

# absinthe parfum d'interdit

Un supplément «parfumé» de L'Express et L'Impartial  
28 février 2005

## Après l'or jaune, l'or «vert»?

Le Val-de-Travers veut protéger son absinthe par une appellation d'origine contrôlée (AOC). La demande a été déposée en septembre 2000 déjà. Mais le dossier ne pouvait être traité tant que la prohibition de la fée verte avait cours.

**D**epuis 2000, l'eau a coulé dans les verres. «Nous avons établi le cahier des charges de l'AOC. Ce fut un long travail et le dossier a été transmis à l'Office fédéral de l'agriculture en juin 2004», glisse Yves Kübler, distillateur à Môtiers et cheville ouvrière du projet.

Descendant d'une famille de distillateurs – établie à Travers dès 1875 –, Yves Kübler croit

à la possibilité de décrocher

une AOC pour l'absinthe du Val-de-Travers.

«Si la raclette a une chance, l'absinthe peut aussi l'obtenir. Le problème est de savoir si le nom d'absinthe est devenu générique. Mais même dans ce cas, c'est possible. Prenons le champagne: c'était devenu un nom générique et l'AOC a été accordée.

Certes, c'est aussi le nom d'une région. Malheureusement, l'«absintheland» n'existe pas.»

Yves Kübler a d'autres arguments à faire valoir: «Le dossier historique prouvant que l'absinthe est bel et bien née au Val-de-Travers est béton. Mais



Yves Kübler: «Je dois refuser des cars de touristes étrangers, des Japonais par exemple, qui souhaitent venir visiter la distillerie.»

l'attribution de l'AOC est une décision politique, avec son pendant de négociations internationales. Toutefois, si nous obtenons une AOC pour la Suisse, ce serait déjà une grande victoire.» Il s'agira donc de prouver que l'absinthe n'est pas tombée dans le domaine public.

### Japonais intéressés

L'absinthe rendra-t-elle sa richesse passée au Vallon? «C'est un produit de niche, cela rien à voir avec la vodka. Mais il y a des niches intéressantes. En touchant les marchés internationaux, il est possible de vendre des millions de bouteilles. C'est le cas de certains produits qui, par exemple, font partie de l'assortiment de tous les bars des hôtels du monde entier. Pour y parvenir, il faut pouvoir utiliser le potentiel de l'absinthe, un des seuls produits suisses qui a une identité, une origine, une histoire.

AOC ou pas, il est possible d'arriver à imposer un bon produit avec un bon marketing.» Le label permettrait toutefois de garantir la qualité du produit.

Une AOC générera des retombées économiques. Question de patience. «Le temps de l'obtenir et de laisser passer le délai transitoire de cinq ans, une décennie se sera écoulée. Il faut cependant voir les choses à long terme. Et il y a plus important que l'AOC: parvenir à un marketing territorial, trouver un fil rouge pour l'absinthe au Val-de-Travers, le produit étant clairement identifié à la région. Je dois refuser des cars de touristes étrangers, des Japonais par exemple qui vont à Lucerne, à Chillon et au Cervin, et qui souhaitent venir visiter la distillerie.»

L'enjeu touristique est important. «Il faut apprendre à se vendre. Nous ne sommes pas Gstaad ou Verbier. D'où l'importance du projet d'Espace universel de l'absinthe. Il est fédérateur, non seulement pour le Vallon, mais pour le canton. Raison pour laquelle, si cet espace se concrétise, il faudra le faire bien.» IMDC

