



Château d'Aigle. Photo : N. Messieux / AMTRA.

# L'ŒNOTOURISME EN SUISSE EN 2022

DOSSIER

**Le 2 septembre se sont tenues au Château d'Aigle, dans les Alpes vaudoises, les 5<sup>ème</sup> Rencontres suisses de l'œnotourisme, présentées par Swiss Wine. Lors de cette journée, les prix « Best of Wine Tourism » 2022 ont été remis aux lauréats.**

## REPORTAGE: NICOLAS MESSIEUX

Les Rencontres suisses d'œnotourisme 2022 ont permis de faire le point entre les acteurs importants du domaine. À cela s'ajoutaient l'attribution des prix « Best of Wine Tourism » 2022 – qui ont récompensé les gagnants des catégories Architecture/Paysages, Art/Culture, Découverte/Innovation, Environnement/Développement, Restauration/Hôtellerie, Services/Organisation et Artisans du terroir.

### LE POTENTIEL DE L'ŒNOTOURISME POUR L'ÉCONOMIE VITICOLE SUISSE

L'œnotourisme est un élément important de l'économie vitivinicole, dont le potentiel est reconnu, notamment en matière de valeur ajoutée. Néanmoins, Yann Stucki l'a relevé dans sa présentation inaugurale, l'objectif principal du développement de l'œnotourisme est bien de développer des rémunérations complémentaires pour soutenir la branche dont le cœur d'activité reste la production agroalimentaire de vin. L'œnotourisme est un sec-

teur en expansion au niveau mondial mais des expériences ratées ou mitigées font que certains vigneron « reviennent » de leurs premiers essais.



Yann Stucki lors de sa présentation.  
Photo : Rencontres suisses de l'œnotourisme.



**Lauréats de Best Of Wine Tourism 2022.**  
Photo : Rencontres suisses de l'œnotourisme.



**Route des Grands Crus en France.**  
Source : iStock.

Les caves ouvertes, les activités de dégustation, l'accueil para-hôtelier sont les activités œnotouristiques « classiques ». Mais l'œnotourisme peut globalement se faire sur l'ensemble de la chaîne du vin : vignoble, vendange, vinification, mise en bouteille, dégustation – et autour par des séjours hôteliers en zone vitivinicole et la restauration. Les rencontres d'œnotourisme et particulièrement les prix « Best of Wine Tourism » permettent également de découvrir des activités différents et innovantes comme les « grandes tables », les escape games, les transports-promenade ou le spa.

### **VALEUR AJOUTÉE ET INNOVATION, CŒURS DE L'ŒNOTOURISME « À LA SUISSE »**

La montée en qualité et en valeur ajoutée est une constante de l'économie suisse et la viticulture n'y échappe pas. Le fait qu'un nombre croissant de domaines passent au bio pour accompagner la demande des consommateurs (voir notre interview de Vivien Moinat dans Vignes et Vergers 5) et que se développent des produits comme les vins « nature » (voir l'interview et l'article de Jean-Paul Schwindt dans Vignes et Vergers 9) montre une volonté de profiter d'une image d'une Suisse « propre » et « pure ». Cette pureté s'étend à une volonté de célébrer une certaine « nature » voire « naturalité », tant dans le domaine des vins que de la gastronomie. Gilles Meystre (GastroVaud), a ainsi présenté le nouveau label « Fait maison », qui réunit à la fois cette idée de produit de qualité « pur » et de produit « local » ou « régional ».

Une des difficultés majeures de la production du vin en Suisse est que les prix du foncier et de la production restent parmi les plus élevés au monde. De ce fait, les caractéristiques non-organoleptique du vin (type de production, paysages, patrimoine)

revêtent une importance capitale et la viticulture suisse doit tabler sur ces éléments en les combinant avec les activités de tourisme traditionnelles.

En effet, les micro-particularités locales de notre pays font également partie de son intérêt et sa riche culture, les possibilités sportives et de loisirs, sa variété étonnante de paysages sur une petite surface et de modes de vies contrastés, s'étendent à la production de vins et d'activités œnotouristiques. La Suisse montre également, sur un petit territoire là encore, une impressionnante diversité de modes de production de vins, voire de cépages et est à la pointe en termes de recherche scientifique et d'adaptation aux enjeux du réchauffement climatique.

