

## LE CHIFFRE

14 milliards

**RECORD** En francs, c'est la somme dépensée par le géant pétrolier chinois CNOOC pour le rachat du groupe canadien Nexen. Il s'agit de la plus grosse acquisition chinoise à l'étranger.

## LA CITATION

« L'année a été rude, mais la Suisse a fait preuve de résistance »

Christoph Juen, patron d'HotellerieSuisse, commentant le recul de 2% des nuitées en 2012

## COURS DES DEVISES

1\$	1€	1£
0,9319 fr.	1,2162 fr.	1,4119 fr.
↘	↘	↘

## LA TÊTE D'AFFICHE

**JOOS SUTTER** Le patron de Coop a annoncé une solide performance 2012 malgré un marché saturé et la forte pression sur les prix. Coop a accru son bénéfice net de 4,6% par rapport à 2011 pour atteindre 452 millions de francs.



Michael Buhler / Reuters

# LES SUISSES GRANDS AMATEURS DE WHISKY

**ALCOOL** Le nectar écossais est le spiritueux le plus importé l'an dernier au pays du kirsch. Jeunes ou vieux, hommes ou femmes, personne n'est épargné par le phénomène.

Le whisky cartonne en Suisse. Avec près de 19 000 hectolitres d'alcool pur importé en 2012, cette boisson représente 21% des importations totales de spiritueux dans notre pays. Il se place devant la vodka et les liqueurs. Et cette quantité est presque équivalente à la totalité des boissons distillées produites en Suisse (19 889 hectolitres d'alcool pur).

«L'énorme variété qui existe dans le whisky fascine les gens, explique René Hostettler, président du Potstill Club, une association de passionnés à Saint-Blaise (NE). Il y a tant d'arômes et de saveurs. Cela va de l'herbacé au fruité en passant par le floral, l'épicé et le salé. Cet aspect de dégustation séduit beaucoup de monde.» Quel que soit le sexe ou l'âge: «Il y a beaucoup de jeunes qui s'intéressent à l'univers du whisky, relève René Hostettler. Et sur les 60 membres de notre club, un tiers sont des femmes.»

## Marketing féroce

Pour Franco Graticcia, qui tient avec son épouse, Ana-Maria, Whisky Time, une boutique spécialisée à Lutry (VD), «le whisky correspond aux attentes des Suisses qui sont des gens curieux, aiment les voyages et découvrir de

« Le whisky n'est pas là pour passer la soif ou prendre une cuite, mais pour passer un bon moment »

René Hostettler, président du Potstill Club

nouvelles choses». Le marketing féroce réalisé par les Ecossais n'y est pas pour rien dans le succès de leur boisson nationale, souligne Eric Hostettler, qui possède 750 bouteilles différentes de whisky.

La manière de consommer de l'alcool est aussi responsable du succès de ce breuvage. «Le whisky devient presque une philosophie, explique le Biennois. Pour déguster 2 cl, cela peut prendre une heure. Aujourd'hui, les gens boivent moins, mais du bon. Le whisky n'est pas là pour passer la soif ou prendre une cuite, mais pour passer un bon moment.»

## Tout le monde s'y met!

La Régie fédérale des alcools (RFA) communique par ailleurs que la consommation annuelle de spiritueux par habitant se maintient depuis 10 ans à 1,6 litre. «Il n'y a pas un problème d'alcool en soi, explique Nicolas Rion, responsable de la communication de la RFA. La consommation totale stagne, mais la répartition entre les différentes catégories de la population peut beaucoup varier et conduire à des comportements problématiques.»

Pour Franco Graticcia, dont le magasin possède 600 références de whisky, le succès de cet alcool n'est pas près de se démentir. «Aujourd'hui, vu l'attrait pour cet alcool, tout le monde s'y met. On en fait en Autriche, en Pologne, en Italie et en Suisse. Il y a de très bons produits. Mais attention, il y a aussi un risque que certains commencent à faire n'importe quoi et que la réputation du whisky en pâtisse.»

● SÉBASTIEN JOST

sebastien.jost@lematin.ch



Selon René Hostettler, c'est la diversité d'arômes et de saveurs du whisky qui attire les Suisses.

René Hostettler