

h e g

Haute école de gestion
Genève

Reprise de la distillerie de Saconnex-d'Arve



Travail de Bachelor réalisé en vue de l'obtention du Bachelor HES

par :

Jérôme BLOCH

Conseiller au travail de Bachelor :

Jean Tuberosa, Professeur HES

Carouge, le 31 mai 2016

Haute École de Gestion de Genève (HEG-GE)

Filière Économie d'entreprise (EEW)

Déclaration

Ce travail de Bachelor est réalisé dans le cadre de l'examen final de la Haute école de gestion de Genève, en vue de l'obtention du titre de Bachelor of Science en économie d'entreprise en emploi.

L'étudiant a envoyé ce document par email à l'adresse d'analyse remise par son conseiller au travail de Bachelor pour analyse par le logiciel de détection de plagiat URKUND. <http://www.orkund.com/fr/student/392-orkund-faq>

L'étudiant accepte, le cas échéant, la clause de confidentialité. L'utilisation des conclusions et recommandations formulées dans le travail de Bachelor, sans préjuger de leur valeur, n'engage ni la responsabilité de l'auteur, ni celle du conseiller au travail de Bachelor, du juré et de la HEG.

« J'atteste avoir réalisé seul le présent travail, sans avoir utilisé des sources autres que celles citées dans la bibliographie. »

Fait à Genève, janvier à mai 2016

Jérôme Bloch

Remerciements

Je tiens à remercier toutes les personnes qui m'ont aidé à réaliser ce travail de Bachelor, qu'il s'agisse d'explications, d'idées, de relecture ou de conseils.

Je tiens plus particulièrement à remercier mon maître accompagnant, Monsieur Tuberosa, pour sa disponibilité ainsi que la précision de ses remarques, qui m'ont guidé tout au long de la rédaction de ce travail.

Je tiens également à remercier mon grand frère, Nicolas Bloch, sans qui ce travail n'aurait jamais été possible. Il m'a en effet mis dans la confiance de l'entreprise, avec un accès facilité à ses différents documents administratifs, et a également relu, corrigé et fourni des idées d'amélioration tout au long de la rédaction du travail.

Résumé

Le but de ce travail, réalisé dans le cadre de ma dernière année à la Haute École de Gestion de Genève, est de présenter un cas de reprise d'entreprise descendante, en l'occurrence la Distillerie de Saconnex-d'Arve.

Ce travail me tient particulièrement à cœur, d'une part parce qu'il s'agit d'une entreprise qu'a reprise mon frère, et, d'autre part, parce que cela me permettait d'appliquer des connaissances acquises durant ma formation à un cas concret.

J'ai dans un premier temps fait une analyse précise de la situation lors de la reprise à l'aide du SWOT, ce qui m'a permis de définir des objectifs à court, moyen et long terme.

Ensuite, j'ai développé les angles qui me semblaient être primordiaux, à savoir la gestion des stocks, le marketing et la distribution.

J'ai ensuite apporté un regard plus critique sur la situation, en usant du recul d'une personne relativement extérieure à l'exploitation de l'entreprise – à la fois aide et soutien mais n'étant pas présent au quotidien. Cette partie m'a permis de mettre en avant les points communs mais également les différents que peuvent avoir deux frères face à une même situation.

Enfin, avant une conclusion personnelle et sur le travail, j'ai repris les principaux chiffres de la première année d'exploitation afin de les expliquer et de mettre en lumière certaines lacunes qui ne permettent pas, pour l'heure, de considérer la distillerie comme une activité rentable.

Mon objectif principal était donc de montrer toutes les étapes nécessaires lors de la reprise d'une micro-entreprise, aussi bien les aspects encourageants que tous les problèmes rencontrés.

Table des matières

Déclaration	i
Remerciements	ii
Résumé.....	iii
Liste des tableaux	v
Liste des figures	vi
1. Introduction personnelle	1
2. Introduction	2
3. Analyse	4
3.1 Situation avant la reprise	4
3.2 Objectifs	10
3.3 Stock	14
3.4 Marketing	18
3.5 Distribution	23
4. Analyse de la première année d'exploitation	25
4.1 Les points positifs	25
4.2 Les points négatifs	28
5. Comptabilité	32
5.1 Résultats de clôture de l'exercice	33
5.2 Prévisionnel financier au 31.12 2016.....	34
6. Conclusion	36
7. Bibliographie	37
Annexe 1 : Article du journal Nouvelle.ch du 1.5.2015	38
Annexe 2 : Article de la Tribune de Genève du 15 décembre 2014	39
Annexe 3 : Article de la Tribune de Genève du 1 ^{er} septembre 2015.....	40
Annexe 4 : Autorisation GRTA	41
Annexe 5 : Ventes d'une année à la distillerie	42
Annexe 6 : Liste des prix de tous les produits	43
Annexe 7 : Inventaire prix de la valeur assurée	44
Annexe 8 : Comptabilité de la distillerie 2015 et début 2016.....	45

