

VIGNES VERGERS

01
JANVIER
FÉVRIER
2026

SWISS WINE PROMOTION

Un cap affirmé
et un nouveau directeur

ROOKIE 2026

Alexandre Stauffer,
une signature montante

PORTE-GREFFES

Tester aujourd'hui
les candidats de demain



CÉPAGES RÉSISTANTS

Un marché à séduire

RECHERCHE

Une piste prometteuse pour la
bioacidification

BOTTLEBACK

Un projet qui relance
le réemploi du verre

SOMMAIRE

01 | 2026



© Ivan Boiko Photography



© Opaline



© Vitis Aequitas

3 Edito / Impressum

14 Actualités

DOSSIER

6 AGROVINA 2026 : INNOVER ENSEMBLE

Agrovina revient à Martigny du 27 au 29 janvier pour rassembler viticulture, arboriculture et œnologie autour des nouveautés du secteur. Au Village Agrovina, le Prix de l'Innovation et l'Academy Award mettent en lumière les idées qui façonneront demain.

PORTRAIT

22 ALEXANDRE STAUFFER : ROOKIE GAULT&MILLAU 2026

Rookie Gault&Millau 2026, Alexandre Stauffer signe des vins d'exception, notés jusqu'à 95 au guide Parker. Entre microproduction, travail biodynamique et précision extrême, ce vigneron au parcours atypique hisse Le Vin de l'A parmi les crus les plus convoités du Valais.

TRIBUNE LIBRE

24 DE L'APÉRO À L'EXPÉRIENCE

La Génération Z privilégie émotions, durabilité et modération. Dans un marché en recul mais riche d'opportunités, Michel Rochat, président de l'Office des Vins Vaudois, appelle à innover pour révéler le potentiel des vins suisses.

RECHERCHE

37 PORTE-GREFFES : LE FUTUR EN TEST

À Changins, une étude intergénérationnelle révèle comment goût, origine locale et design influencent l'attrait des boissons effervescentes à base de chasselas.

DOSSIER

40 LA CONSIGNE REVIENT AU GOÛT DU JOUR

BottleBack et Opaline lancent les premiers modèles suisses de réemploi des bouteilles. Une avancée clé pour réduire l'empreinte carbone des boissons.

FORMATION

44 VITIS AEQUITAS EN APPUI À LA RELÈVE

En Valais, la fondation Vitis Aequitas mobilise et soutient les acteurs pour assurer l'avenir du vignoble. Sa campagne « Vitivini » ouvre la voie à une promotion nationale des métiers vitivinicoles.



Catherine Cruchon-Griggs avec la première bouteille de vin BottleBack qui devrait être mise en circulation en février.

Économie circulaire

Les bouteilles ne restent pas sur le carreau

Deux projets en faveur de l'économie circulaire des emballages de boissons brisent la glace en ce début d'année : la première bouteille de vin réutilisable uniformisée BottleBack et la mini-filière de réemploi des bouteilles Opaline.

■ TEXTE : RÉANE AHMAD

Même si peu de personnes en sont vraiment conscientes, la bouteille de vin représente 30 à 40 % de l'impact carbone d'une entreprise viticole. « C'est une grosse part ! » confirme Catherine Cruchon-Griggs, du Domaine Cruchon à Echichens. Convaincue de la nécessité de changer les mentalités, la vigneronne s'engage au sein de BottleBack en tant que co-fondatrice et présidente. Après plus de deux ans de travail, l'association nationale devrait mettre en circulation dès février la première bouteille de vin réutilisable et uniformisée, de type bourguignonne. En raison du coût d'un moule, qui se monte à 60 000 francs, elle

projette de faire produire son modèle bordelais dans une seconde phase. « Nous visons l'utilisation de 600 000 bouteilles la première année et d'un million la deuxième pour atteindre la rentabilité. Nous cherchons encore des vigneronnes et vigneronnes pionniers pour nous rejoindre ! » encourage la jeune femme.

Certaines craintes de ses collègues, la Vaudoise les entend bien : dire adieu à ses bouteilles de cœur, passer à la colle hydrosoluble pour les étiquettes, allonger le temps de stockage, appréhender la réaction de sa clientèle ou encore veiller à sa trésorerie en période de crise. Mais, forte de

l'expérience de la phase pilote soutenue par le Canton de Vaud, Catherine Cruchon-Griggs estime avec enthousiasme que « tous les voyants sont au vert! ». L'analyse positive du Centre de compétences en durabilité de l'Université de Lausanne lui donne notamment raison: dès 2027, le service de restauration de l'UNIL et de l'EPFL, y compris pour les événements, commandera l'entier de ses vins en bouteilles BottleBack.

ANTICIPATION DES RISQUES

Au niveau global, les arguments en faveur de la bouteille unique et de la mutualisation ne manquent pas: pénurie annoncée de sable, crises énergétiques ou changements législatifs pourraient laisser les petits acteurs sur le carreau... Pascale Deneulin, professeure en analyse sensorielle et sciences du consommateur à la Haute école de viticulture et œnologie de Changins, complète: « Passer à la bouteille réutilisable permettrait de "verdir" la production de vin, sans faire de greenwashing, et de renouer le contact avec le consommateur autour d'un projet commun. Le gain en termes d'image pour la filière serait énorme ».

