

PRODUITS DU TERROIR Interview

«Nous voulons rendre les producteurs fiers d'être affiliés à Vaud+ certifié d'ici»

Responsable des Produits certifiés d'ici de la marque Vaud+ depuis le début du mois, SYLVAIN CHEVALLEY veut mettre son expérience au service des producteurs vaudois.

Pourquoi avoir décidé de vous consacrer à la promotion des produits vaudois certifiés d'ici?

C'est une forme de continuité dans mon parcours professionnel. Depuis une dizaine d'années, je m'occupe de la promotion et de la vente des produits de la ferme de Praz-Romond, exploitée par mon frère, sous la marque La Brebisane. En tant que conseiller en commercialisation chez Proconseil (d'avril 2021 à avril 2023), j'ai accompagné les agriculteurs vaudois dans le montage de projets tels que la création de locaux de vente et le développement de filières. Je suis également coprésident de l'association romande Marché paysan.

«Les distributeurs Vaud+ ont eu un bon écho médiatique»

Quelles sont les tâches confiées à votre équipe au sein de Vaud Promotion?

Nous avons pour missions de renforcer la certification, de garantir une plus-value aux produits certifiés, par exemple en développant de nouveaux marchés, et de faire connaître ces produits, notamment à travers la participation à des manifestations de grande envergure. Le budget annuel dont



Sylvain Chevalley est le responsable des Produits certifiés d'ici depuis le début du mois.

L. PILLONEL

nous bénéficions est mis à disposition par la Direction générale de l'agriculture, de la viticulture et des affaires vétérinaires (DGAV).

Quelles sont les exigences liées au label Vaud+ certifié d'ici?

Dans le cas d'un produit non-composé, l'origine doit être à 100% vaudoise. Pour les produits composés, il est de-

mandé que 80% de la matière première provienne du canton et les 20% restants, de Suisse. La valeur ajoutée des produits transformés doit être générée à hauteur d'au moins deux tiers (66%) sur Vaud.

Comment le monde agricole vaudois a-t-il accueilli la réorganisation associée au changement de dénomination des produits certifiés?

Réorganisation

Pour rappel, le label Vaud+ certifié d'ici a pris le relais de la marque Terre vaudoise en janvier 2021. Cette nouvelle dénomination est gérée par l'association Vaud Promotion, à laquelle l'Association vaudoise de promotion des métiers de la terre Prométerre a passé le témoin. Vaud Promotion est une organisation intersectorielle qui a pour but d'accroître la notoriété, la compétitivité et l'attractivité du canton au moyen de la marque Vaud+. Cette structure forte d'une trentaine d'équivalents pleintemps (EPT) a élu domicile à Pully en janvier. L'équipe dédiée aux produits certifiés se compose de quatre personnes, dont Sylvain Chevalley, qui fait le lien avec la direction de Vaud Promotion. «J'ai en quelque sorte succédé à Suzanne Gabriel, l'ancienne responsable de la marque Terre vaudoise, et je peux encore compter sur Eliane Pinard-Baumgartner, active dans la promotion des produits du terroir vaudois depuis plusieurs années», signale-t-il. LP

Au départ, le fait que les produits vaudois certifiés rejoignent Vaud Promotion, une organisation qui englobe les secteurs de l'économie, du tourisme et de la culture du canton, a pu susciter des craintes de voir le monde agricole relégué au second plan. Mais le choix de confier ce poste au représentant du terrain que je suis montre selon moi une volonté de développer la promo-

tion des produits du terroir en collaboration avec les productrices et les producteurs. Tout le monde est conscient que la mise en valeur d'une destination passe de plus en plus par la dégustation de spécialités locales.

«Cette certification a apporté de la crédibilité et de la visibilité à La Brebisane»

A quels types de producteurs s'adresse cette certification?

A tous ceux qui répondent aux exigences du label, qu'ils commercialisent 50 litres de sirop par année et recherchent une visibilité ponctuelle ou qu'ils disposent d'une grosse production et soient en quête de nouveaux débouchés. En 2022, nous comptabilisons 1600 produits certifiés. L'objectif est d'augmenter ce nombre pour réunir un large assortiment représentatif de la diversité vaudoise. Nous voulons rendre les producteurs fiers d'être affiliés au label Vaud+ certifié d'ici. Je précise que la première certification est pour le moment toujours gratuite.

Pouvez-vous donner quelques exemples d'opportunités créées par le label?

Les distributeurs Vaud+ connaissent un beau succès et ont eu un bon écho médiatique. Le concept a été étendu depuis le début de l'année à l'ensemble du territoire national sous la dénomination «Enjoy local», en collaboration avec la société Dallmayr et Regio.garantie. Nous avons également mis en place des

partenariats avec quelques grossistes, que d'autres pourraient rejoindre prochainement, et des épiceries.

Quelle est votre stratégie en ce qui concerne l'événementiel?