Liste des tableaux

Tableau 1 : Forces et faiblesses à l'interne lors de la reprise de la distillerie	5
Tableau 2 : Tableau des risques et coûts de stockage	15
Tableau 3: Processus de distillation Kirsh	15
Tableau 4 : Marketing-mix de la distillerie	22
Tableau 5 : Exemple d'écriture comptable	29
Tableau 6: Compte d'exploitation prévisionnel décembre 2016	34

Liste des figures

Figure 1 : Etiquettes de la Cerise noire de Montreux et du Calvados	11
Figure 2 : Extrait de la page Facebook de la distillerie	18
Figure 3 : Etiquette des eaux-de-vie de la distillerie	20
Figure 4 : Photo sur le site www.distisuisse.ch de la bouteille médaille d'argent 2015.....	21
Figure 5 : Extrait de la carte du restaurant «Chez Gregoire»	23

1. Introduction personnelle

Durant toute la durée de mon parcours à la Haute Ecole de Gestion de Genève, j'ai l'impression de m'être reconstruit. Cela faisait plus de dix ans que j'étais dans le monde professionnel et c'était pour moi le moment de me remettre en question. J'avais accumulé avec l'expérience des certitudes mais j'avais également besoin d'en trouver de nouvelles et d'élargir mon horizon avec l'offre de ce Bachelor en économie d'entreprise.

J'ai d'ailleurs pu me rendre compte que si la plupart de mes opinions se sont renforcées, j'ai également découvert d'autres réalités et d'autres visions qui m'ont permis de continuer à évoluer.

Plus concrètement, j'ai pu d'une part développer des compétences que j'avais partiellement acquises préalablement, comme par exemple la comptabilité et les domaines des ressources humaines, mais j'ai d'autre part découvert de nouveaux éléments passionnants tels que le management de projets ou encore certains cours de business plan et d'organisation. Je pense avoir grandi durant ces années à la Haute Ecole de Gestion et m'être affirmé tant sur le plan professionnel que sur le plan social.

2. Introduction

Le but de mon travail est donc de trouver un lien entre des valeurs qui me sont chères et l'ensemble des cours que j'ai suivis durant mon cursus à la Haute Ecole de Gestion. Mon frère a maintenant repris la Distillerie de Saconnex-d'Arve en avril 2015. Cela fait donc une année qu'il a créé son entreprise et qu'il exploite une des cinq micro-entreprises existantes dans la distillerie.

Il partage en effet un hangar de 800 m² avec des brasseurs (Brasserie du Virage), son maître distillateur qui continue la production de vin, une entreprise de production d'absinthe et une de liqueurs. La cohabitation n'est pas toujours évidente avec certains autres membres, mais chacun essaie de mettre de l'eau dans son vin afin de permettre une ambiance «acceptable».

Il est tout de même important de rappeler quelques informations historiques concernant la distillerie en quelques dates :

- Première évocation de la distillerie en 1895, à cette époque-là, elle appartenait à M. Joseph Fontaine
- Elle a appartenu ensuite à M. Alphonse Saxoud qui s'en est occupée jusqu'en 1962
- Contrairement aux idées reçues, c'est bien à Saconnex d'Arve qu'a été créée la Williamine, par M. Saxoud, avant qu'il ne cède le nom à une distillerie valaisanne
- En 1963, la distillerie est reprise par H. et A. Zumbach, originaire de Plan-les-Ouates
- Ces derniers ont remis l'exploitation à M. Daniel Brenner (le maître de mon frère) en 2001
- En 2006 voit le jour Abstintissimo, entreprise faisant essentiellement de l'absinthe
- En 2012, l'entreprise la Givrée prend également son envol dans la distillerie, avec des liqueurs en tout genre
- Les brasseurs arrivent quant à eux en 2015 dans la distillerie, et grâce à leurs produits, une nouvelle vague de clients (principalement jeunes) se rend à la distillerie

Il est également très important de rappeler les événements de 2013. En effet, la distillerie a été fortement menacée à cette période. Les propriétaires de l'époque, jugeant les activités de la distillerie peu à même de leur fournir un loyer suffisamment haut, imaginent la destiner en location à une activité plus lucrative. Cette attitude provoque alors un mouvement populaire et politique afin que cette destinée ne se réalise pas.

