

Revue de Presse

du

19.12.2011





Le concept «Solo» propose de déguster à l'aveugle 16 crus romands.

La dégustation de vin à l'aveugle s'invite pour les fêtes de fin d'année

Lancé par la société lausannoise Neolabel, le concept «Solo» se présente sous la forme d'une bouteille de vin emballée dans une pochette noire ornée d'un point d'interrogation, et dont il s'agit de deviner le cépage à l'aide d'une fiche technique. Cette dernière comprend des informations sur le vigneron, ainsi qu'une description de la robe, du nez et des arômes des quatre crus parmi lesquels se trouve le vin mystère. Toute simple, l'idée permet d'initier de manière ludique les néophytes à la dégustation. Tout en donnant un coup de projecteur sur la

production de trois vignerons romands choisis pour la qualité de leur assortiment, régulièrement primé lors de concours nationaux et internationaux, si l'on en croit les initiateurs du projet, Gregory Chollet et Pierre Kohn de Neolabel, épaulés pour l'occasion par Daniel Santschi, ancien directeur de la Cave de Genève et de la maison Obrist, aujourd'hui à la tête de RelaisOne, spécialisé dans le marketing stratégique.

Les vignerons sélectionnés sont Cédric Flaction de la Cave des Cailles à Sion (VS), **Philippe Bovet de Givrins (VD)** et Bernard Rochaix du

Date: 14.12.2011

HÔTELLERIE^{et} GASTRONOMIE HEBDO

La revue des professionnels depuis 1886



RELAISCOM
Relais Communication Sàrl
www.relaiscom.ch

Hôtellerie et Gastronomie Hebdo
1006 Lausanne
021/ 616 27 12
www.hotellerie-et-gastronomie.ch

Genre de média: Médias imprimés
Type de média: Presse spécialisée
Tirage: 3'566
Parution: 39x/année

N° de thème: 601.5
N° d'abonnement: 1082234
Page: 2
Surface: 36'517 mm²

Domaine Les Perrières à Peissy (GE), tous ouverts à la nouveauté et pionniers chacun à leur manière. Pour les coffrets «Solo», Neolabel a choisi 16 vins – 12 rouges et quatre blancs – qui sont commercialisés sur le site de l'entreprise à des prix compris entre 20 et 40 francs. «A travers ce nouveau concept de dégustation, nous cibons les particuliers et les entreprises, toujours à la recherche de cadeaux de fin d'année. L'originalité de la démarche devrait nous permettre de toucher une clientèle nouvelle», résume Daniel Santschi.

Initié l'été dernier, le projet s'est concrétisé en un temps record. Neolabel, il est vrai, bénéficie déjà d'une certaine expérience dans le segment des coffrets de dégustation. Il y a quelque temps, l'entreprise de Gregory Chollet et Pierre Kohn avait commercialisé le «Quatuor», carton qui incluait quatre bouteilles de 37,5 cl représentant autant de cépages blancs cultivés en Valais (païen, humagne, marsanne, fendant). Mise sur pied avec Cédric Flaction, déjà, l'opération avait remporté un franc succès, séduisant notamment par le fait qu'elle mettait en valeur de façon inédite le terroir valaisan. Avec «Solo», les fondateurs de Neolabel – habitués tous les deux à relever des défis hors normes, l'un réalisant un tour du Mexique à vélo, l'autre traversant l'Atlantique à la voile – ont voulu étendre le concept à deux autres cantons romands. Et surtout prolonger l'expérience par le biais d'une bouteille de 75 cl, afin de permettre aux dégustateurs en herbe de se prêter au jeu de la dégustation aveugle en partageant un repas. Patrick Claudet

.....
www.neolabel.ch