

Chandra Kurt publie son guide des vins en français

# «Les vins suisses ont un avenir dans la grande distribution»



Sally Montana/13photo-DR

**Après seize éditions en allemand, le Weinseller sort en français. Un guide pour les acheteurs de vin en grands magasins, signé de la célèbre auteure, qui perçoit plusieurs tendances favorables aux étiquettes suisses. Peu présentes cependant dans le haut de son classement.**

Anne Gaudard  
anne.gaudard@lematindimanche.ch

**C'est la première fois que le Weinseller sort en français. Est-ce parce que les marchés romands et alémaniques sont si différents?**  
Non, car toutes les grandes surfaces suisses ont été prises en compte et je leur ai demandé de nous soumettre des vins disponibles dans tous leurs points de vente ou presque. En fait, nous n'avions pas trouvé de solution pour l'édition et la traduction. C'est désormais chose faite. Je suis curieuse de voir les réactions en Suisse romande. Nous avons traduit mot à mot le guide, peut-être devra-t-on l'adapter pour les prochaines éditions, ou pas.

**Peut-on tirer un portrait-robot de l'acheteur de grande surface?**  
Non, c'est difficile. On peut cependant constater des différences de consommation selon les régions. Ainsi, les Suisses allemands apprécient tout particulièrement les vins italiens. En Suisse romande, l'accent est davantage mis sur les vins locaux.

**Près de 70% des vins écoulés en Suisse passent par la grande distribution. Qu'est-ce que cela implique?**  
Un des points négatifs de la situation actuelle est la pression sur les prix. Les consommateurs courent vers les moins

chers et la concurrence est forte entre les distributeurs. Mais le vin ne doit pas être un produit très bon marché, c'est un produit exigeant à réaliser, qui dépend de nombreux facteurs extérieurs, demande beaucoup de travail et fait partie d'une certaine culture. Il doit rester à un certain prix pour des questions de qualité mais aussi pour son image. S'il doit coûter 4 fr. 90 alors autant passer à une autre boisson. Contrairement à beaucoup, je ne trouve pas les vins suisses chers. Ils ne sont pas bon marché, mais chers, non.

**La structure du monde vitivinicole suisse va-t-elle encore changer si cette prédominance de la grande distribution s'accroît?**  
Je ne l'espère pas. Les choses bougent mais ne peuvent atteindre les dimensions prises dans le Nouveau Monde. L'important, finalement, c'est de rester fidèle aux producteurs et que l'intérêt pour les vins suisses persiste. Je ne dis pas qu'il ne faut boire que des vins suisses, car il y en a tellement d'autres, mais il faut garder à l'esprit ce que c'est que de produire du vin en

Suisse lorsqu'on se retrouve face à un rayon de grand magasin et que l'on a plusieurs vins de même style devant soi. En fait, la diversité et l'offre des vins ont grandi, et grandissent chaque année encore sur un marché toujours plus concurrentiel. Cela dit, depuis seize ans que je fais ce guide, je ne peux que constater que la part des vins suisses sur les étals des distributeurs est toujours plus importante.

**Est-ce à la grande distribution à s'adapter à la structure des vins suisses ou aux vins suisses à s'adapter à la grande distribution?**  
Je comprends la position des deux parties et les deux ont un bout de chemin à faire. Dans ce monde qui change si vite, il faut travailler ensemble. Je déguste toujours avec les acheteurs pour discuter de leurs choix. Ce sont de grands amateurs de vin qui évoluent dans un monde de grande concurrence. Il est aussi question des quantités produites pour pouvoir répondre à une demande nationale. Cela dit, certaines grandes surfaces vendent des vins de la région pour la région, ainsi plus de petits pro-

ducteurs ont la capacité de répondre à ces besoins. Le premier souci des uns et des autres doit être la qualité, pas le prix. L'autre élément sur lequel tous deux doivent travailler, ce sont les étiquettes. L'emballage doit être attractif dans ce monde toujours plus visuel. Idem pour la communication. Et avec le développement des réseaux sociaux, d'autres portes s'ouvrent. Dans cet environnement, il s'agit de créer des petits mondes, des ambiances, des histoires autour du vin, avec des recettes, des lieux, des gens.

**Le guide donne-t-il la vraie image du vin suisse, il y a peu de spécialités citées par exemple?**  
Il n'y a pas vraiment un goût suisse, il est tellement diversifié. C'est d'ailleurs l'atout de la Suisse: elle a des vins uniques que l'on ne trouve pas ailleurs. À l'instar du chasselas. On retrouve généralement en grandes surfaces les cépages traditionnels et les principales spécialités

**Cette présence est-elle appelée à durer?**

## EN DATES

**1968**  
**► Naissance**  
Chandra Kurt naît au Sri Lanka d'un père suisse et d'une mère italienne. Son père est un spécialiste des éléphants asiatiques. Elle et sa famille ont vécu plusieurs années en Asie et en Afrique. Aujourd'hui, elle habite à Zurich.