Enfin, en décembre 2014, après un long combat (pétition, alertes dans la presse, discussion entre les autorités communales et les propriétaires), la commune de Plan-les-Ouates vote à l'unanimité le rachat de la distillerie. Ce rachat prend acte le premier avril 2015, date à laquelle mon frère crée son entreprise.

Ce choix de travail était pour moi une évidence tant par l'importance de cette entreprise dans ma vie, mais également parce qu'il traite d'un sujet concret. J'espère que la mise en lumière de tous les éléments de ce travail de Bachelor permettra à mon frère de progresser et d'optimiser la réussite de son entreprise. Je me réjouis de vous présenter mon analyse de cette reprise de la Distillerie de Saconnex-d'Arve.

3. Analyse

Cette partie va me permettre de montrer l'analyse précise dans un premier temps de la reprise de la distillerie, en d'autres mots la situation initiale. Ensuite, je vais mettre en avant une série d'objectifs potentiels à réaliser pour que la distillerie évolue de la meilleure des manières. J'insisterai enfin sur quelques aspects que je considère comme étant les plus importants, qui sont le marketing, la gestion des stocks et la distribution.

3.1 Situation avant la reprise

Lorsque mon frère décide de se lancer dans l'aventure de l'entrepreneuriat, la situation n'est pas favorable. Pour être honnête, je ne crois moi-même absolument pas au projet lorsque je commence à m'y intéresser. Je suis quelqu'un de plutôt réticent à croire dans un projet peu assuré. Ces années à la HEG m'ont énormément mis en garde sur la difficulté de créer une entreprise et surtout d'être rentable.

Malgré cela, je perçois assez vite beaucoup d'opportunités liées au lieu et à l'activité, et me rends compte que le produit ainsi que l'image que transmet l'entreprise peut toucher un grand nombre de consommateurs. Il était donc important de faire une analyse SWOT à ce moment-là afin de voir les forces et les faiblesses de l'entreprise lors de la reprise ainsi que les opportunités et les menaces qui s'offraient à mon frère. Voici donc cette matrice ci-dessous, suivie de mes commentaires :

Tableau 1 : Forces et faiblesses à l'interne lors de la reprise de la distillerie

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> • Histoire de la distillerie • Savoir-faire transmis de génération en génération • Machinerie traditionnelle et travail artisanal • Maître distillateur de mon frère toujours présent sur les lieux avec l'exploitation viticole • Passion et motivation de mon frère 	<ul style="list-style-type: none"> • Stock de reprise très faible (quantité) • Diminution flagrante de production les dernières années (activité presque à l'arrêt) • Investissement important sans aucune certitude de rentabilité • Clientèle en nette perte de vitesse
Opportunités et menaces à l'externe lors de la reprise de la distillerie	
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> • Avec cinq micro-entreprises dans un même lieu, on sait que le monde amène du monde • Les produits du terroir sont en train de devenir un aspect important pour les consommateurs • Possibilité de diversification des rentrées d'argent • Les nouvelles technologies permettent de toucher une nouvelle clientèle de manière rapide et efficace sans dépenser de grandes sommes d'argent • Tous les articles de presse en lien avec le rachat de la distillerie ont permis de mettre la lumière sur les entreprises exploitantes • La météo de la première année d'exploitation très favorable (été 2015) 	<ul style="list-style-type: none"> • Forte concurrence nationale pour un petit marché • La mairie est propriétaire des lieux et selon les dirigeants et les budgets, possibilité de fermeture des lieux à l'avenir • Comme tout métier agricole, l'exploitation est en grande partie dépendante de la météo • Disparition programmée à court terme de la clientèle âgée • Disparition à moyen terme de nombreux arbres fruitiers sur le canton (hautes tiges anciens et pas entretenus, constructions sur zone agricole et densification de la zone villa sur laquelle se trouvent également de nombreux fruitiers dans des jardins privés)

Lors de la reprise de la distillerie, on pouvait dénombrer quatre faiblesses. Tout d'abord, le stock de reprise. Celui-ci était très faible et ne permettait pas de pouvoir vendre rapidement. Pour ce genre de produit, le temps d'attente est bien évidemment plus long car la création du stock ne peut se faire qu'après une période de fermentation et de distillation, suivie d'un vieillissement en bombonne nécessaire à la bonification de l'eau-de-vie.

