

Inhaltsverzeichnis 27.10.2014

Lieferschein-Nr.: 8494203
Abo-Nr.: 721003
Themen-Nr.: 721.3
Ausschnitte: 1
Folgeseiten: 2
Total Seitenzahl: 3

Andreas Keller Weininformation
Herr Andreas Keller
Konkordiastrasse 12
8032 Zürich

		Auflage	Seite
27.10.2014	Le Nouvelliste <i>L'Electus a changé de stratégie</i>	40'093	1



Le Nouvelliste S.A.
1950 Sion
027/ 329 75 11
www.lenouvelliste.ch

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 40'093
Erscheinungsweise: 6x wöchentlich

Themen-Nr.: 721.003
Abo-Nr.: 721003
Seite: 7
Fläche: 73'789 mm²

MARKETING Le vin haut de gamme de Valais Mundi (Provins) voulait jouer dans la cour des grands. Changement de politique: il désire d'abord séduire le Valais et la Suisse.

L'Electus a changé de stratégie



Johanna Dayer, diplômée de l'Ecole hôtelière de Lausanne, est l'ambassadrice de charme chargée de présenter l'Electus.
CHRISTIAN HOFMANN

FRANCE MASSY

Lorsqu'en septembre 2013 «Le Nouvelliste» a dévoilé au grand public l'existence d'un nouveau vin haut de gamme produit par Provins, la direction de cette maison déclarait destiner l'Electus exclusivement, ou presque, à la clientèle internationale.

Le petit dernier de la grande coopérative valaisanne – créé par Gérald Carrupt, Samuel

Panchard, Damien Carruzzo et Nicolas Vivas pour devenir l'icône des vins suisses – voulait jouer dans la cour des grands.

Création de la société Valais Mundi pour abriter le projet, packaging de luxe, prix à l'avant (on évoquait alors 200 livres pour un seul flacon), et dégustations comparatives organisées aux quatre coins du monde faisaient partie de la stratégie

marketing pour faire de l'Electus une marque de prestige qui corresponde à son public cible: les collectionneurs et les riches amateurs de grands crus surtout.

Lui donner une aura

A nouvelle équipe, nouvelle politique. Aujourd'hui, c'est d'abord ici, en Valais et en Suisse, que l'Electus doit séduire. «Nous avons rencontré



Le Nouvelliste S.A.
1950 Sion
027/ 329 75 11
www.lenouvelliste.ch

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 40'093
Erscheinungsweise: 6x wöchentlich

Themen-Nr.: 721.003
Abo-Nr.: 721003
Seite: 7
Fläche: 73'789 mm²

beaucoup de prescripteurs, dont Jean-Claude Biver, le patron de Hublot. Et ils sont unanimes: personne n'attend vraiment un grand vin suisse dans le monde. Alors, avant de le lancer à l'international, nous voulons créer l'intérêt au niveau régional», explique Raphaël Garcia, directeur de Provins depuis le début de l'année.

Au sujet de la qualité du vin et de son potentiel, les doutes n'existent pas. «Présenté lors de plusieurs dégustations à l'aveugle aux côtés des plus grands vins internationaux, l'Electus s'en est chaque fois tiré avec les honneurs, récoltant même les meilleurs commentaires face à un Solaia, un Léoville Poyferry, un Pape Clément et un Vieux Télégraphe...» se réjouit Raphaël Garcia.

Ce qui est plus délicat, c'est de lui donner une aura internationale. «Pour faire un grand vin, il faut un grand terroir. Un grand terroir, ça se ressent. Dès ma première visite en Valais, je me suis dit, là on ne peut faire que du grand! Une conviction qui ne m'a jamais quitté», renchérit Nicolas Vivas, professeur à l'Université de Bordeaux, consultant pour Provins au cœur de team d'Electus.

Mais un grand terroir ne suffit pas à faire d'un grand vin, un vin icône. Pour cela, il lui faut des racines et une histoire. «L'histoire est un élément aussi important que ce que vous avez dans le verre. On ne peut pas faire de grand vin dans un lieu complètement neuf», argumente Nicolas Vivas.

Raconter une histoire

Ça tombe bien, en Valais la vigne a 2000 ans d'histoire et plus. La promotion de l'Electus se fera donc à travers le patrimoine historique. Le petit Castel de Provins à Uvrier appartenait à l'illustre famille de Kaspar Jodok von Stockalper. Ce lien avec le Haut-Valais, on le retrouve sur l'étiquette de l'Electus qui reprend un élément figurant sur l'autel de l'église de Mund. Mund et son safran... Une épice royale au cœur d'un menu de quatre plats – tournant autour de produits valaisans – élaboré spécialement pour mettre en lumière l'Electus. «Le safran et l'Electus, c'est une véritable histoire d'amour...» nous assure Nicolas Vivas.