La fermeture de Vetropack mi-2024, dernière verrière de Suisse, illustre la fragilité du système. Pour la fabrication, BottleBack a donc dû se tourner vers une usine autrichienne proposant une bouteille de qualité qui allie les bons critères au niveau du design, de la logistique et de la circularité. Concernant le transport et le lavage, l'association collabore avec deux centres de lavage helvétiques, Univerre à Sierre et Vetrum à Zürich. « Nous sommes en train de créer un réseau national de points de collecte chez les vignerons, mais aussi dans les déchetteries par exemple, pour simplifier le retour, sans toutefois culpabiliser le consumma-

Hervé Le Pezennec, fondateur de Réseau Consignes et de Ça Vaud l'retour, se charge du lavage à Gimel.



© Raphaël Dupertuis



© Opaline

Entre 6000 et 10 000 bouteilles en verre Opaline seront récupérées cette année.

teur s'il doit jeter sa bouteille!» souligne Catherine Cruchon-Griggs, qui précise que dès la deuxième utilisation l'impact carbone d'une bouteille réutilisable est plus faible que celui d'une bouteille à usage unique. À terme, BottleBack ambitionne le réemploi de la moitié des bouteilles de vin consommées en Suisse chaque année.



«GRÂCE À DE BONSPARTENAIRES, NOUS COMMENÇONS PETIT, À NOTRE IMAGE.»

ALEXANDRE FRICKER
DIRECTEUR GÉNÉRAL D'OPALINE

OPALINE EN PIONNIÈRE

Dans un autre secteur, celui des jus de fruits, Opaline fait figure de pionnière en mettant en place une mini-filière de récupération et de réemploi de bouteilles en verre. « Grâce à de bons partenaires prêts à faire bouger les lignes, nous commençons petit, à notre image », se réjouit Alexandre Fricker, directeur général de la société basée à Vétroz. Elle fait partie des sept fondateurs de la jeune Coopérative Ça Vaud l'retour, créée fin 2024.

La phase pilote démarre au mois de janvier avec 6000 bouteilles, l'idée étant que leur nombre augmente progressivement à 10 000 au fil de l'année, en comptant le pic estival. Pour ce faire, Opaline collabore avec les distributeurs de

DÉFIS À RELEVER

- Prévenir les risques (pénuries, législation)
- Créer un système contemporain
- Obtenir des financements
- Trouver les bons partenaires
- Mutualiser les forces
- Changer les mentalités
- Cibler les entreprises (BtoB) et les particuliers (BtoC)
- Anticiper les changements (colle hydrosoluble, stockage)

NOUVELLES ENTITÉS

Parmi les initiatives existantes, Swiss REuse (www.swissreuse.ch) est la première association nationale à défendre la réutilisation des emballages: elle encourage une collaboration forte entre les acteurs de la chaîne de valeur et des conditions-cadres favorables. De son côté, la Coopérative Ça Vaud l'retour (www.cavaudlretour.ch) vise à optimiser la mise en place d'une filière de réutilisation vaudoise, en accompagnant ses partenaires sur le plan de la technique et de la communication.

boissons Nausikraft à Lausanne et Delley Boissons à Boudry. «Sous l'égide de la coopérative, nous mandats Réseau Consignes, à Gimel, pour le lavage et une partie du transport», détaille Alexandre Fricker. Lorsque la logistique le permet, quelques cas particuliers entrent dans le circuit, comme le restaurant la Cuisine de Neusa à Etoy.

CIRCUIT LOCAL

Concrètement, pour le cas de Lausanne, Opaline a investi dans 250 harasses personnalisées, floquées par la Fondation valaisanne en faveur des personnes avec une déficience intellectuelle. À l'aide d'un petit camion électrique, Nausikraft va chercher les commandes à la coopérative Biofruits, puis les reconditionne en harasses à Lausanne pour livrer la capitale vaudoise. «Nausikraft gère la logistique et la consigne directement avec ses clients, à hauteur de 30 cts par bouteille et Fr. 5.- par harasse », précise le directeur d'Opaline. Au fur et à mesure, ce partenaire collecte les bouteilles vides de 25 cl et 33 cl auprès des restaurateurs, les stocke et les prépare en lots pour

le nettoyage. C'est là qu'intervient Réseau Consignes, quatre fois par année, en transportant et lavant les bouteilles par lot de mille, puis en les restituant propres, prêtes à la remise en circulation. «Nausikraft ramène alors ces bouteilles à Vétroz lorsqu'elle vient chercher la prochaine commande.» Enfin, après un lavage à chaud qui doit être également fait sur des bouteilles neuves, Biofruits se charge de remettre les bouteilles Opaline en circulation. Dans un horizon plus lointain, l'avenir sera-t-il à la création d'une bouteille unique pour les jus comme pour le vin ? «Ce n'est pas à l'ordre du jour dans notre secteur, car les formats sont nombreux et font partie intégrante de l'image des marques», conclut Alexandre Fricker. ♥

«NOUS CHERCHONS ENCORE DES VIGNERONS ET VIGNERONNES PIONNIERS POUR NOUS REJOINDRE!»

