

Le Courrier du Vin

BULLETIN D'INFORMATION SCHENK SA 1180 ROLLE

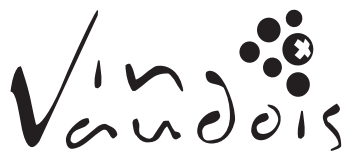
N° 82 MAI 2009

Pour plus d'informations, rejoignez-nous sur Internet: www.schenk-wine.ch

ÉDITORIAL

Un nouveau départ pour la valorisation des terroirs et des vins vaudois

Une nouvelle ère s'ouvre-t-elle avec l'arrivée de Nicolas Schorderet au poste de Secrétaire général de l'Office des Vins Vaudois ? Après les décisions prises de renoncer au traditionnel baptême de la vendange, de consacrer l'essentiel des ressources à la promotion et à la publicité, le Comité Interprofessionnel des Vins Vaudois a mis de l'ordre dans la maison. Nommé pour apporter du sang neuf, Nicolas Schorderet nous confie ses premières réflexions sur l'état des lieux et les pistes stratégiques qu'il envisage.



L'EXCELLENCE DES TERROIRS

Le Courrier du Vin: Une nouvelle orientation de la promotion des vins vaudois ne va pas sans une analyse préalable de la situation actuelle. Quel regard portez-vous sur l'état du marché et l'évolution des habitudes d'achat et de consommation ?

Nicolas Schorderet: Les indicateurs nous permettent d'observer une saturation du marché des vins. Face à une consommation mondiale qui tend à régresser – au mieux à se stabiliser – la production planétaire ne cesse de progresser. Lié à la globalisation marchande et à la dérégulation de l'économie, ce phénomène attise la concurrence internationale entre tous les pays producteurs, de l'Europe comme du Nouveau Monde. Partout, les rivalités s'exacerbent entre nations et entre régions viticoles. Conséquemment, le consommateur dispose aujourd'hui d'une offre de provenances extrêmement diversifiées, vaste et complexe dans ses types et styles de vins. Dans ces conditions, seuls les produits bien profilés, qui bénéficient d'une stratégie de vente offensive, d'un marketing et d'une communication solidement armés peuvent prétendre être gagnants.

D'autre part, il faut prendre en compte le changement radical et définitif du rapport qu'entretiennent tous les consommateurs avec le vin. Les études montrent que la consommation occasionnelle est devenue la norme, tandis que la consommation quotidienne est nettement minoritaire. Fondée sur l'hédonisme, sur le plaisir, cette consommation occasionnelle est beaucoup plus incons-

tante dans ses choix, dont on a vu qu'ils sont toujours plus abondants. Parce que l'on n'achète plus le même vin tous les jours pour tous les repas, on éprouve le besoin de faire de nouvelles découvertes, quitte à déboursier un prix relativement élevé pour un produit dont on attend qu'il vous surprenne et vous séduise, en même temps qu'il peut être un marqueur de votre goût auprès de vos amis ou dans votre entourage. Ces analyses doivent s'intégrer à tous les paramètres de notre réflexion et de notre politique. Avec la crise que nous traversons, d'autres incidences peuvent naturellement survenir et modifier les comportements d'achat. Il faut donc se montrer attentif à une actualité en perpétuelle mutation. Deux éléments semblent toutefois ne pas devoir subir de variations dans l'avenir: la montée irrésistible de la qualité des produits, jointe à une consommation en retrait.

C.V.: Restons au chapitre de la qualité pour évoquer l'image des vins vaudois dans l'esprit des consommateurs. Comment pensez-vous qu'elle est perçue, en Suisse alémanique notamment, qui représente notre marché potentiellement le plus important ?

N.S.: En aucun cas, on ne peut attribuer un recul de nos positions à une chute de la notoriété des vins vaudois, qui demeure fondamentalement bonne. C'est plutôt du côté d'une présence insuffisante dans le terrain qu'il faut chercher la cause de notre repli. Les relations directes et cordiales entre producteurs et consommateurs, telles qu'on les connaît dans notre canton, constituent toujours un atout primordial. Elles restent cependant limitées à un monde d'initiés, d'habitues, alors qu'il nous faut impérativement nous ouvrir à de nouvelles catégories de clients potentiels, plus jeunes, plus critiques, plus sévères dans leurs jugements.