D'autre part, les investissements de départ sont tout de même conséquents. Heureusement, les machines ainsi que le stock ont été revendus à mon frère pour un montant symbolique. Mais en plus de cela, la première année d'exploitation compte beaucoup de frais, particulièrement lorsque l'on souhaite redynamiser une exploitation moribonde (achat de bouteilles, étiquettes, etc.).

Enfin, la clientèle étant en perte de vitesse, il est important de pouvoir donner une nouvelle dimension à celle-ci. L'âge moyen des consommateurs étant tout de même élevé, il convient de trouver une nouvelle clientèle à sensibiliser aux produits de la distillerie.

Malgré cela, une quantité de forces contrent ces faiblesses et m'ont rapidement convaincu que le choix de mon frère avait réellement du sens. Premièrement, la distillerie s'appuie sur une reconnaissance historique ainsi que sur un savoir-faire que tous les clients anciens mettent en avant. Le métier de distillateur ne s'obtient pas en se formant dans un cursus de formation professionnelle, mais se transmet de maître à élève, ce qui fait que ce savoir perdure de génération en génération. Et le savoir n'est pas l'unique chose qui se transmet. En effet, outre la connaissance du métier, se transmettent également les relations clients, fournisseurs et toutes les parties prenantes.

Deuxièmement, le travail est effectué à la main et sur de la machinerie traditionnelle (les alambics sont en parfait état mais ils datent). Les clients actuels ainsi que les clients potentiels sont très attachés à ces détails pour ce genre de produits. Le fait que le distillateur puisse raconter une histoire concernant l'ensemble du processus, parce qu'il le réalise lui-même (de la cueillette des fruits à la mise en bouteille) est également une force. Le client ne peut qu'être sensible à ces arguments qui sont également un atout pour la technique de vente.

Troisièmement, et je pense que c'est la force la plus importante, la passion du chef d'entreprise. Après plus ou moins un an d'activité, beaucoup de personnes auraient, selon moi, abandonné. Le premier salaire que Nicolas Bloch a pu s'offrir était au mois

de février 2016 et se montait à CHF 1500.-. Force est de constater que même si l'exploitation de cette distillerie donne des espoirs fondés quant à son avenir, il va encore falloir beaucoup travailler afin d'arriver au point mort dans un premier temps et d'obtenir un bénéfice par la suite.

Les menaces sont également présentes, comme le SWOT le met en lumière, mais la matrice démontre également que les opportunités de mener à bien ce projet sont importantes.

La première menace concerne la concurrence. Même si elle n'est pas omniprésente, il existe un certains nombres de distilleries en Suisse. La menace consiste en ce que le marché n'est pas très important, d'autant plus que la consommation d'eau-de-vie de fruit par habitant a fortement baissé durant ces dernières décennies. Malgré cela, le marché des eaux-de-vie profite de la tendance à « consommer local ». Le label GRTA dont sont pourvues la plupart des eaux-de-vie de Saconnex-d'Arve (voir également au point 8) est réservé aux produits dont la production se fait entièrement à Genève. Les consommateurs genevois sont attachés à ces valeurs de façon croissante.

La deuxième menace n'est pour le moment absolument pas présente. Le trio que forme le conseil administratif de la commune de Plan-les-Ouates (propriétaire des lieux) s'est battu pour que la mairie devienne propriétaire et tant que ces derniers seront en place, la survie de la distillerie n'est pas en danger. Cependant, les priorités des membres dirigeants actuels ne seront pas forcément celles des prochains, ce qui fait qu'à moyen ou long terme, la donne sera susceptible de changer.

La dernière menace est par contre permanente. Lorsque l'on travaille une matière première agricole, on est en grande partie dépendant de la météo. Par exemple, les excellentes conditions de l'été 2015 ont permis de faire grandir le stock de marchandise et de réaliser une production de qualité pour les fruits à pépins, tandis que les quantités de fruits à noyaux étaient plus anecdotiques. La vérité de l'été 2015 n'est malheureusement pas celle de chaque année et il faut simplement espérer que les conditions soient favorables, particulièrement les premières années pour la constitution d'un stock suffisant.

