
24 heures

Vendredi
17 août 2001

VIN ■ CHEZ WALTER ET ANDRÉ LINHERR, COURTIERS

**«Le vin sera très bon...
Bon, c'est insuffisant!»**

Il y a trop de vins, il faut réagir pour éviter le marasme total, car on s'est méchamment trompé avec les chasselas romands qui ne trouvent plus preneur!

► **Walter Linherr, à ce jour, quelle est la situation du marché?**

«Très noire, il n'y a plus de demande dans un marché totalement saturé, entre les stocks et la récolte 2001 qui s'annonce abondante, le marché va s'effondrer. Les producteurs doivent absolument réagir pour trouver un consensus! Mais est-ce possible... à entendre cette remarque après une réunion interprofessionnelle: «J'écoute, je note, puis je fais exactement le contraire... Et je m'en sors»? Aujourd'hui, il n'est plus possible de tirer la couverture à soi sans rechercher la solidarité, du moins celle du porte-monnaie. Mais il est hors de question de laisser les décisions à l'Etat, sinon on est foutus.»

Des prix indécents

► **Qu'en est-il des vins étrangers?**

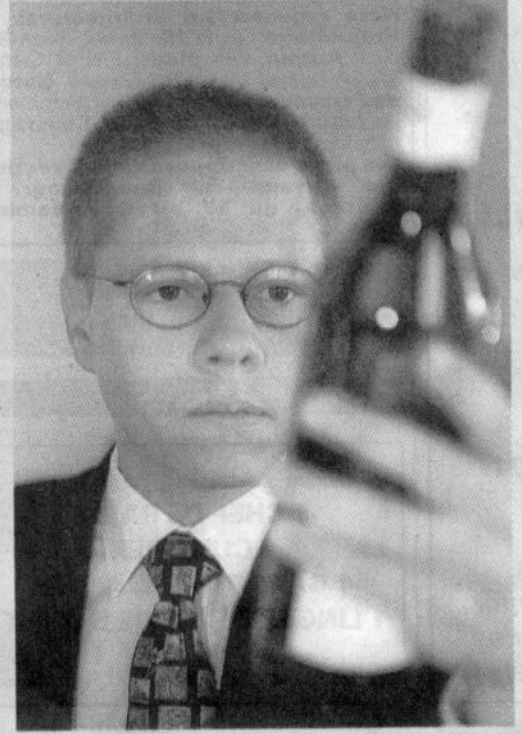
«Le marché des bordaux primeurs flambe, alors que les prix frisent l'indécence, voilà l'exemple même de l'interaction des prix basée sur l'offre et la demande. Les beaujolais s'effondrent, certains sont même vendus à 3 francs suisses en supermarché! Quant aux vins d'Afrique du Sud ou du Languedoc-Roussillon, avec 200 000 bouteilles de lancement, on est loin des petites productions locales. Ici, on doit faire très bon, car bon, c'est très insuffisant!»

► **Quelle diversification, quelles spécialités pour l'avenir?**

«Le roi des vins d'ici reste le chasselas, mais dans certaines parcelles de plaine ou de trop haute altitude, il y a de quoi se poser des questions. On s'est méchamment trompé avec les chasselas romands. Si l'on pense au Clos du Rocher ou au Domaine de Martheray, la production se profile à une bouteille au mètre carré. Autrefois, avant le gel de 1956, les ceps donnaient de petites grappes, donc de petits rendements; aujourd'hui, la nouvelle sélection pisse le vin, les grappes sont énormes, deux épaules et une longue tige! Il y a aussi de quoi méditer sur les changements de culture: conduite sur fil de fer tirée vers le haut, espacement, et ce fameux enherbement en interlignes qui donne



Walter Linherr (père d'André Linherr).



André Linherr.

Photos Gerald-Djan Clerici

des goûts herbacés. Enfin, après vingt ans, une étude de Changins vient de confirmer ce que je dis tout haut depuis bien longtemps! La diversification, oui, à condition qu'elle soit réfléchie: gamaret, garanoir, pinot de Saint-Prex, plant-robot, viognier, riesling dans les terroirs appropriés; et pourquoi pas le gewurztraminer ajusté à la cuisine asiatique; mais oublions les cépages universels, les chardonnay, sauvignon, pinot blanc et gris, le marché n'en veut plus. Tout au plus des cabernet et merlot pour les vins d'assemblage.»

«Transcender la qualité»

► **Et la barrique?**

«Ah! Cette fameuse barrique trop souvent utilisée à mauvais escient, elle permet juste de mettre en évidence des arômes simples; au moins, certains consommateurs les retrouvent, contrairement au Coca-Cola où il suffit de dire c'est trop chaud ou trop froid! Un pinot noir à 1,2 kg au mètre carré, le marché n'en veut plus. A contrario, le gamay qui alimente le marché du salvagnin se porte mieux dans ce contexte de production. Enfin, pour conclure, disons qu'un bon vigneron transcende toujours la qualité!»

► **André Linherr, vous avez pris la relève de votre père. Quelle lueur d'espoir pour l'avenir?**

«Il semble que, dans le monde du vin, les intervenants sont incapables de tirer l'enseignement des erreurs commises; or il faut bien sonner l'alarme pour réveiller ceux qui se voient la face en fuyant l'imminence du danger! Après la mise en place par la Confédération de la PA 2002, il faudra bien favoriser un organe interprofessionnel fiable pour traiter avec les autorités, faire valoir le point de vue des intéressés sur la PA 2007. Par exemple, le soutien aux modifications d'encépagement ainsi qu'à la promotion des vins, y compris à l'intérieur du pays.»

«Avant de vouloir exporter...»

«Aujourd'hui la Confédération alloue un montant en faveur de la promotion des vins suisses à l'étranger, mais il est impossible d'utiliser ces fonds pour une promotion sur le territoire suisse. Ce qui en l'état ne semble pas d'une logique implacable; on devrait commencer par consolider le marché national puis songer à l'exportation. Le chasselas, il faut le

valoriser dans un contexte de terroir et de réduction de quantité et se poser les questions sur les attentes du consommateur. Les possibilités qu'offre la législation quant à des assemblages en interappellations – qui fonctionnent comme des vases communicants – sont-elles encore d'actualité? Avant de vouloir exporter, il faudrait mettre en place la communication dans une logique des vins suisses; sans tous ces petits détails locaux et la multitude d'appellations qui ne servent qu'à embrouiller le consommateur. Il faudrait surtout utiliser les nombreux outils déjà mis en place. Pensons aux parcours viticoles omniprésents, mais sans aucun tour-opérateur pour organiser des voyages viticoles à grande échelle, des caveaux et des caves à gogo, sans aucune structure de vente journalière directe avec visites et dégustations, une étude des terroirs à venir... sans interprétation directe des crus répertoriés pour donner une valeur ajoutée à nos vins. On omet de communiquer que les 99,9% de notre culture viticole se font en production intégrée (PI), dans le respect et la logique de la nature! Dès lors, qui le sait?...» □