En relation avec ce que nous avons dit précédemment, ces amateurs sont sensibles à un univers sensoriel plus riche. Ils surfent sur des vins de toutes origines, zappent, comparent, discutent. C'est vrai pour toutes les nouvelles générations, qu'elles soient d'ici ou d'ailleurs. Les efforts entrepris depuis maintenant plus d'une décennie pour apporter à nos Chasselas un caractère plus affirmé, une structure plus soutenue, indiquent la voie à suivre. Nous devons cependant poursuivre la diversification de notre encépagement en variétés blanches pour offrir des vins plus aromatiques, plus proches des tendances actuelles. Dans les vins rouges, qu'ils soient issus de monocépage ou d'assemblage, on constate également que l'accent est mis sur des constitutions plus robustes, plus jouvissives. Nul doute que l'apport de nouvelles variétés, telles que le Gamaret, le Garanoir ou encore le Diolinoir y est pour beaucoup, mais on ne saurait sous-estimer la réelle avancée opérée



Aux commandes de l'Office des Vins Vaudois, Nicolas Schorderet veut bâtir la notoriété de nos vins sur la marque «Vin Vaudois – L'Excellence des terroirs».

(Suite en p. 2)

avec des rendements mieux maîtrisés et des méthodes de vinification plus exigeantes. Tout ceci a un coût. En phase avec ce constat, une de nos missions essentielles réside donc dans la valorisation de nos vins, afin d'obtenir un rapport prix/qualité plus équitable et dynamisant pour nos producteurs.

C.V.: Comment dès lors affirmer notre singularité, la diversité d'expression de nos terroirs et le positionnement de nos vins ?

N.S.: La promotion de nos vignobles et de nos vins est inscrite dans notre logo porteur d'une marque: «Vin Vaudois – L'Excellence des terroirs». Liée à la diversité de nos appellations, de nos clos, domaines et châteaux, cette image fédère toutes nos régions de production sous une même et unique bannière. Avec toutes les références aux origines géographiques, historiques, humaines qu'ils comportent, nos crus offrent une diversité d'une incroyable richesse, propre à atteindre et à séduire une très vaste clientèle. Nous devons donc axer notre communication sur ce qui, aujourd'hui comme hier, représente la spécificité de nos vignobles: des vins issus d'une viticulture patrimoniale, à l'opposé des vins industriels, standard, uniformisés, mondialisés. Il faut construire sur le terrain du Heidiland, des valeurs traditionnelles, auxquelles les Suisses sont attachés. Nous devons encore plus largement faire connaître nos méthodes de culture respectueuses de l'environnement à des consommateurs de plus en plus sensibilisés aux enjeux de l'écologie et du développement durable. Dans le même ordre d'idées, nous devons jouer aussi la carte de la proximité, avec l'avantage pour le consommateur de disposer, près de chez lui, de produits et de services sûrs et fiables à moindres coûts.

Les conditions de notre réussite tiennent à une confiance absolue en la qualité de nos produits, obtenue grâce à de sévères et intègres règles de production. C'est ce message d'excellence que nous devons faire passer auprès des consommateurs, en veillant à capter les jeunes, tout en gardant les moins jeunes.

C.V.: Quels sont vos objectifs à court, moyen et long termes ?

N.S.: Dès le quatrième trimestre de cette année, nous allons développer une campagne médias de grande audience en Suisse alémanique pour renforcer notre image de marque «Vin Vaudois – L'Excellence des terroirs» dans l'esprit des consommateurs. Une extension de cette communication est prévue dans les stations touristiques durant toute l'année 2010. Nous souhaitons d'ailleurs que l'ensemble de notre filière vinicole se mobilise davantage dans le domaine de l'œnotourisme et déploie une véritable offensive de charme. Nous avons tout intérêt à profiter de la présence sur nos terres de visiteurs suisses et étrangers pour faire connaître nos produits et accroître leur notoriété.

Par ailleurs, nous étudions la mise en œuvre d'actions dans la grande distribution, en favorisant des politiques de promotion et d'animation de produits attractifs, compétitifs et bien ciblés.

Nous travaillons présentement à relancer l'appellation *Salvagnin*, sur la base du concept actualisé présenté dans les colonnes du *Courrier du Vin* de novembre 2008 (n° 81). Là encore, cette campagne en cours doit optimiser la relation entre la clientèle et le nouveau style du Salvagnin.