Nous n'avons pas les ressources ni le temps pour effectuer la tournée des manifestations du pays. Le Salon suisse des goûts et terroirs, à Bulle (FR), reste un incontournable car il s'est fait un nom auprès des consommateurs, des restaurateurs et des commerces. Nous ciblons aussi des manifestations ponctuelles comme le Tour de France, en juillet 2022, et plus récemment le «Hack Summit», qui s'est déroulé du 10 au 12 mai à Lausanne. Lors de ce rendez-vous international dédié aux nouvelles technologies dans le secteur de l'alimentation (Foodtech), nous avons entre autres offert aux participants, en collaboration avec l'entreprise Magic Tomato, des sacs contenant trois produits certifiés Vaud+ et un dépliant pour les présenter.

Vos produits sont affiliés de longue date à la marque vaudoise.

Quelles ont été les retombées de cette certification?

Cette certification a apporté de la visibilité et de la crédibilité à La Brebisane. La participation à différents événements avec la marque Terre vaudoise, remplacée désormais par le label Vaud+ certifié d'ici, a été une magnifique carte de visite pour nos produits. C'est sans doute grâce à ces présences lors de grandes manifestations comme le Salon goûts et terroirs que nous avons pu nous faire connaître.

PROPOS RECUEILLIS PAR LUDOVIC PILLONEL

COMMERCE

Un magasin dédié aux vins genevois

Alain-Xavier Wurst

Située à deux pas de la gare Cornavin, la «Boutique des vigneron de Genève» a pour objectif de vendre directement les vins du canton, mais aussi de promouvoir l'image du vignoble genevois.

Ouverte en septembre 2022, la «Boutique des vigneron de Genève», créée par l'association du même nom, a accueilli mardi 16 mai une quinzaine de membres pour sa première assemblée. Des vigneronnes et vigneronnes, venus en visiteurs se renseigner sur ce projet novateur, étaient également présents.

Situé en plein cœur de Genève, à quelques pas de la gare Cornavin, ce magasin est le premier magasin dédié exclusivement à la vente de vins genevois. N'importe quel vigneron-encaveur ou viticulteur du canton peut y déposer ses vins, moyennant un droit d'entrée

et une participation financière pour le référencement des bouteilles. «Le concept est ouvert à toute personne qui traite du vin genevois. On a commencé à organiser des événements, des ateliers d'apprentissage à la dégustation, des dégustations à l'aveugle et on a reçu l'autorisation de la Ville de faire un bar à vin. Il y a encore plein de prestations à développer», s'est réjoui Willy Creteigny, à l'initiative du projet et président de l'association genevoise des vigneron-encaveurs indépendants (AGVEI).

Lors de la crise du Covid, afin de répondre à la fermeture du circuit Horeca, l'AGVEI avait installé quatre boutiques éphémères dans la ville pour continuer à vendre ses vins mais aussi garder un lien physique avec la population. L'idée de créer un endroit pérenne, cette fois-ci avec les vins de l'ensemble des producteurs du canton, s'est imposée comme suite logique de cette expérimentation à laquelle le public s'était montré réceptif pendant la pandémie. «Mais aujourd'hui, il faut de nouveau al-

ler chercher le consommateur. L'objectif est d'être en ville, au contact direct des clients», insiste Willy Creteigny.

Lors de l'assemblée générale de l'interprofession viticole genevoise, le 3 mai, le projet a fait l'unanimité au sein de la branche. «Je vous remercie d'avoir ouvert une boutique à tous les producteurs. Je pense que c'est une belle dynamique qui se met en place», a ainsi commenté Lionel Dugerdil, vigneron bio à Satigny et président du Groupement genevois de la vigne et du vin.

Un lieu de promotion

Outre sa fonction commerciale, la «Boutique des vigneron de Genève» se veut aussi un lieu de promotion de la viticulture cantonale. «Il faut que nous vendions nos vins. Cette boutique est un instrument qui nous permet de leur donner une visibilité», a dit Robert Cramer, président de l'interprofession du vignoble et des vins de Genève, tout en saluant le côté inédit de la démarche. «Nous sommes les pre-

miers en Suisse à installer en milieu urbain une boutique de ce genre. Même les Valaisans n'y avaient pas pensé», a-t-il déclaré en riant. Swiss Wine Promotion, dont Robert Cramer est le président, soutient financièrement cette initiative et réfléchit à développer ce concept dans l'ensemble des régions viticoles suisses.

Pour l'heure, la priorité est d'inciter le plus possible tous les vigneronnes à participer à cette aventure, mais aussi de faire connaître cette boutique au grand public et mettre l'accent sur la communication. «Nous sommes dans le canton où la production coûte le plus cher au monde», a rappelé Xavier Patry, président de Genève Terroir et directeur de l'Union maraîchère de Genève. «C'est donc très important d'avoir un endroit en ville pour promouvoir nos produits.» Plusieurs intervenants ont plaidé pour que la boutique devienne à terme un magasin proposant l'ensemble des produits maraîchers, agricoles et viticoles genevois. Affaire à suivre.



Située rue Lissignol, à Genève, non loin du centre commercial Manor, la boutique bénéficie d'un excellent emplacement. L'association a signé un bail de cinq ans avec la Ville.

A.-X. WURST



Le responsable de la boutique, Mathieu Plantard (à gauche), avec Willy Creteigny, initiateur du projet.

A.-X. WURST