**1998**  
**► Weinseller**  
Elle lance la première édition de son guide en allemand. Elle a écrit plus de deux douzaines d'ouvrages sur le vin et est active au niveau international en tant que consultante en vin. Elle collabore avec Madeleine Gay sur la ligne des vins «Collection Chandra Kurt» by Provins, et avec Bolle sur une ligne de chasselas des différents terroirs vaudois.

**2014**  
**► En français**  
Son guide sort en français.

Les grandes surfaces ne laissent pas en rayon des choses qui ne marchent pas. Et je perçois en Suisse alémanique une tendance venue d'Allemagne qui met en avant le bon côté de la vie à la campagne, la ruralité, le *Landliebe*. On voit apparaître sur ce thème des revues, des émissions de radio, etc. Et les vins suisses ont leur place dans ce trend. Ils vont rester à la mode, tout comme les vins italiens.

**Votre livre s'adresse notamment à des consommateurs urbains, branchés, qui aiment les M&M's... c'est quand même un certain type de vin que l'on y trouve...**

Je laisse les grandes surfaces faire leur choix. Toutes n'ont pas la même offre. Mais il s'agit, oui, de s'adapter aussi à une demande de gens qui travaillent, qui courent après le temps, qui utilisent des plats déjà préparés, la convenance food. Ce qui peut changer l'approche du goût. On constate par exemple qu'ils tendent davantage à apprécier le doux.

**Sucré, léger, rose, ce sont les tendances...**

Eh oui, je dois l'admettre! Léger, aussi dans la mesure où apparaît une contre-tendance aux vins super-concentrés qui ont dominé la demande. Cela dit, une vague arrive et je suis prête à parier qu'elle va s'étendre: le naturel. Et, là, les vins suisses ont une carte à jouer, on ne dit pas assez qu'ils sont issus de la production intégrée.

**Un atout pour le chasselas, que vous aimez bien...**

Oui, mais j'ai mis du temps à le comprendre. Il y a une vingtaine d'années je ne lui trouvais pas assez d'arômes. Aujourd'hui, je suis fatiguée des vins lourds, concentrés. J'apprécie ces vins plaisants. Je peux donner une note élevée à un vin léger s'il est parfait dans sa légèreté. En fait, j'essaie toujours de bien décrire les vins, car une note ne dit pas tout, et il y a tellement de vins différents. Par ailleurs, je n'utilise pas que la notion d'arômes, car chacun les perçoit différemment. J'ajoute des remarques sur le style du vin, son histoire.

**Avez-vous été surprise durant cette dégustation?**

Oui, il y a une bouteille qui m'a choquée mais aussi fascinée. C'est le Chocolate Shop. Du vin rouge et du chocolat. Ma première réaction a été de dire: je ne peux pas mettre ça dans le livre, ce n'est pas du vin! Mais, honnêtement, c'est bon! J'étais fâchée contre moi-même de l'avoir aimé. Ce vin a été produit aux États-Unis et il arrive en Suisse. Mon problème, c'est que si le vin est toujours davantage mélangé avec des arômes, on quitte le monde du vin pour entrer dans celui d'une simple boisson. C'est un peu triste car le vin reste une affaire de culture, de règles, de goûts, etc. Mais si c'est le seul moyen pour faire entrer la nouvelle génération dans le monde du vin, il faut faire avec... S'il doit s'adapter un peu, pourquoi pas, mais je souhaite que le vin ne perde pas son identité. ●

**► Weinseller, Guide des vins 2014, Werd & Weber Verlag, Editions Attinger.** 575 vins bon marché, testés et recommandés par Chandra Kurt. Publié en collaboration avec «Le Matin Dimanche».



## SES COUPS DE CŒUR DU WEINSELLER 2014



**► Mont-sur-Rolle 2011:**  
Petit Clos, Raymond Paccot, Domaine La Colombe.  
**► Prix:** 16 fr. 90  
**► Evaluation:**  
17,5 points  
**► Globus:** vin blanc, Suisse.



**► Côtes-du-Rhône AOC 2012:**  
Les Dauphins, Réserve.  
**► Prix:** 6 fr. 95  
**► Evaluation:**  
16,5 points  
**► Denner:** vin rouge, France.



**► Pinot Noir 2012:**  
St. Jodernkellerei  
**► Prix:** 15 fr. 90  
**► Evaluation:**  
17 points  
**► Coop:** vin rouge, Suisse.