Avant de conclure cet entretien, est-il nécessaire d'insister sur les moyens limités dont nous disposons pour financer nos plans marketing et notre communication? On sait que la réorganisation de l'Office des Vins Vaudois a été bâtie sur des ressources accrues en faveur de la promotion et de la publicité, en jugulant les frais administratifs à une portion congrue. Nous veillons à respecter ce cadre rigoureux. Il faut néanmoins avoir conscience que, pour répondre aux attentes de la production et aux fortes pressions concurrentielles, le financement de nos activités, avec 2,4 millions de francs au budget, demeure un problème lancinant. Le mot de la fin sera pour dire que nous nous engageons avec énergie et plaisir dans cette action au service d'une nouvelle image des vins vaudois.

Consommation des vins vaudois de la classe AOC au 31 décembre 2008

	Blancs	Rouges
Stocks au 31.12.2007	28,28 mio litres	14,12 mio litres
Récolte 2008	20,73 mio litres	8,54 mio litres
Disponible	49,01 mio litres	22,66 mio litres
./ Stocks au 31.12.2008	27,33 mio litres	14,08 mio litres
Consommation	21,68 mio litres	8,58 mio litres
Couverture exprimée en mois	15,13 mois	19,68 mois



Château Maison Blanche fait son entrée dans «La Mémoire des Vins Suisses»

Née d'une initiative du journaliste Stefan Keller et de ses collègues Andreas Keller, Martin Kilchmann et Susanne Scholl, «La Mémoire des Vins Suisses» n'ouvre ses portes qu'à quelques rares élus. Seuls les vins qui, par leur stature, peuvent prétendre à un haut potentiel de vieillissement sont admis dans ce cénacle. Fin mars, à Genève, six nouvelles éminences ont rejoint les deux douzaines de membres déjà intronisés. Au nombre de ces valeureux impétrants, le Château Maison Blanche – Yvorne Grand Cru, qui confirme ainsi sa place dans le gotha des vins suisses. Régulièrement soumis à des tests de dégustation dans la durée, ces vins sont appelés à illustrer et témoigner de la capacité de longue garde de nos meilleurs crus. C'est ainsi qu'en novembre prochain, ils participeront au prestigieux «Grand Tasting», à Paris, pour une compétition internationale au sommet.

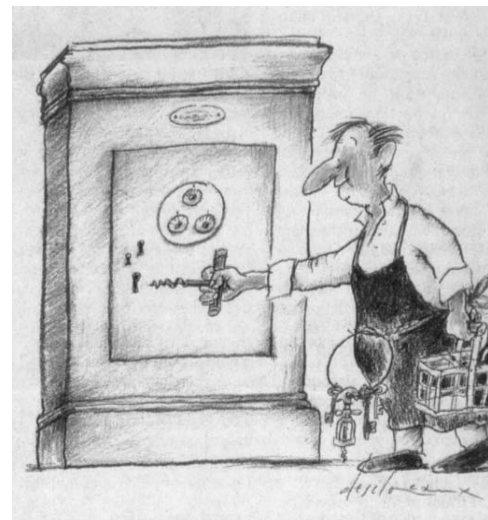


Illustration parue dans Le Monde du 25 avril 2009, en marge d'un article consacré à «La Mémoire des vins suisses» sous le titre «Les vins suisses prennent de l'âge».

NOUVEAUTÉ

Grapillon lance la bouteille 75 cl dans les commerces spécialisés



Plus attrayant, plus léger et rafraîchissant, mais toujours aussi sain, le «GRAPILLON» est proposé aujourd'hui comme «Nectar de raisins».

Une formule qui reste fidèle au «Pur jus de raisin sans alcool – 100 % jus de raisin», mais qui, grâce à une légère gazéification et un goût moins concentré, a l'avantage de mieux s'accorder aux loisirs et aux repas. Comme jusqu'ici, la distribution dans le secteur de l'hôtellerie-restauration, en bouteilles de 2 dl et 1 l, reste assurée par Rivella.

Nouveauté bienvenue, SCHENK conditionne désormais en parallèle le «GRAPILLON» en bouteilles 75 cl: une exclusivité réservée uniquement aux commerces spécialisés (détaillants, boutiques, œnotèques, etc.). Rajeunie, avec une forte identité, la nouvelle étiquette «GRAPILLON, C'EST SI BON!» met en valeur les qualités légendaires du produit, qui trouve la faveur et l'agrément du public dans sa version new style.

Millésime 2008: la patience récompensée

Après une très grande série de millésimes précoces, 2008 nous replonge dans l'atmosphère des années 1980. En effet, cette récolte nous a fait revivre des années où il faut savoir s'armer de patience et effectuer les vendanges au mois d'octobre, ce qui était la règle avant les années 1990.

