

Promotion en automates

Avec **ALIGRO**
Fraîcheur. Qualité. Inspiration.

Le terroir vendu dans un projet innovant à l'EPFL

Vaud+ et la haute école ont monté un réseau d'automates remplis de 160 produits du terroir pour remplacer les snacks industriels. Le succès est là.

David Moginier

Qui a dit que les Vaudois étaient lents? Ils peuvent aller à toute allure quand ils portent un projet innovant, comme celui inauguré ce jeudi à l'EPFL: des automates à snacking qui ne contiennent que des produits du terroir, sains, locaux et durables. L'idée est partie en octobre 2019 de Bruno Rossignol, le chef du service restauration et commerce de la haute école. La direction s'est montrée enthousiaste, comme l'explique Tristan Maillard, son secrétaire général: «La durabilité est au centre de nos stratégies. Quand on sait que l'alimentation est responsable du tiers des émissions de CO₂, nous privilégions les circuits courts pour tous nos lieux de vente.» Sous l'impulsion de Bruno Rossignol, 60% des ingrédients sont IP-Suisse dans les restaurants, et la proportion devrait passer à 85%.

L'autre maître d'œuvre était logiquement Vaud+. La nouvelle marque de promotion du terroir et du tourisme vaudois chère à Philippe Leuba a trouvé là un terrain idéal pour mettre en avant la richesse du tissu cantonal, quand l'EPFL l'a approché en avril 2020. «Ce projet illustre tout ce qui fait succès dans ce canton, avance le conseiller d'État, et il bénéficie à l'entier des participants qui ont échangé leur savoir-faire.» Il a fallu en effet sélectionner ou imaginer ces produits destinés à remplacer les snacks industriels. «Nous en avons choisi 190 selon une charte que nous avions établie», explique Elvire Mathieu, la cheffe du projet côté Vaud+.



Devant leurs machines installées dans la haute école, les artisans du projet (de g. à dr.): Bruno Rossignol (EPFL), Elvire Mathieu (Vaud+), Philippe Leuba, Fabrice Ferrer (Dallmayr) et Suzanne Gabriel (Vaud+). VANESSA CARDOSO

Dans cette charte, le local, bien sûr, mais aussi la durabilité, avec des emballages recyclables, le côté sain avec des analyses nutritionnelles de chacun et la qualité gustative, approuvée par un jury de professionnels. Vingt et un producteurs ont joué le jeu, modifiant leur packaging ou leur retrain idéal pour mettre en avant la richesse du tissu cantonal, quand l'EPFL l'a approché en avril 2020. «Ce projet illustre tout ce qui fait succès dans ce canton, avance le conseiller d'État, et il bénéficie à l'entier des participants qui ont échangé leur savoir-faire.» Il a fallu en effet sélectionner ou imaginer ces produits destinés à remplacer les snacks industriels. «Nous en avons choisi 190 selon une charte que nous avions établie», explique Elvire Mathieu, la cheffe du projet côté Vaud+.

Des produits à adapter

Restait à trouver un spécialiste des vending machines. Dallmayr, entreprise allemande d'épicerie fine, s'est embarquée avec enthousiasme malgré les challenges



Quelques-uns des produits vendus dans les machines. DR

soulevés par le projet, comme organiser la logistique pour alimenter ces appareils depuis des producteurs installés dans tout le canton. Une fois par semaine, la tournée vient alimenter la base de Dallmayr avant la redistribution sur les lieux de vente. «Dès septembre, nous utiliserons des véhicules électriques pour répondre aux critères de durabi-

lité», promet son directeur, Adrian Rentsch.

Des prix bas

Le canton a investi 150'000 fr., pour les mandats de projet, mais pas plus: «C'est un système qui doit être autoporteur pour fonctionner», explique Philippe Leuba. Après les trois premiers automates installés, «il y a eu une telle demande que nous avons dû accélérer le déploiement». Il y a aujourd'hui trente machines dans les hautes écoles, entre Dornigen, Neuchâtel, Sion et Sierre. «Et nous sommes en discussion avec de nombreux acteurs. Les transports publics et leurs gares, les écoles et les gymnases, les institutions, les entreprises pour leurs bureaux ou leurs lieux de production», dit le conseiller d'État.