Parlons maintenant des nombreuses opportunités qui s'offrent à la distillerie. La première est la force que chaque micro-entreprise apporte aux autres. Etant donné que toutes se trouvent dans un même lieu, la somme des clients est multipliée. Même si un amateur de bière n'est pas forcément un fervent adepte d'eau-de-vie, le fait que le magasin de la distillerie mette en vente au même endroit les différents produits, offre la

possibilité à tous les clients d'acheter un produit pour lequel ils n'avaient préalablement pas prévu de se déplacer. Cela permet également de proposer des convergences dans la production : les brasseurs ont par exemple créé une bière avec du coing fermenté par mon frère, pour que ce goût de coing se retrouve dans la bière. Ils projettent également de lancer un whisky ensemble, qui combine leurs différentes compétences, en partageant les risques d'un tel investissement.

La deuxième opportunité est l'importance grandissante que les consommateurs accordent aux produits du terroir. Il est évident que les médias participent à cette renaissance. Il n'y a pas une semaine sans qu'un article de presse ou un reportage télévisuel ne parlent de ce sujet. A l'heure de la mondialisation, lorsque tous les produits deviennent accessibles d'un simple clic, on peut remarquer qu'une tendance à la production et la consommation locale se réaffirme. Une grande quantité de nouvelles petites entreprises naissent. On sent que les consommateurs sont déstabilisés par toutes ces nouvelles crises alimentaires (produits toxiques dans la production, nouvelles allergies, conditions de travail dans certains pays en développement, etc.) et qu'ils souhaitent donc connaître la provenance et les méthodes de production de ce qu'ils consomment.

Les nouvelles technologies constituent également une belle opportunité. En effet, les réseaux sociaux présentent la possibilité de faire de la publicité presque gratuite et de toucher un nombre important de gens avec un minimum d'énergie dépensée. De plus, ces réseaux touchent essentiellement de nouveaux clients potentiels, la clientèle vieillissante n'étant que très peu présente sur ce type de médias. La possibilité d'utiliser un logiciel comptable adapté et presque gratuit permet également de faciliter la gestion financière et la gestion des stocks de l'entreprise. Jusque-là, le prédécesseur de mon frère travaillait encore avec une comptabilité manuelle. Et que dire du système de facturation et des échanges avec les clients et les fournisseurs. Même si cela paraît une évidence pour beaucoup en 2016, ce n'était pas encore le cas pour la distillerie.

L'autre opportunité qui a redonné vie et visibilité à la distillerie est le fait que celle-ci a failli disparaître. Cela peut paraître paradoxal, mais entre le moment où les propriétaires ont annoncé la vente et la reprise par la mairie, il y a non seulement eu un élan populaire et politique, mais également une série d'articles dans la presse locale et régionale qui a permis de mettre en avant la distillerie. Ce petit feuilleton a apporté à la distillerie une certaine visibilité et nous avons eu beaucoup de personnes qui nous parlent de cette reprise et qui encouragent mon frère dans sa démarche. Cette distillerie

rappelle énormément de souvenirs aux Genevois, chacun ou presque ayant déjà eu affaire à celle-ci.

Une autre opportunité est le fait qu'il y ait différentes manières de gagner de l'argent sur le lieu. Même si l'activité principale reste la distillerie à façon ainsi que la vente de bouteilles, il existe plusieurs possibilités annexes de faire des recettes, et souvent, avec un moindre investissement. Pour ne citer que quelques exemples, les murs peuvent se louer pour une soirée privée ou une soirée d'entreprise. La distillerie peut également accueillir des groupes de personnes pour effectuer des visites, avec ou sans dégustation.

Enfin, la dernière grande opportunité pour l'activité est que l'année de la reprise, la météo a été particulièrement favorable. Cela lui a donc permis de faire grandir les stocks (voir l'augmentation de stock dans la comptabilité) d'une part, mais également de produire des eaux-de-vie de qualité. Il a également été très présent au mois de décembre sur les différents marchés de Noël, ce qui lui a fait se rendre compte de sa petite cote de popularité, mais a également permis de trouver de nouveaux clients pour les années futures.

Ce SWOT permet de faire une analyse initiale de la situation. Il est évident qu'entre le moment de la reprise en avril 2015 et la rédaction de mon travail, les choses ont déjà évolué, je vais donc tenter de toujours être précis quant à la chronologie des différents événements dont je parlerai dans mon travail de Bachelor.

3.2 Objectifs

L'analyse de la situation de reprise étant maintenant terminée, il faut pouvoir l'utiliser afin de fixer des objectifs à court, moyen et long terme pour la réussite de cette petite entreprise. Dans un premier temps et lors de la clôture fin décembre 2015 (voir comptabilité), il s'est bien rendu compte que pour pouvoir être rentable, il fallait optimiser plusieurs facteurs dans le fonctionnement de la distillerie.

