était
quelque chose qu'ils reconnaissaient et
qu'ils appréciaient!»

Parti en exploration avec deux mis-
sions de la Swiss Wine Exporters
Association – à ProWein China, qui a
eu lieu à Shanghai en novembre 2013,
et à Vinexpo Asia-Pacific 2014, qui s'est
tenue à Hong Kong en mai dernier –,
Gilles Rochat est fier d'annoncer que
les premières commandes à destina-
tion de la Chine continentale ont quitté
la Suisse fin août 2014 et a bon espoir
de voir les premières caisses de son
chasselas débarquer à Hong Kong
avant la fin de l'année. ■

www.avc-vins.ch

▼ *La croix blanche sur les étiquettes: un signe de
reconnaissance et de qualité apprécié des visiteurs.*



(cont.)

The Corseaux cooperative heads East

Founded in 1916, this cooperative groups 30 wine-growers who between them produce 70% Chasselas, 20% Pinot Noir, as well as some specialties – in all about 125,000 bottles. In 2013 the cooperative decided for the first time to focus their efforts on export, specifically to Hong Kong and Shanghai. Their thinking is that in the traditional markets of the old continent they are small fry competing against the big, established producers, whereas in China they are one among many suppliers in a country where restaurateurs are keen to try anything new. Moreover, Switzerland has an excellent reputation in Asia for quality and exclusivity. After taking part in a couple of Pacific trade fairs, the cooperative has already managed to ship two orders to continental China!

Enhancing the image of Swiss wines

Gilles Besse, elected Swiss Wine Promotion president since 2012, has highlighted the great quality and diversity of Swiss wines today which deserve to be shown off to best advantage and publicised nationally and internationally. To this end, a new Swiss wine logo has been created by the Tyler Brülé agency, and a launch campaign should kick off this autumn.