Aux soirées du Castel d'Uvrier, se rajoute un salon dédié à l'Electus. Une nouvelle collaboratrice, fraîchement diplômée de l'EHL, a même été engagée pour draguer les grandes tables.

L'opération séduction peut démarrer, on va vendre du rêve... La bouteille de 75 cl vendue 190 francs se trouve déjà en restaurant (il y en a 20 000 à 25 000 par millésime). Et les commandes affluent. «Le mouvement est en route. Même Jancis Robinson, la critique en vin mondialement connue, est intéressée», certifie Raphaël Garcia.

Et Nicolas Vivas glisse pour terminer, «l'Electus, ce n'est pas un vin d'auteur, ce n'est pas un vin de marketing, ce n'est pas un vin de garage (ndlr: quelques barriques), c'est un grand vin issu d'une mosaïque de parcelles composant

des terroirs d'exception. Celui qui reflète au mieux les multiples cépages et le savoir-faire du Valais.»

LE VIN HAUT DE GAMME FLEURIT EN VALAIS

Plusieurs caves élaborent un ou des vins de prestige. La famille Rouvinez et ses Cœurs de Domaine, Maurice Gay et son Mask, Robert Taramarcas et son Cyrano (défi œnopoétique dédié à ce personnage célèbre), et bien d'autres... Au Clos Tsampéhro à Flanthey, Joël Briguet, Vincent Tenuud, Christian Gellestad et Emmanuel Charpin ont aussi opté pour le haut de gamme. «L'objectif est le même: mettre les vins suisses et plus particulièrement les vins valaisans en lumière mais la démarche est différente. Nous produisons des vins de terroir, d'un seul lieu, le Clos Tsampéhro. Au fil des ans, le seul impact que nous aurons, c'est l'effet millésime. Nous produisons trois vins, un blanc, un mousseux et un rouge. Les deux premiers sont vendus à 38 francs, le rouge atteint 79 francs. A terme, en 2016, nous serons à même de produire 10 000 bouteilles, c'est trois fois moins que l'Electus. Mais c'est très important pour montrer sur la scène internationale que le Valais est capable de faire de grands vins. Plus on sera nombreux à en faire, plus le Valais vitivinicole sera visible. Le jour où 10% de la production valaisanne sera du haut de gamme, tout ce que produit la région sera crédibilisé et l'ensemble des vins tiré en avant. Un peu comme à Bordeaux ou en Bourgogne...» dit Emmanuel Charpin.

FM



Le Nouvelliste S.A.
1950 Sion
027/ 329 75 11
www.lenouvelliste.ch

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 40'093
Erscheinungsweise: 6x wöchentlich

Themen-Nr.: 721.003
Abo-Nr.: 721003
Seite: 7
Fläche: 73'789 mm²

L'AVIS DE... ANDREAS KELLER



**ANDREAS
KELLER**
SWISS WINE
CONNECTION ET
MÉMOIRE DES
VINS SUISSES

«L'histoire d'un vin noble se crée au fil des ans»

«Je n'ai pas encore dégusté ce vin mais je n'ai aucun doute sur sa qualité car les œnologues de Provins ont le talent nécessaire pour faire de très beaux vins. Par contre, je suis un peu réticent sur la manière de procéder. L'histoire d'un vin noble se crée au fil des ans. Là, il me semble qu'on veut aller un peu vite.

Il n'est pas exclu que l'Electus rejoigne un jour les vins mythiques. Mais avant, il doit faire ses preuves, année après année, millésime par millésime. Il faut le suivre sur dix ans et voir comment il évolue.» **FM**

... FRANÇOIS MAUSS



**FRANÇOIS
MAUSS**
PRÉSIDENT ET
FONDATEUR
DU GRAND JURY
EUROPÉEN

«Les endroits clés: Londres, NYC et Hong Kong»

«Valais Mundi n'a pas cherché la simplicité en acceptant de faire connaître ce cru par des dégustations à l'aveugle... Incontestablement, ce cru peut se comparer facilement avec des noms historiques. Il lui reste le plus difficile à faire: obtenir une notoriété qui ne pourra s'acquérir qu'avec d'autres dégustations à l'aveugle dans des endroits clés comme Londres, New York et Hong Kong. C'est coûteux, mais comme on veut se placer dans le haut de gamme des super-premiums, cela ne peut passer que par là.» **FM**