Dans un premier temps, les recherches vont naturellement vers l'augmentation du chiffre d'affaires. Mais si les objectifs ne sont que directement liés à cet aspect, le risque est de ne pas avoir une vision suffisamment éclairée et de voir l'entreprise fermer dans un second temps. La liste des objectifs est donc non seulement d'ordre financier, mais concerne également des idées permettant d'augmenter le chiffre d'affaires ainsi que de durer dans le temps.

Le premier objectif est d'augmenter le nombre de bouteilles à vendre, son stock. Lors des différents marchés de Noël de décembre, il a pu nous se rendre compte de la quantité de ventes manquées (une centaine de bouteille uniquement sur le marché de Carouge). Malheureusement, pour augmenter le stock, il ne suffit pas simplement de commander des produits supplémentaires chez un grossiste comme dans le commerce de détail, mais il faut effectuer le travail en amont.

En effet, mon frère a plusieurs moyens de récupérer des fruits. Premièrement, l'accès à des vergers par des privés gratuitement ou contre une modique somme (parfois une bouteille d'eau-de-vie suffit). Deuxièmement, des privés qui nous amènent leurs fruits et lui vendent ces derniers contre un prix au kilo. Troisièmement, l'achat de fruits auprès d'agriculteurs, soit sur un surplus, soit sur de la marchandise ne pouvant pas se vendre en fruit de table dans un magasin. Finalement, la prise en location de vergers de production et l'entretien de ceux-ci (location dès 2016 d'un verger de trente cognassiers sur le canton).

Il faut donc développer au mieux l'activité qui lui permet d'être le plus rentable et donc trouver de nouvelles personnes qui lui donneront accès à leurs arbres. Ce travail se fait essentiellement au moyen du bouche-à-oreille et nous avons déjà pu enregistrer une nouvelle dizaine de personnes étant d'accord de nous donner l'accès aux arbres de leur jardin ou verger.

Un autre des objectifs est également de diversifier la gamme des produits. Et en la diversifiant, on pourra mieux identifier les produits d'appel et les produits de distinction, ceux-ci répondant à une demande grandissante de clients plus fortunés.

En effet, la Distillerie de Saconnex-d'Arve ne proposait jusqu'à présent qu'une gamme d'eau-de-vie de fruits. Celle-ci constitue et constituera encore la gamme «de base», avec une identité forte dans les étiquettes (coing, kirsch, mirabelle, framboise, poire, pruneau, pomme, marc et lie). À côté de cette gamme, il commence à proposer d'autres produits à plus forte valeur ajoutée, notamment des produits vieillies en fût de chêne qui s'adressent à une clientèle de classe sociale supérieure. Un premier cognac a déjà été proposé à la vente, avec un vif succès, et le premier calvados sera mis en vente dans les prochaines semaines. Une pomme Golden est également en vieillissement dans une autre barrique. Par ailleurs, des eaux-de-vie issues d'une seule variété (Cerise noire de Montreux, ou marcs d'un seul cépage de vin) complètent ce nouvel assemblage de produits de distinction ; sans compter le projet de whisky en association avec la brasserie, qui, sur le plus long terme, saura saisir son public et représentera une forte valeur ajoutée.

Figure 1 : Etiquettes de la Cerise noire de Montreux et du Calvados



Un autre objectif consiste à augmenter les activités annexes de la distillerie. Ces dernières constituent des prestations de services et l'argent qui rentre dans la caisse lors de ces activités correspond presque à un bénéfice pur. Parmi ces activités, il y a la location de la salle pour des événements divers (comme des anniversaires, des soirées d'entreprises ou encore des concerts). Il y a également des visites du lieu avec par exemple les anciens collaborateurs de la Migros (déjà venus plusieurs fois) ainsi que des visites de classes d'apprentis (ce qui fait d'ailleurs découvrir les produits à une nouvelle clientèle plus jeune).

Enfin, ce lieu est tellement insolite et intéressant qu'il peut être utilisé pour des événements pas forcément adaptés à première vue, comme par exemple un shooting photo pour un magazine de mode. Depuis la reprise, des demandes «particulières» se sont déjà manifestées plusieurs fois.