Chacun des acteurs du projet a limé ses marges pour que les produits restent à des prix attractifs face aux concurrents industriels. «C'est important pour notre clientèle d'étudiants, évidemment», souligne Bruno Rossignol. Et l'offre contient également certains aliments véganes, sans gluten ou sans lactose, pour toucher tout le monde.

L'assortiment va changer au fil de l'année, histoire de coller à la saisonnalité. Cela va des jus de fruits et des limonades jusqu'aux boissons chaudes, des minicakes ou des biscuits jusqu'aux chocolats, des pop-corns jusqu'aux fruits secs ou frais, etc. Tous contiennent au minimum 80% de matières premières vaudoises et sont labellisés Vaud+ «certifiés d'ici». Et le projet est soutenu par la skieuse de ski-cross Fanny Smith.

Ode au vin et à la vie

Enrico Bernardo a quitté ses restaurants pour voyager à travers le monde. Son livre se déguste.

Enrico Bernardo n'a pas perdu de son enthousiasme malgré sa carrière fulgurante. Le Lombard, Meilleur jeune cuisinier d'Europe en 1993, a bifurqué vers la sommellerie, cette fois en France, comme au Cinq du Georges V parisien, dont il gère la cave. Il remporte tous les concours jusqu'au Graal, Meilleur sommelier du monde en 2004. Puis, en 2006, il crée son premier restaurant, Il Vino, où se succèdent les stars et les étoiles autour des 1500 références de la cave, en ouvre un second, puis lance Goust.

Un jour, il quitte tout pour partir à travers le vaste monde et y rencontrer des vignerons originaux. De ce long voyage, il a tiré son cinquième livre, mélangeant autobiographie et réflexions sur la vie et le vin. Pour celui qui a tout dégusté, jusqu'à un Château Latour 1865, le vin doit être bu avec modestie et émerveillement, pas exhibé comme un trophée de chasse ou conservé comme un coffre-fort.

Il en parle avec beaucoup d'émotion, de ce breuvage qui «doit rester charnel, tactile, sensoriel». Enrico Bernardo sait reconnaître le travail des vignerons qui doivent faire tant de choix cornéliens pour rendre au mieux le terroir. Faut-il tenir compte des modes qui se démodent, comme ces Bordeaux d'il y a une vingtaine d'années où on procédait à un maximum d'extractions avant un déluge de bois, alors qu'aujourd'hui on mise sur l'infusion, la légèreté et la finesse? Actuellement, «le monde viticole a dépassé le stade [...] de l'application d'une recette: il se développe pour lui-même. Le bon sens paysan a retrouvé ses droits: suivre le calendrier lunaire, traiter lorsqu'il y en a besoin et non de façon préventive, vendanger au bon moment, veiller au bon état de son matériel végétal, respecter les singularités locales.» Cette honnêteté retrouvée, cette simplicité convainquent le sommelier. **D.MOG.**

«La sagesse du vin», Enrico Bernardo, Ed. Flammarion, 272 p.

Lavaux utilisé pour des vins d'ailleurs

Le dernier Festival du vin de Manor a pour décor Chexbres et ses vignes. Mais les bouteilles viennent de plus loin.

Le décor est connu, inscrit au patrimoine de l'Unesco, d'une photographie indiscutable. La dernière campagne de Manor lance un Festival du vin avec des images de Lavaux, et même un petit clip où l'on voit un caviste en tablier caractéristique servir à boire à deux amateurs devant le paysage bucolique de Chexbres. Les vignerons locaux en ont avalé leur tire-bouchon en découvrant les vins. Sur l'image et la vidéo, un Nez Noir tout ce qu'il y a de plus valaisan, un rosé de Provence et un rouge italien qu'on ne trouve pas dans les caves de la région. Évidemment, les réseaux sociaux n'ont pas manqué ça. «Un petit cours de géographie s'impose», signale par exemple Laurent Burri.