### **L'ENJEU ET L'INTÉRÊT DE CONSTITUER UNE OFFRE ROMANDE**

En Suisse, il peut y avoir une tension entre l'offre à l'échelon national – emmenée par Swiss Wine Promotion SA, Swiss Wine Tour et les prix Best of Wine Tourism – et l'échelon romand voire cantonal. L'œnotourisme est ainsi particulièrement encouragé dans le canton de Vaud par une véritable volonté politique et par la concentration des différents tourisms dans les endroits où l'on trouve des vignes. La visibilité particulière de l'œnotourisme vaudois est montrée par la description du site [swisswinetour.com](http://swisswinetour.com) : « Du Léman aux rives des lacs de Neuchâtel et Morat, un art de vivre unique est né de la culture de la vigne, joyau du terroir vaudois. L'œnotourisme y règne en roi, avec pour maîtres-mots accueil et gastronomie. ».

L'identité régionale s'articule surtout et particulièrement autour du cépage historique, le Chasselas, qui réunit tous les vignobles romands et dont elle est le berceau. Cette focalisation identitaire sur un



vin blanc qui accompagne des mets à base de fromage rend la région viticole romande semblable à l'Alsace, région touristique très importante en Europe, qui a particulièrement développé son tourisme gastronomique. Cela est encore accentué avec le fait que la Suisse n'a pas de grandes marques très connues (ce que relevait Nicolas Joss dans Vignes et Vergers 5) comme les Catalans, les Portugais ou les Italiens et que son vin blanc n'a pas le prestige du Champagne (ou de la Bourgogne et du Bordelais pour le vin au sens large). Il y a donc un vrai potentiel et besoin d'unité régionale romande autour du Chasselas et du potentiel qu'il représente. Dans sa présentation, Yann Stucki a cité Paul Dubrulle, co-fondateur de la chaîne ACCOR et président fondateur du Conseil Supérieur de l'œnotourisme français, qui disait aux Rencontres suisses de l'œnotourisme 2018: «L'œnotourisme est une ressource véritable. Il n'est pas une niche à exploiter, mais bien un vrai secteur économique susceptible de rassembler des corporations et des chapelles qui s'ignoraient jusque-là. Nous devons continuer à décloisonner ces forces vives et les faire interagir.»

#### **TOURISME QUATRE SAISONS: L'INTÉRÊT DE L'ŒNOTOURISME**

L'œnotourisme a l'avantage d'être praticable à toutes les saisons, ce qui explique son fort développement dans le canton de Vaud qui a déjà un tourisme très diversifié et sur toute l'année. En Valais, le tourisme est nettement plus concentré sur la saison de ski et donc les stations, ce qui pose des difficultés de promotion du tourisme quatre saisons et de vallée. Mais de nombreuses initiatives existent autour du vin justement qui est un marqueur identitaire et culturel fort du canton. L'œnotourisme est ainsi l'un des fers de lance de la promotion d'un

nouveau tourisme quatre saisons qui permet de solidifier l'assise économique du tourisme, particulièrement dans un contexte de réchauffement climatique qui rend le tourisme de ski incertain à plus long terme.

Aigle, où se sont déroulées les Rencontres suisses de l'œnotourisme 2022, est ainsi particulièrement emblématique de cette question. Capitale vaudoise du vin par la présence du Musée de la vigne, du vin et de l'étiquette, la ville est périphérique dans un canton très diversifié au niveau des régions et de son tourisme (de congrès, culturel, de sports-ski-lac, d'hôtellerie-gastronomie). Mais Aigle est la porte d'accès des Alpes pour toute une partie de l'Europe et les stations de ski et écoles chablaisiennes (Leysin, Villars) sont très renommées, notamment auprès de la clientèle anglaise. L'accent est surtout mis sur les activités d'hiver autour du ski, comme d'ailleurs en Valais.

L'œnotourisme garde donc un potentiel important, notamment pour les régions «de montagne». Il permet d'augmenter le potentiel du tourisme d'été, voire du tourisme d'automne, ainsi que du tourisme de vallée. En tablant sur l'important patrimoine autour de la vigne et du vin et en proposant donc des activités touristiques culturelles et gastronomiques en fin de printemps jusqu'au début de l'automne (avril-octobre), largement avant la saison de ski, il «lisse» et répartit l'activité touristique sur toute l'année. 🍷

*Plus de renseignements sur [swissoeno.ch](http://swissoeno.ch)*

ANNONCE



**Pépinières  
viticoles**

**Pierre Richard**  
Route de l'Etraz 4  
1185 Mont-sur-Rolle  
Tél. 021 825 40 33  
Fax 021 826 05 06  
Natel 079 632 51 69  
[pepinicro.richard@hispeed.ch](mailto:pepinicro.richard@hispeed.ch)

[www.pepinicro-richard.ch](http://www.pepinicro-richard.ch)

- Grand choix de cépages.
- Divers clones et portes-greffes.
- Production de plants en pots et traditionnels.
- Machine pilotée par GPS, pose la barbe et le tuteur.
- Fournitures: Tuteurs et Piquets.