Reste également l'objectif qualitatif qui demeure le plus important pour la pérennité de l'entreprise. En effet, même si tout est mis en place au sein de la distillerie pour en assurer la réussite, rien ne sera possible sans une qualité des eaux-de-vie irréprochable. Pour ce genre de produits si particuliers, avec des segments de clientèle relativement petits, le bouche-à-oreille est le plus grand prescripteur de l'augmentation des ventes et des clients. Si la qualité est à la hauteur, les gens parleront de la distillerie et de ses produits positivement, ce qui permettra de développer la clientèle et d'augmenter le chiffre d'affaires. A l'inverse, si tel n'est pas le cas, les clients parleront en mal de la distillerie et on sait qu'un client mécontent partage ses sentiments exponentiellement par rapport à un client satisfait.

Il faut également augmenter la clientèle et surtout la rajeunir. Plusieurs facteurs peuvent permettre d'atteindre cet objectif. Dans un premier temps, les réseaux sociaux, qui touchent naturellement une clientèle plus jeune. De manière générale, les gens qui «aiment» la page Facebook par exemple, sont issus de l'entourage de mon frère, de moi-même et des amis de nos amis (46 % des «amis» de la page ont entre 25 et 34 ans). Ce qui signifie qu'il s'agit d'un nouveau segment de clientèle. La première étape est donc de les amener à la distillerie, mais ceci ne garantit pas pour autant que les ventes s'opèrent. Il faut ensuite arriver à comprendre les besoins de ce segment afin de proposer le bon produit à la bonne personne. Entre les produits très fruités comme le coing ou la framboise et les produits plus particuliers comme la lie ou le marc, il faudra trouver le bon goût pour chaque sensibilité.

L'autre possibilité pour mon frère de rajeunir sa clientèle est de profiter de l'arrivée des brasseurs dans les locaux. Comme déjà mentionné précédemment, ils sont cinq à avoir

créé cette brasserie. Ce qui fait que cela amène cinq nouveaux groupes de clients potentiels. Pour ne citer qu'un exemple de leurs initiatives, ils organisent chaque jeudi un apéritif de 18 à 20h, dans le carnotzet de la distillerie dans lequel se mélangent tous les stocks de toutes les entreprises. Il n'est pas possible pour mon frère d'organiser un apéritif avec des produits comme l'eau-de-vie, mais le fait que les brasseurs le fassent permet une visibilité des produits de mon frère.

Enfin, le dernier objectif consiste à augmenter le nombre de points de vente. Ce travail que mon frère n'apprécie pas particulièrement porte pourtant très facilement ses fruits. Prenons l'exemple de la semaine du 14 mars. Il a téléphoné à une dizaine de restaurants de Carouge et absolument tous ces restaurants ont montré de l'intérêt. Il a d'ailleurs eu trois rendez-vous dès le mardi (lendemain) afin de faire déguster les produits. Je suis moi-même formé dans les métiers de la vente et avec tout ce que j'ai vendu durant ma carrière professionnelle, je n'ai jamais eu la chance de pouvoir proposer un produit qui offre tant d'arguments de vente. En effet, lorsque l'on vend les eaux-de-vie de la distillerie, tous les arguments ont un impact direct sur le consommateur. Voici d'ailleurs les arguments les plus utilisés lors d'un échange commercial avec un client :

- Tous les fruits sont cueillis à la main dans la région genevoise
- La production est faite artisanalement avec un alambic traditionnel
- Les produits 100% genevois possèdent tous le label GRTA (Genève Région Terre et Avenir)
- Le kirsch a obtenu la médaille d'argent au concours national 2015

Je dois d'ailleurs avouer que je prends un plaisir fou à vendre les produits de la distillerie. D'une part parce que cela me rappelle mon métier de base qui me manquait depuis quelques années et, d'autre part, parce qu'il est relativement facile d'émouvoir les clients avec les arguments cités précédemment, qui plus est dans une période où le produit du terroir est particulièrement à la mode.

3.3 Stock

Comme je l'ai déjà expliqué auparavant, lorsque mon frère a repris la distillerie, le stock était très faible. Il ne restait que quelques bouteilles de certaines eaux-de-vie. La raison était assez simple : l'exploitant précédent avait plutôt porté ses efforts sur la production de vin et ce choix avait bien évidemment mis quelque peu de côté la production d'eaux-de-vie. Par ailleurs, la situation était suffisamment floue avant le rachat par la commune pour que la continuation d'un stock soit jugée superflue.

