

FORMATION VINICOLE Interview

«Le vin continuera à transmettre des valeurs sociales et culturelles»

MARC SCHMID

a repris la direction de Changins à la rentrée scolaire 2025. Après près d'une année à ce poste, il fait le point sur quelques-uns des enjeux actuels de la formation et de la branche.

Il a beaucoup été question du projet PAVO, soit une réflexion sur les prochaines orientations de Changins. Qu'en est-il actuellement?

Nous avons adopté une version plus légère et mieux équilibrée du projet PAVO. Nos réflexions ont porté sur la pertinence du parcours de bachelier, notamment sur sa différenciation et sur l'évolution de son contenu. Nous restons fidèles à la mission première d'une HES: celle d'un bon équilibre entre théorie et pratique, un élément central de notre identité. Nous avons toutefois souhaité introduire davantage d'ouverture dans la formation. Depuis la rentrée 2025, les étudiants ont ainsi la possibilité de suivre, tout au long des trois années du bachelier, des séminaires à choix afin d'élargir leur parcours. Nous continuerons bien sûr d'assumer les quatre tâches d'une HES: l'enseignement, la recherche appliquée, la formation continue et les prestations de service à la branche.

Qu'entendez-vous par mieux «différencier» la formation?

L'enjeu est surtout de rendre plus lisible l'ensemble des formations que nous proposons, car elles répondent à des niveaux et à des objectifs différents. Dans la filière professionnelle supérieure (tertiaire B), le brevet représente environ 400 heures de formation et la maîtrise environ 800 heures, généralement suivies en emploi ou à temps partiel. Dans le tertiaire A, la formation d'ingénieur viticole et œnologie (bachelor HES) propose un parcours plus large et plus approfondi, avec d'autres ambitions pédagogiques et des débouchés professionnels plus variés.

L'idée de vous diversifier vers d'autres métiers proches, par exemple en arboriculture, a donc été abandonnée?

La vocation de Changins reste clairement de former des œnologues. Nous ne sou-



Selon Marc Schmid, il est important de mieux comprendre les besoins de la branche.

P.-A. CORDONIER

haitons pas nous disperser en développant des formations dans des domaines voisins qui sont déjà proposés par d'autres acteurs. En revanche, nous devons faire évoluer les compétences que nous transmettons afin de préparer les professionnels aux défis à venir. Changins dispose d'une expertise reconnue sur les questions liées au sol, à la plante et à la fermentation, c'est-à-dire au cœur même de l'œnologie. Mais les enjeux de biodiversité, de transition écologique et de digitalisation deviennent également centraux pour la filière. Un œnologue doit aujourd'hui être en mesure d'aborder ces sujets avec une base scientifique solide.

La baisse du nombre d'étudiants était aussi une préoccupation de l'institution. Où en êtes-vous à ce propos?

Nous avons, je l'espère, passé le creux de la vague. Il faut savoir que nous avons trois sources d'où viennent nos étudiants. Tout d'abord ceux qui viennent du métier. Ensuite les gymnasiens qui souhaitent s'orienter vers la viticulture. Ces derniers doivent accomplir une année de travail à la vigne afin de confirmer leur vocation. Enfin, il y a les jeunes qui ont

fait un autre CFC et veulent se réorienter vers ce métier. D'un point de vue pédagogique, la taille de la volée – qu'elle compte 10 ou 25 étudiants – ne constitue pas un enjeu majeur pour nos enseignants. En revanche, la question se pose différemment pour nos bailleurs de fonds, qui soutiennent la formation et sont naturellement attentifs au nombre d'étudiants. Cela dit, nous devons surtout mieux comprendre les besoins réels de la branche. En principe, c'est elle qui exprime ses attentes en matière de formation. J'ai d'ailleurs sollicité la filière à ce sujet et j'attends encore des retours.

La visibilité de Changins en Suisse allemande était une préoccupation de votre prédécesseur Conrad Briguet lors de son départ. Est-ce que Changins peut mieux faire sur ce point?

Changins a un rayonnement national. Dans le cadre du projet PAVO, nous avons donc réfléchi à la manière d'attirer davantage d'étudiants de Suisse allemande. Concrètement, les supports de cours sont désormais traduits en allemand et nous offrirons aussi la possibilité, sur demande, de passer les examens dans cette langue. Les enseignements oraux, en

revanche, continuent d'être dispensés en français.

La filière est-elle suffisamment attractive?

Nous constatons qu'il y a toujours autant d'entrées dans les filières CFC de viticulteur et de caviste. L'attractivité des métiers existe donc. En revanche, un défi pour la branche est que près de 40% des personnes formées ne poursuivent pas leur activité dans le secteur. Les raisons peuvent être multiples. Le métier implique des conditions de travail exigeantes et une réalité professionnelle parfois différente de l'image que l'on peut s'en faire. D'autres secteurs, comme la gastronomie, ont réussi à rendre leurs formations plus attractives. Cela nous invite à réfléchir collectivement à la manière de mieux valoriser ces métiers et d'en renforcer l'attractivité.

