

L'entretien

«Chaque bouteille a sa propre histoire.»

Depuis le 17 avril 2015, Augustin Mettler préside le groupe des Distillateurs suisses, qui fait partie intégrante de l'association Fruit-Union Suisse. Grand voyageur, cet expert en économie et conseiller en relations publiques dirige l'agence de communication *rosmarin* à Seewen, dans le canton de Schwyz. Dans un entretien, il évoque notamment l'avenir des boissons spiritueuses suisses et les débats politiques concernant la révision totale de la loi sur l'alcool.



Augustin Mettler a été élu à la présidence des Distillateurs suisses le 17 avril 2015.

RFA: vous êtes un nouveau venu dans le monde des boissons spiritueuses. Comment avez-vous réussi à convaincre les Distillateurs suisses de vous choisir comme président?

Augustin Mettler: la plupart de mes prédécesseurs étaient des hommes politiques dont le cheval de bataille a été d'améliorer le cadre légal pour le secteur des boissons spiritueuses. Or, en raison de la libéralisation du marché, les producteurs actuels ne peuvent plus compter sur la protection de l'Etat. Les importations de produits bon marché leur donne beaucoup de fil à retordre. Les distillateurs qui veulent survivre doivent faire leurs preuves sur le marché. S'étant aperçue qu'elle devait à l'avenir aider ses membres à commercialiser et à présenter leurs produits, l'association Fruit-Union Suisse a cherché une personne expérimentée dans le domaine du marketing pour succéder à Reto Wehrli à la tête des Distillateurs suisses.

La première journée nationale des distillateurs a eu lieu le 14 novembre 2015. Qu'attendiez-vous de cette manifestation?

La Suisse a une très longue tradition en matière de distillation. Cela fait des siècles que des boissons distillées de haute qualité sont fabriquées sur notre territoire. La diversité des produits proposés est exceptionnelle. En organisant la première journée nationale des distillateurs, nous souhaitons sensibiliser la population à cette réalité.

Qu'ont les boissons spiritueuses suisses de plus que leurs concurrents étrangers?

Chaque région, pour ne pas dire chaque village, propose ses propres eaux-de-vie, qui sont bien souvent produites par des entreprises familiales avec un savoir-faire, un soin et une passion incomparables. Chaque bouteille a sa propre histoire. C'est ce qui fait l'unicité et l'authenticité

de nos produits. Les boissons distillées suisses se démarquent ainsi clairement de la masse des produits standardisés importés. De mon point de vue, c'est un atout qu'il faut encore mieux exploiter.

Que faut-il améliorer au niveau de la commercialisation des boissons spiritueuses suisses?

Les distillateurs suisses fabriquent des produits d'une qualité exceptionnelle, une caractéristique typique de la culture suisse. Fidèles à un autre trait de caractère typiquement helvétique, ils font cependant preuve d'une certaine modestie lorsqu'il s'agit de présenter et de commercialiser leurs produits. Dans ce domaine, nous avons beaucoup à apprendre de nos concurrents étrangers. Si les Suisses parvenaient à vendre leurs eaux-de-vie aussi bien que les Italiens leur huile d'olive, nos boissons distillées seraient aujourd'hui des produits phares de l'exportation.

Auprès de quels groupes cibles pouvez-vous accroître vos ventes?

Les consommateurs s'intéressent toujours plus aux produits régionaux. J'interprète cet intérêt comme le désir d'un retour aux sources et à la nature. Je pense que nous pouvons progresser en particulier auprès des personnes qui privilégient des produits typiques d'une région.

Peut-on prendre exemple sur d'autres secteurs?

Les brasseries suisses de petite taille constituent un modèle à mes yeux. Depuis des années, elles jouent la carte du régionalisme à merveille et, à l'image de David contre Goliath, elles parviennent à s'imposer face à de grands groupes internationaux.

Que pensez-vous des appellations d'origine protégée (AOP) et des indications géographiques protégées (IGP)?

Ces deux labels sont extrêmement opportuns et justifient notre volonté d'insister davantage sur le caractère unique et régional de nos produits. Ils sont toutefois encore très peu connus des consommateurs. J'espère que cela va changer ces prochaines années.

Comment les producteurs devraient-ils appréhender les problèmes liés à la consommation d'alcool?

Presque tous les adultes consomment de l'alcool pour le plaisir. La plupart en boivent avec modération, de sorte qu'ils ne nuisent ni à eux-mêmes ni aux autres. Nous savons cependant également qu'une consommation excessive est dangereuse pour la santé. Nos producteurs en sont conscients et veillent donc à respecter les réglementations légales et les limitations de la publicité dans le cadre de leurs activités commerciales. J'attends en outre qu'ils fassent preuve d'une certaine vigilance à l'égard des consommateurs.

Que pense le spécialiste de marketing des débats politiques concernant la révision totale de la loi sur l'alcool?

Vus de l'extérieur, ces débats paraissent interminables, et je me demande si les différents protagonistes s'y retrouvent encore. A mon avis, il serait souhaitable que ce dossier soit enfin clos et qu'il déploie des effets favorables sur le secteur.

Les Distillateurs suisses

Faisant partie intégrante de l'association Fruit-Union Suisse (FUS), le groupe des Distillateurs suisses réunit des membres de l'Association suisse des distillateurs, qui a été dissoute en 2011, et du groupe suisse des distilleries de FUS. Il défend les intérêts de quelque 150 distilleries professionnelles et distilleries à façon de petite et moyenne taille. Les Distillateurs suisses veillent à ce que le secteur des boissons spiritueuses soit soumis à des conditions légales sensées. Ils prêtent donc une attention particulière à la révision de la loi sur l'alcool et à celle de la loi sur les denrées alimentaires. S'engageant en faveur d'une amélioration constante de la qualité des eaux-de-vie, FUS propose à ses membres des formations correspondantes. Des progrès sont encore possibles au niveau de la commercialisation des produits. Cela passe par des mesures adéquates en matière de communication. L'une d'elles est la journée nationale des distillateurs, intitulée «La Suisse distille», qui a eu lieu le 14 novembre 2015 et durant laquelle plusieurs distilleries de Suisse ont présenté leur entreprise et leurs produits au public.