L'année viticole

L'année viticole commence tardivement; il neige encore en plaine début avril; le débourrement se fait attendre; il s'effectue aux alentours du 27 avril (moyenne 1998-2007: 18 avril). Particulièrement chaud, le mois de mai (+2,8°C) permet à la vigne de progresser rapidement et de rattraper quelque peu le retard du début de saison. La floraison a lieu le 21 juin, soit quelques jours après la moyenne décennale (+5 jours). Le mois de juillet est un peu plus arrosé que la normale; par contre, août l'est moins, avec des températures qui dépassent les normes saisonnières. Le début du mois de septembre est particulièrement pluvieux puisque, entre le 5 et le 6, il tombe environ 120 mm de précipitations sur notre région.



Ces pluies provoquent un changement des conditions météorologiques en refroidissant l'atmosphère et les sols, ainsi qu'en créant une ambiance humide. Nous entrons donc brutalement dans la saison automnale. Par chance, dès la mi-septembre nous connaissons – comme en 2007 – un magnifique été indien qui permet à la maturation de s'achever dans des conditions idéales, à l'image des vendanges qui se déroulent sous un ciel des plus propices à la qualité.

La récolte

Effectuées entre le 5 et le 20 octobre dans d'excellentes conditions, les vendanges nous permettent de rentrer des raisins parfaitement sains et de bonne maturité: le Chasselas de 70 à 75°Oe, le Gamay de 80 à 85°Oe, le Pinot Noir de 87 à 90°Oe, avec toutefois des acidités totales relativement élevées. Ces paramètres

mettent bien en évidence les différences entre les cépages et les terroirs en soulignant leurs personnalités propres. Nous trouvons de plus grandes variations entre les régions, mais surtout entre les cépages qui développent des caractères et des personnalités très typées et affirmées.

La vinification

Les vinifications se déroulent sans problèmes; les vendanges tardives nous contraignent à vinifier des moûts plus froids qui, s'ils mettent en valeur les profils aromatiques, retardent en revanche sensiblement le déroulement des fermentations. Les fermentations alcooliques durent entre 10 et 20 jours, suivies d'un temps de latence et, parfois encore, de l'étape d'une nécessaire désacidification avant le départ de la fermentation malolactique qui, quant à elle, ne se termine souvent que dans le courant de janvier. Ce retard provoque un décalage de quelques semaines avant l'embouteillage, car les vins doivent encore se dépouiller et se stabiliser en profitant de l'hiver froid que nous avons connu en 2009.

Les vins

Ils se présentent avec des caractères très fruités, des notes minérales et une grande fraîcheur. Ils sont particulièrement précoces et se dégustent sans attendre. Les blancs sont fruités, frais et élégants avec une typicité affirmée. Les rouges sont tout aussi fruités avec des tanins souples et une rondeur très charmante. Ce sont des vins à consommer plutôt jeunes.

Bonne dégustation!

Alain Gruaz



Soleil d'octobre fait le bon vin! Nos vignes lui doivent une fière chandelle!

En partenariat avec le Castello di Querceto, Schenk prend pied en Toscane



Partageant les mêmes valeurs, toutes deux sociétés de famille, Schenk et le Castello di Querceto ont décidé de s'allier pour développer une stratégie coordonnée. Le partenariat a été conclu sur la base d'une forte participation minoritaire de Schenk dans le capital du Castello di Querceto, à Greve in Chianti, propriété de la famille François depuis 1897. Pour sa part, le Castello di Querceto apporte dans la corbeille de mariage ses 60 hectares de vignes au cœur du Chianti Classico, avec ses vins réputés dans le monde entier (Chianti Classico Riserva DOCG Castello di Querceto et Il Picchio, Super Tuscans – Single Vineyard Wines – IGT). Quant à Schenk, sa présence sur tous les marchés européens et dans certains territoires d'outre-mer – au travers de ses sociétés filiales – offre à Castello di Querceto une belle opportunité de mettre à profit ce vaste réseau pour mieux se profiler et consolider son expansion internationale. Du même coup, ce partenariat permet également à Schenk de renforcer son positionnement dans les vins italiens

haut de gamme. Classés aux premiers rangs des vins toscans dans des revues aussi notables que *Decanter*, *Wine Spectator*, *The Wine Advocate*, *Gambero Rosso* et *Vinum*, appréciés des connaisseurs, les crus du Castello di Querceto possèdent tous les atouts pour largement s'imposer en Suisse et à l'étranger.

