



L'Electus secoue le vignoble suisse

PAR SERGE GUERTCHAKOFF | Alors que les vins du pays sont rarement commercialisés au-delà des 100 francs la bouteille, Provins a voulu créer un grand vin reflétant les qualités du terroir valaisan. Un coup de marketing?

UN VENT NOUVEAU souffle sur le plus gros producteur de vins suisses. Alors que 2012 a été un exercice difficile qui s'est bouclé avec une perte de près de 4 millions de francs, la coopérative valaisanne prend des risques. Elle a été chercher un nouveau directeur général, Raphaël Garcia, un ancien de Swissair qui dirigeait la Foire du Valais depuis 2005. Surtout, elle vient de dévoiler ce qui devrait être l'un des vins iconiques de la Suisse: l'Electus.

Que contient cet assemblage de rouges, vendu à 190 francs la bouteille de 75cl? Plus de 50% de ce millésime 2010 se compose de cépages typiquement valaisans: le cornalin, l'humagne rouge et le diolinoir. Auxquels s'ajoutent du merlot et du cabernet sauvignon. «Les raisins proviennent de différentes parcelles, situées pour la plupart dans le Valais central, entre Fully et Sierre. Toutes les vignes sont plantées sur la rive droite du Rhône, à une altitude comprise entre 450 et 550 mètres. Leur rendement a été strictement limité afin de garantir une maturation optimale des raisins.» Les assemblages provisoires nécessitent un élevage en fûts de chêne neufs durant dix-huit à vingt-quatre mois.

De nombreux professionnels sont séduits par l'Electus. La journaliste spécialisée Chandra Kurt estime qu'il s'agit

du «premier vin icône suisse». Le critique du *Financial Times* Jancis Robinson parle d'«un vin subtil. Après 24 bonnes heures, sa tenue était toujours parfaite, avec plus d'expression. Très intéressant.» Elle lui a attribué une note de 17 sur 20 lors d'une dégustation à l'aveugle en juin dernier. Soit la même note qu'un Solaia 2010, mais mieux qu'un Pape Clément 2010 (16,5) ou un Vieux Télégraphe 2010 (16,5).

25 000 bouteilles par an

D'autres spécialistes, tout aussi élogieux quant à la qualité du breuvage développé par les quatre œnologues (Damien Carruzzo, le Français Nicolas Vivas, Gérald Carrupt et Samuel Planchard), émettent quelques critiques. Pierre Thomas s'est demandé sur son blog si l'Electus n'était pas passé «du complexe d'infériorité au complexe de supériorité. A

la moitié de ce prix parfaitement arbitraire de 190 francs, il aurait été à sa juste place... Quitte, par le jeu des enchères futures, à être réévalué un jour ou l'autre.»

Son confrère Jacques Perrin, directeur général du Club des amateurs de vins exquises, se

demande «si les Valaisans parviendront à vendre autant de bouteilles à ce prix-là. Il existe deux modèles: celui de Bourgogne, axé sur le terroir, celui de Bordeaux, axé sur la marque. Il me semble que c'est ce dernier modèle que Provins a choisi.»



Bilan
1204 Genève
022/ 322 36 36
www.bilan.ch

Medienart: Print
Medientyp: Publikumszeitschriften
Auflage: 14'249
Erscheinungsweise: 26x jährlich

Themen-Nr.: 721.015
Abo-Nr.: 1066475
Seite: 62
Fläche: 71'015 mm²

On parle d'une production de 25 000 bouteilles. A ce propos, Gérald Carrupt, directeur technique de Provins, tient à rappeler qu'elles ne sont pas destinées en totalité au marché suisse: «Nous avons prévu une allocation de 6000 bouteilles par grande zone de vente, par année, soit pour les marchés américain, anglais et asiatique. Vu que ce millésime sera commercialisé pendant encore de nombreuses années, il fallait donc en produire une quantité suffisante dès le départ pour être crédible.»

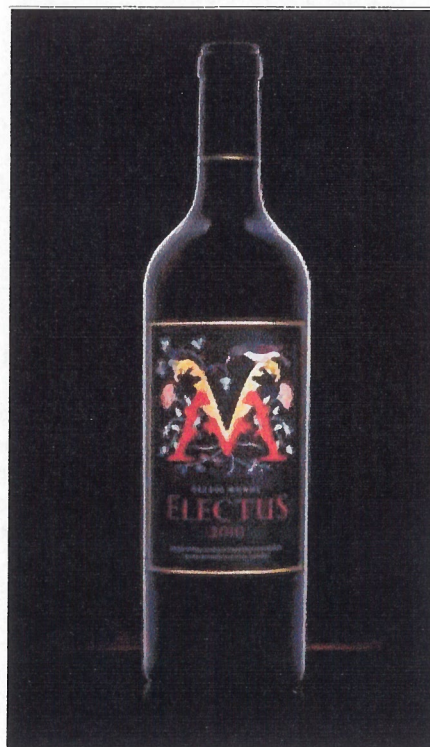
Un vin marketing?

En Suisse même, près de 2000 bouteilles d'Electus ont déjà trouvé preneur, majoritairement auprès de près de 25 restaurateurs de l'arc lémanique et du Valais. «Certains en sont déjà à la seconde commande», se réjouit le directeur. Des séries de dégustation vont démarrer dès le mois d'octobre en Grande-Bretagne chez Mosimann à Londres. En Suisse, Provins a créé une société anonyme ad hoc, Valais Mundi, qui dispose d'un charmant petit bâtiment niché dans les vignes aux portes de Sion, le Castel d'Uvrier.

Encore plus critique, un producteur estime qu'il s'agit avant tout d'un vin marketing, sans personnalité: «Il faut que les vins aient leur propre typicité. On exporte une histoire qui doit être en relation avec les terroirs.» Un avis que comprend Gérald Carrupt: «Dans notre bouteille se trouve ce qui est le plus fidèle au terroir valaisan.»

Venu à partir de juin 2002 pour offrir un regard extérieur aux vins de la coopérative valaisanne, le Bordelais Nicolas Vivas a tout goûté, y compris le Clos Corbassières: «J'ai perçu qu'il y avait quelque chose d'exceptionnel derrière ce vin.» Impressionné par les coteaux valaisans, par «ce magnifique terroir», ce dernier se défend d'avoir voulu créer une

marque: «Faire un grand vin ne se décrète pas. Nous sommes juste là pour être le plus respectueux possible, le moins intrusif possible. On ne cherche pas à faire un vin de marque mais une traduction du terroir valaisan.» ■



Les lettres VM sur l'étiquette de l'Electus rappellent Valais Mundi, la société créée spécialement pour commercialiser ce nectar.

**«IL FAUT QUE LES VINS
AIENT LEUR PROPRE
TYPICITÉ. ON EXPORTE
UNE HISTOIRE QUI DOIT
ÊTRE EN RELATION
AVEC LES TERROIRS»**

**CE MILLÉSIME 2010,
VENDU À 190 FRANCS
LA BOUTEILLE DE 75 CL,
SE COMPOSE SURTOUT DE
CÉPAGES TYPIQUEMENT
VALAISANS**