CATHERINE CRUCHON-GRIGGS
PRÉSIDENTE DE BOTTLEBACK



→ Plus d'infos:
www.bottleback.ch,
www.opaline-factory.ch

**Les huit vigneronnes et vignerons fondateurs
de BottleBack ont été rejoints par une soixantaine
de membres et des partenaires clé.**



© BottleBack

3 QUESTIONS À PASCALE DENEULIN

« LES ¾ DES CONSOMMATEURS SONT CONVAINCUS »

PROPOS RECUEILLIS PAR RÉANE AHMAD

Pascale Deneulin, professeure en analyse sensorielle et sciences du consommateur à la Haute école de viticulture et œnologie de Changins, mène des travaux sur la bouteille de vin réutilisable en appui à BottleBack. Éclairage.

Pouvez-vous dresser un bref état des lieux autour de la bouteille de vin réutilisable en Suisse et à l'étranger ?

Le projet BottleBack a été beaucoup médiatisé avec son design unique, interpellant à la fois les consommateurs et les vignerons. Cependant, dans l'écosystème suisse il existe de tout ! Même si le lavage des bouteilles de 70 ou 75 cl a été majoritairement abandonné, certaines caves indépendantes ou coopératives ne l'ont jamais arrêté : le plus souvent elles possèdent des installations anciennes, destinées aux contenants de 50 cl ou 1 l écoulés dans la restauration. Dans la littérature scientifique, on retrouve surtout des cas à l'étranger et dans le secteur de la bière. L'Allemagne et la Belgique n'ont par exemple jamais cessé l'usage de la consigne, de quoi inspirer les réflexions chez nous. En France, il existe aussi différents mouvements, dans le privé ou les régions, avec des discussions sur le réemploi des emballages au niveau national. À noter que la Suisse possède l'avantage de conserver la presque totalité des vins helvétiques sur le marché intérieur, ce qui favorise les retours et limite l'impact carbone des bouteilles.

En 2024, vous avez mené une enquête en ligne auprès des consommateurs. Quelles tendances se dessinent ?

Nous avons reçu 442 réponses à notre questionnaire. Il en ressort que les ¾ des sondés sont globalement convaincus par la bouteille réutilisable et la privilégieraient, contre ¼ de réticents qui ne changeraient rien à leurs habitudes. Étonnamment ce second groupe concerne des personnes ayant de bonnes connaissances en vin et des liens avec la filière : nous supposons une transmission des peurs des vignerons aux consommateurs avertis.

Pour la majorité des participants, la bouteille réutilisable est une évidence alignée sur leurs valeurs autour d'un vin local, durable et désirable. Malgré un discours qui pourrait être associé « au temps des grands-parents », elle est au contraire vue par 80 % comme une marque d'innovation de la part des vignerons. La bouteille unique crée également un sentiment de fierté par rapport au fait que la profession se mette d'accord autour d'un projet commun, qui donne une identité visuelle aux vins suisses et se focalise sur leur qualité. Quant aux

rayures sur les bouteilles réutilisées, elles apparaissent comme attractives et pourraient faire l'objet d'un joli storytelling.

Malgré leur bonne volonté, les consommateurs relèvent certaines contraintes comme le nombre insuffisant de points de collecte ou leurs horaires d'ouverture. En majorité, ils souhaitent pouvoir rapporter les bouteilles en grandes surfaces ou dans les déchetteries. Enfin, la plupart d'entre eux ne connaissent pas l'impact carbone d'une bouteille de vin, ce qui paraît normal.



© Changins

« LA BOUTEILLE RÉUTILISABLE
RESTE UN PROBLÈME
PSYCHOLOGIQUE,
BIEN PLUS QUE TECHNIQUE. »

PASCALE DENEULIN

PROFESSEURE EN ANALYSE SENSORIELLE ET SCIENCES
DU CONSOMMATEUR À LA HAUTE ÉCOLE DE VITICULTURE
ET ŒNOLOGIE DE CHANGINS

Et du côté des vigneronnes et vignerons, quels sont les échos ?

Environ 200 professionnels ont répondu à notre deuxième questionnaire en 2025. Même si les résultats doivent encore être traités, beaucoup de questions concernent la logistique. Selon moi, c'est le serpent qui se mord la queue ! Car le nombre de bouteilles sur le marché stimule les solutions logistiques et inversement. Le problème de la bouteille réutilisable reste un problème psychologique, bien plus que technique. Cet hiver, nous organiserons des ateliers de sensibilisation et d'intelligence collective auxquels toutes les personnes intéressées, surtout les non convaincues, seront les bienvenues. Elles peuvent s'adresser à BottleBack ou moi-même pour davantage d'informations. 🍷