

# Morand à la conquête du marché chinois

**MARTIGNY** Ses ventes à l'étranger en berne, la distillerie valaisanne veut tâter de nouveaux débouchés et s'apprête à participer à la plus grande foire d'import de Chine.

PAR PASCAL.GUEX@LENOUVELLISTE.CH

« Pour Morand, l'exportation générerait le quart du chiffre d'affaires il y a trente ans. Aujourd'hui, les ventes à l'étranger représentent à peine les 7%. Directeur de la distillerie qui emploie aujourd'hui plus de 60 collaborateurs tous secteurs confondus, Fabrice Haenni est bien conscient que des marchés traditionnellement porteurs (l'Allemagne ou la France) seront difficiles à reconquérir. D'où le choix de se tourner vers de nouveaux débouchés.

maine suisse de l'innovation focalisée sur les drones.» Le côté festif (du final) de cet événement a été confié aux responsables du bar Hope and Sesame, sacré à deux reprises meilleur bar de Chine, qui ont eu la bonne idée de proposer aux invités des cocktails d'alcools forts, à base d'absinthe du Val-de-Travers mais aussi et surtout d'alcools distillés par la Maison Morand. «Les retours ont été excellents.»

## Tisanes, sirops et alcools pour tous les visiteurs

Engagé par les Swiss Centers cette année, Romain Barrabas pense tout naturellement à l'entreprise octodurienne au moment de préparer la présence suisse à la foire de Shanghai. «Lancée par le président Xi Jinping, cette expo intéresse aussi bien les professionnels que les visiteurs individuels et touche l'ensemble du pays. Nous disposerons d'un stand de 240 mètres carrés pour présenter les produits d'une vingtaine de marques helvétiques. Certaines déjà bien implantées et connues en Chine, comme Ricola ou Victorinox et deux autres qui découvriront la Chine, l'absinthe de Kübler et Morand».

Aux côtés des vins suisses, l'entreprise octodurienne va exposer, faire déguster et pouvoir effectivement vendre les produits importés à cette occasion. «Des bouteilles à base de Williamine, la traditionnelle bien sûr, la Douce De, la Williamine sur fruit ou les Swiss Mix Mojito et Pink Grapefruit, mais aussi des sirops et des tisanes du Grand-Saint-Bernard», détaille Fabrice Haenni.

## Quel nom chinois pour la Williamine?

C'est du personnel local qui sera chargé d'animer les 12 mètres carrés occupés par l'enseigne de Martigny. «Avec des quarantaines obligatoires de deux à trois semaines à passer confiné dans un hôtel et des visas quasiment impossibles à obtenir, il n'a pas été possible d'envisager un déplacement depuis la Suisse.» Fabrice Haenni attend



La distillerie Morand - représentée par son directeur Fabrice Haenni - va bénéficier de conseils des Swiss Centers et de leur chargé des relations clientèle Romain Barrabas pour vivre une première expérience chinoise à la Foire de Shanghai. HELOÏSE MARET

« La Chine, avec une culture des alcools forts ancestrale, peut aider Morand à se faire un nom en Asie. »

ROMAIN BARRABAS  
CHARGÉ DE RELATIONS POUR  
LES SWISS CENTERS

Du 5 au 10 novembre prochain, l'entreprise octodurienne va ainsi lancer un premier ballon d'essai en Chine en participant à la China International Import Expo de Shanghai (CIIE), la plus grande foire d'import de Chine.

## Cocktails qui cartonnent

«La Chine, avec son 1,4 milliard d'habitants, une classe moyenne supérieure toujours plus dense et avide d'ouverture, mais aussi une culture des alcools forts ancestrale grâce entre autres aux Baiju (des eaux-de-vie obtenues par distillation de vin de céréales) peut aider Morand à se faire un nom en Asie.» Chargé de relations pour les Swiss Centers, après avoir travaillé à l'ambassade de Chine de 2017 à 2021 en qualité de chef adjoint pour sa section culture et médias, Romain Barrabas est à la base de cette participation valaisanne à la CIIE. «En 2019, l'ambassade avait organisé une se-

# 240

mètres carrés pour faire découvrir les produits d'une vingtaine de marques helvétiques

La distillerie Morand, sur 12 mètres carrés, se retrouvera aux côtés de produits déjà bien implantés en Chine comme Ricola ou Victorinox.

d'heureuses retombées de cette première expérience chinoise qui va nécessiter un investissement de plusieurs dizaines de milliers de francs. «C'est le prix d'entrée à payer pour être accompagnés par une structure efficace et compétente.»

Sur place, les employés chinois des Swiss Centers se chargeront d'enregistrer et de valider les produits, des modalités de dédouanement, des opérations de stockage, du choix du nom de la marque et de l'étiquetage en chinois, de la traduction du sous-titrage des vidéos de promotion.

## 400 entreprises suisses déjà soutenues

Fondés au début des années 2000 sous la forme d'un partenariat public-privé sino-suisse, les Swiss Centers se présentent comme «le plus grand regroupement d'entreprises suisses en Asie». Si, au départ, cette structure à but non lucratif a été portée financièrement par la Confédération via son secrétariat à l'économie (SECO) et cinq cantons romands, dont le Valais, elle s'autofinance depuis en facturant ses services et prestations diverses. Forts d'une douzaine de collaborateurs (deux en Suisse et une dizaine en Chine) et désormais présidés par le diplomate Jean-Jacques de Dardel qui fut notamment ambassadeur en Chine entre 2014 et 2019, les Swiss Centers ont soutenu le développement de plus de 400 entreprises dans l'empire du Milieu.

PUBLICITÉ

Un bon pour toi !  
Découvres-en d'autres  
dans ce journal.



1 Menu MEDIUM\*  
Fr. 9.90



\* Conditions sur [www.mcdonalds.com/ch/fr-ch/coupons.html](http://www.mcdonalds.com/ch/fr-ch/coupons.html)