Et augmenter la part d'étudiants étrangers?

La législation sur les HES limite la proportion d'étudiants étrangers à 50%. C'est une décision qui a fait suite à une intervention politique. On refuse ainsi chaque année des étudiants français.

Souffrez-vous des coupes budgétaires publiques?

Ces coupes concernent bien sûr une partie de nos sources de financement. Mais nous avons une belle équipe de recherche, performante et qui nous amène des projets, donc des fonds.

La réputation de l'école, elle, n'est plus à faire!

La réputation de Changins repose aussi beaucoup sur ses diplômés et sur leur engagement dans la filière. C'est pourquoi nous souhaitons renforcer le réseau des diplômés de l'école. Il existe déjà une association des anciens, qui publie notamment le journal *Objectif*, largement lu dans la branche. Nous souhaitons toutefois développer un réseau d'alumni plus actif et plus ouvert, capable de valoriser les parcours de nos diplômés et d'organiser davantage d'événements à Changins, qu'il s'agisse de rencontres, d'échanges techniques ou de moments de partage entre professionnels. Dans ce métier, la transmission entre générations joue un rôle essentiel.

On parle souvent de la féminisation de la profession. Qu'en est-il?

Nous avons en effet une proportion de 40 à 45% d'étudiantes. La part des femmes a également augmenté dans le CFC. L'idée qu'il s'agit d'un métier pour les hommes est beaucoup moins prégnante aujourd'hui. Mais il faut aussi agir au sein des organisations professionnelles, où le nombre de femmes est plutôt faible.

«Nous restons fidèles à la mission première d'une HES: celle d'un bon équilibre entre théorie et pratique»

Comment accueillez-vous les nouvelles boissons issues du raisin ou du vin?

C'est indéniable qu'il y a des consommateurs, plus jeunes souvent, qui achètent ces produits. Et c'est notre tâche de montrer ce que l'on peut faire, de proposer des recettes en quelque sorte. Regardez ce que nous avons réalisé avec le projet Topsy primé à Agrovina! En six mois et de manière très professionnelle, un groupe d'étudiants a développé une boisson aromatisée à base de vin. Il s'agit aussi d'évaluer la durabilité de ces tendances. Faut-il

partir du vin et le désalcooliser, avec tout ce que cela implique, ou essayer d'innover à partir du raisin? À voir. Mais nous avons aussi besoin de davantage de données à ce propos, notamment au niveau de la consommation.

Que voulez-vous dire?

Nous avons besoin de mieux connaître et comprendre le consommateur, ce qu'il cherche. Nous avons des signaux, mais ce ne sont pas des données exactes. Il faut être plus professionnel, disposer de davantage de faits, engager une approche plus analytique et renforcer la communication. Les étudiants qui sortent de Changins doivent pouvoir être outillés pour interpréter ces signaux et mieux comprendre les enjeux actuels. C'est ce qui permettra de mieux orienter la profession en identifiant par exemple les segments qui dureront. Ces réflexions sont en cours au sein de l'institution.

Est-ce une solution à la baisse de consommation?

Il faut être prudent à ce propos. La baisse de consommation est souvent expliquée par des préoccupations de santé. Mais l'évolution des comportements alimentaires montre que ces facteurs n'expliquent pas tout. Si l'on prend l'exemple du sucre, les mises en garde sanitaires n'ont pas réellement fait diminuer sa consommation. Il est vrai que la branche traverse actuellement une période difficile. Le vignoble suisse pourrait couvrir environ 40% de la consommation nationale, mais nous nous situons aujourd'hui plutôt autour de 35%. L'enjeu est donc aussi de reconquérir ces quelques points de marché. Cela montre l'importance de mieux comprendre à la fois le marché et les consommateurs. Du côté du marché, nous n'avons par exemple pas vraiment anticipé l'essor des vins mousseux. Du côté des consommateurs, les habitudes évoluent aussi. Autrefois, les Suisses allemands consommaient volontiers des vins romands par attachement à la Romandie. Aujourd'hui, ils voyagent davantage et découvrent de grandes régions viticoles à l'étranger. Il faut trouver le bon récit pour le vin suisse: valoriser les cépages autochtones et résistants, la durabilité et encourager le patriotisme alimentaire. Le vin accompagne l'humanité depuis des millénaires et je suis convaincu qu'il continuera à porter des valeurs sociales et culturelles fortes.

PROPOS RECUEILLIS PAR PIERRE-ANDRÉ CORDONIER

PUBLICITÉ



Le marché en ligne suisse des machines agricoles

Plus de 24 000 annonces en ligne
Achetez ou vendez maintenant sur agropool.ch