Le distributeur ne se démonte pas: «Manor a voulu mettre un fort accent sur la Swissness en

Au rendez-vous des vins



Si l'assortiment Manor comporte bien des vins de la région, on voit un italien, un valaisan et un français.

poussant en priorité les vins de notre pays (plus de 50 vins suisses sont en promotion pendant la durée du festival).» Il rappelle qu'il a trois vins de la région dans son assortiment. Et qu'il «travaille main dans la main avec plus d'une vingtaine de producteurs de vin locaux provenant de Lavaux.» Avec un assortiment qui ne se limite pas aux seuls vins suisses, «nous nous devons de faire une sélection à 360°, d'où la mise en avant d'un vin suisse, français et italien».

Du côté de l'Office des vins vaudois (OVV), alerté, on a réagi,

cette fois-ci plutôt poliment. «En général, Manor joue assez bien le jeu des vins locaux. Là, nous leur avons écrit que c'était vraiment maladroit et que nous étions étonnés de cette utilisation de l'image», avance le directeur, Benjamin Gehrig. L'OVV avait d'ailleurs monté quelques opérations de promotion avec ce distributeur. Même son de cloche chez Basile Monachon, président des vignerons de Lavaux. «Ce n'est pas très fair-play de leur part d'utiliser un patrimoine incomparable pour en vendre d'autres. Mais Manor n'est pas le pire.» **D.MOG.**

Yann Marguet, vigneron avec l'accent

La Cave de la Côte lance quatre nouveaux vins bios qui jouent sur le patois, et ouvre un pop-up store chez Manor Lausanne.

La Cave de la Côte revendique sa vaudoisitude! En sortant quatre nouveaux vins bios ou en reconversion, elle a misé sa campagne sur le patois, l'accent et le terroir. «Les Valaisans sont fiers d'être Valaisans et le font savoir, y compris dans leurs vins. Nous, nous avons cette modestie naturelle. Mais il est temps d'affirmer que nous sommes Vaudois et fiers de l'être.» Le directeur marketing de la coopérative, Marc Vicari, a poussé le bouchon assez loin, n'hésitant pas à une grande bataille pour défendre ses nouveaux bébés.

Cela commence par l'engagement de Yann Marguet. L'humoriste défend la Cuvée des Pèdes avec l'accent, lui qui en joue dans ses sketches. Cela se poursuit par quatre vidéos qui utilisent des images d'actualité avec des doubles de voix bien de chez nous,



Les quatre vins parlent vaudois avec l'accent. DR

y compris pour Nuria Gorrite (venue faire un saut à l'inauguration du pop-up store). Cela se termine par quatre étiquettes dessinées par des graphistes locaux, Mathias Forbach, Alexandre Pointet, Marisa de Oliveira et Camille Scherrer, qui offrent à ces topettes aux noms anciens des visuels modernes et colorés.

Il y a évidemment un chasselas, La Batoille, au nez fruité un peu discret, avec une bouche bien équilibrée qui se termine par une jolie minéralité. «Adjeux c't'ami, écoute voir, goûte-moi ce chasselas qui est top avec du frometon ou un taillé!» dit la pub. Le rosé La Tiaffe qui «est top par une puis-

sante tiède et quand t'as une de ces pépies». Il assemble gamay, pinot noir et garanoir pour des arômes de fruits acidulés et une jolie structure en bouche, très fraîche. Le rouge L'Agallage se compose de garanoir, gamaret et pinot noir et sent le cassis, les épices avant une bouche bien souple, avec des tanins encore un peu bruts. Enfin, le mousseux rosé Le Pétou fait péter les bulles fines de gamay, pinot noir et garanoir grâce à la méthode de cuve close pour un vin facile. À noter que tous sont en AOC Vaud.

À Lausanne, la Cave de la Côte a investi le rez de Manor côté rue de la Louve pour y promouvoir ses nouveaux crus, mais également une soixantaine d'autres, sur 272 m². Là aussi le patois est roi, et l'envie de se rapprocher des urbains passera également par des ateliers et des dégustations jusqu'au 29 mai. **D.MOG.**

www.cuveedespedes.ch

La Batoille, 13 fr. 70. La Tiaffe, 12 fr. 80. L'Agallage, 14 fr. 70. Le Pétou, 16 fr. 90.