Murviedro se classe en tête des bodegas espagnoles



On pavoise à Valencia! Lors du XIV^e Concours Zarcillo Awards 2009, considéré comme la compétition de vins espagnols la plus prestigieuse du pays, les Bodegas Murviedro ont tenu la vedette, en remportant trois médailles d'or, pour leurs «Estrella 10 2007 – DO Valencia», «Murviedro Expression 2006 – DO Valencia» et «Corollilla Crianza 2006 – DO Utiel – Requena», ainsi qu'une médaille d'argent pour leur «Cueva del Perdón 2006 – DO Alicante». En s'adjugeant ce pactole, les Bodegas Murviedro se classent en tête de tous les concurrents.

Cerise sur le gâteau, Pablo Ossorio, directeur technique des Bodegas Murviedro, a été sacré meilleur œnologue de la région Valence-Utiel-Requena par le Consejo Regulador éponyme. Un grand coup de chapeau à cet as de la vinification!

Et si, pour fêter ça, on s'offrait une flûte du Cava «LUNA DE MURVIEDRO», avec des tapas et un bout de Pata Negra...

Issu à 100% du cépage Macabeo – réputé pour produire les meilleurs cavas – ce «LUNA DE MURVIEDRO» a été élaboré selon la méthode classique, dite aussi traditionnelle, avec une deuxième fermentation en bouteille. Jaune pâle, ourlé de reflets verts, tout en fleurs et en fruits, il régale le palais de sensations tout à la fois fraîches et crémeuses dans une belle harmonie, couronnée d'une longue et brillante finale. Outre à l'apéritif, on vous le recommande avec les entrées. Service à 4-6°C.



Supérieurs aux 2007, les Bordeaux 2008 réservent d'excellentes surprises!

UNE ANNÉE CLIMATIQUE CONTRASTÉE

L'année 2008 à Bordeaux est un millésime tardif, à faible rendement, et qui a connu de nombreux accidents viticoles. Il se caractérise aussi par une humidité permanente, mais faible. Heureusement, dès la mi-septembre, des conditions climatiques exceptionnelles ont favorisé la maturité.

Avril

Le gel du 7 avril a touché de nombreuses régions viticoles et plus particulièrement Sauternes, Barsac, les Graves et Pessac Léognan, réduisant fortement le potentiel de récolte. Le mois est deux fois plus arrosé que la moyenne, et moins ensoleillé. Cette humidité a favorisé de fortes attaques de mildiou : une récolte partiellement perdue pour certains producteurs.

Juin

Un printemps et un début d'été pluvieux et frais retardent la floraison. On constate de la coulure, et surtout beaucoup de millerandage, principalement sur les merlots. Ces deux accidents climatiques contribuent à limiter fortement les rendements.

Juillet

Le mois est sec (autant qu'en 2005) et plus ensoleillé que la moyenne. Un déficit hydrique marqué de la vigne qui a permis, grâce au stress engendré, une richesse phénolique très bonne à la véraison.

Août

Mois plutôt maussade. L'ensoleillement est inférieur de 10% environ à la moyenne (226 heures contre 243). La moyenne des températures maximales, évaluée à 22,2°, reste inférieure à la moyenne des autres années (26,6°).

Septembre

De la mi-septembre jusqu'à la fin octobre, le temps devient beau et sec. L'alternance de journées ensoleillées et de nuits fraîches a écarté les risques de développement du botrytis, tout en favorisant la maturité.

LES VINS BLANCS SECS : Pessac-Leognan et Graves

Les blancs sont fruités, fins et gracieux. Les couleurs sont parfois pâles, mais avec une belle brillance. Au nez, des arômes de fruits blancs. Le bois est présent mais légèrement toasté, apportant de la fraîcheur et beaucoup de distinction. Du gras et bien charnu en bouche, les vins se dégustent très bien aujourd'hui. On imagine une garde moyenne. Le sauvignon a donné de très bons résultats grâce à de petites grappes et de petits rendements.

Les après-midi ensoleillés et les nuits fraîches ont apporté un bon état sanitaire et une maturation lente favorisant l'équilibre et la fraîcheur du fruit.

LES VINS BLANCS LIQOREUX : Sauternes et Barsac

Le climat d'été indien de fin septembre a permis de ramasser, en de nombreux tris jusqu'à fin octobre, une vendange parfaitement saine. Les premières tris sont riches et fruitées, les suivantes plus florales et d'une belle vivacité. L'art de l'assemblage sera prédominant. Les quantités ramassées sont en effet très basses, parfois 3 ou 4 hl/ha. Les vins présentent beaucoup de fraîcheur, sans aucune lourdeur, une

belle finesse en bouche avec une acidité naturelle qui rafraîchit l'ensemble.

VINS ROUGES : IMPRESSIONS D'ENSEMBLE RIVE DROITE / RIVE GAUCHE

Les vins sont très hétérogènes. De nombreux crus préservent leur qualité grâce à des travaux en vert (ébourgeonnage, effeuillage précis et éclaircissage) qui furent déterminants pour préserver de bonnes conditions sanitaires et atteindre une bonne maturité. Dans les crus du haut de gamme, leur performance trouve une limite sans doute imposée par la nature même de l'année 2008. Les nez ont des notes de fruits rouges. En bouche, une attaque vive, puissante, avec des tanins soyeux et veloutés.

Graves

La qualité est très homogène, avec des maturités plus abouties, et donne des vins charnus, pleins, gourmands et qui gardent le caractère de leur terroir. Pour les vins portés par le Cabernet et les grands terroirs, la qualité est au rendez-vous. De belles couleurs noir bleuté à pourpre avec des nez aux arômes de fruits noirs mûrs où la prise de bois apporte des notes d'épices et un toasté bien maîtrisé. Une belle souplesse en bouche apporte un équilibre parfait.

Pomerol

Les raisins, au moment de la vendange, étaient savoureux, croquants, fruités et vifs, avec la pellicule des baies épaisse et riche en matières colorantes et en tanins. Une belle complexité aromatique de fruits rouges, des acidités révélatrices d'un bon équilibre et d'une bonne maturité, de très belles couleurs, des tanins fins et fondus font de l'appellation Pomerol une des très belles réussites de ce millésime 2008.

Saint-Emilion

Les vins de Saint-Emilion, comme ceux de la rive droite, sont bien réussis cette année. Ils offrent une impression douce et flatteuse, qui pourrait leur donner beaucoup de charme en fin d'élevage. On doit cette suavité à la maturité du raisin, le merlot comme le cabernet. Aucun tanin vert ne la contrarie en fin de bouche.

Médoc et Haut-Médoc

Sur les Médoc et les Haut-Médoc, le millésime offre plus d'hétérogénéité, avec parfois un peu trop d'extraction. L'élevage devrait apporter un peu d'épaisseur et arrondir les tanins. C'est ici que nous devrions trouver d'excellents rapports qualité/prix.

Saint-Julien

Saint-Julien est égal à lui-même, avec une réussite générale : élé-

gante charpente et qualité des tanins. Les vins les plus homogènes du Médoc. On est ici tout près des 2005.

Saint-Estèphe

Les Saint-Estèphe 2008, finalement, sont souvent joliment boisés, avec de belles notes de fruits rouges et une maturité appréciable, mais certains domaines déçoivent avec des vins où le bois est trop fort, la concentration moyenne et les tanins secs.

Pauillac

Cette appellation a plutôt bien réussi ses vins, même si certaines propriétés sont encore un peu en retrait des plus performantes. Le Cabernet Sauvignon apporte la structure et, dans de bonnes conditions de travail, du gras et du volume. Au nez, les arômes ne sont pas très intenses mais précis : cassis, mûres et épices. En bouche, des saveurs fruitées sur une finale longue, fraîche et très parfumée.

Margaux

L'année est difficile sur Margaux. Les extractions sont légères. De nombreux vins manquent de corps et présentent des notes végétales. Quelques belles réussites cependant, dans les crus les plus classiques comme les deux Rauzan qui méritent d'être cités pour leur justesse.



DE BELLES OPPORTUNITÉS D'ACHAT À PRIX RAISONNABLES

Et l'achat en primeur? Les premiers prix de sortie montrent un retour à la raison. 2008 est un millésime de petits volumes, ce qui va le protéger d'une diffusion trop large. De très bonne qualité et avec un prix de sortie correct, il a plus de chance d'offrir une bonne progression dans les années à venir que 2005, bloqué par ses prix de sortie très hauts. C'est un millésime pour des clients-consommateurs. Mais est-ce que ces baisses, dans la conjoncture économique, suffiront?

Olivier Barthassat