Si on regarde d'ailleurs dans la comptabilité, le stock de reprise qui appartenait à l'ancien exploitant était de 50% du montant d'ouverture (CHF 8'300.-), ce qui correspond environ à 130 litres. De plus, ce stock n'était que peu varié et comptait exclusivement du Marc et du Coing. L'autre partie du stock de reprise comprenait un apport de bouteilles «privées» de mon frère. Il était donc délicat avec cette situation de promouvoir les produits et de développer les ventes. Il fallait dans un premier temps augmenter le stock et apporter de la variation dans les choix. La difficulté de ce genre de produit est qu'il n'est pas possible d'augmenter un stock de manière instantanée, comme je l'expliquerai plus tard, tant la production est longue. C'est la raison pour laquelle mon frère a énormément augmenté le stock la première année, aidé par une météo particulièrement collaborative durant l'été 2015. De ce fait, lors de la clôture du premier exercice en décembre 2015, nous avons enregistré une variation de stock de CHF 12'660.-.

En ce qui concerne les prévisions, il savait déjà qu'il allait continuer cette évolution. Nous enregistrons sans cesse de nouveaux vergers ou arbres mis à sa disposition ou loués, ce qui permettra de renchérir cette augmentation de production et de pouvoir ainsi développer la clientèle, comme expliqué au point 8 (distribution).

Il est important de parler maintenant de la gestion des stocks pour une distillerie et de ses spécificités. Dans le tableau ci-dessous, vous pouvez voir d'une part les risques liés au stockage et d'autre part les coûts inhérents au stockage. J'expliquerai ensuite en détail ce tableau.

Tableau 2 : Tableau des risques et coûts de stockage

<u>Risques de stockage</u>	<u>Coûts de stockage</u>
-durée du processus de production -maintien de la qualité des marchandises -combler la demande des consommateurs -détérioration de la marchandise -vols -casse	-conditionnement -loyer -temps de travail -coûts indirects

Le premier risque de stockage, qui est également le plus important lors de la reprise d'une distillerie, concerne le processus de production. En effet, les produits sont créés par mon frère qui ne commande par conséquent pas de produits finis. La différence entre ces deux méthodes d'approvisionnement est d'environ une année. S'il commandait les produits finis à un producteur ou un distributeur, ces derniers arriveraient quelques jours après commande. Mais comme vous l'avez compris, mon frère récolte la matière première lui-même (dans la plupart des cas), il transforme également cette matière en produit fini et il met ensuite en bouteille l'eau-de-vie produite.

Vous pouvez voir ci-dessous le processus de production d'eau-de-vie de cerises (Kirsh). Pour cet exemple, j'ai pris un tonneau ce qui représente approximativement cent kilos de fruits et donne onze litres d'eau-de-vie.

Tableau 3: Processus de distillation Kirsh

<u>Etapas</u>	<u>Durée</u>
Cueillette	1 journée (deux personnes)
Fermentation	5 semaines
Distillation	1 heure
Vieillessement en bonbonnes	6 mois minimum
Mise en bouteilles	1 heure pour 11 litres

Le deuxième risque de stockage concerne le maintien de la marchandise en état. Cela peut paraître aller de soi, mais comme dans n'importe quel stock, des spécificités accompagnent le maintien de la qualité de la marchandise dans une distillerie. Il faut en effet non seulement garder les eaux-de-vie finies en bon état, mais également garantir l'état de la matière première durant la transformation.

Comme vous pouvez l'imaginer, le grand local de la distillerie n'est ni chauffé ni climatisé durant l'année, pour des raisons évidentes d'écologie. Pour le produit fini, cela n'influence que positivement sa maturité car le changement de chaleur permet de faire vieillir l'eau-de-vie plus rapidement (et donc d'accélérer son processus de bonification). Le mois de mai, avec des journées chaudes et des nuits fraîches, est par exemple idéal pour les eaux-de-vie. Pour la marchandise en transformation (dans des cuves plastiques lors de la fermentation), la température idéale est de vingt degrés. Il peut arriver qu'il fasse un peu plus chaud ce qui accélère le processus et ce n'est pas l'idéal pour la qualité des produits. A l'inverse, s'il fait plus froid, le processus est quelque peu ralenti. L'avantage du froid concernera la fermentation des fruits à pépins (pommes, poires, coings) qui seront distillés durant tout l'hiver, jusqu'en avril les bonnes années. Si la fermentation est ralentie et dure plusieurs mois jusqu'à la distillation, elle empêchera une dégradation du goût par l'oxygène.

Le risque suivant s'est essentiellement fait ressentir lors du mois de décembre et plus particulièrement durant les marchés de Noël. Il est très difficile de prévoir le stock qui comble l'intervalle entre la production et la vente afin de satisfaire la clientèle. En gestion des stocks, on appelle cela la fonction de risque qui détermine qu'on sait toujours ce que l'on achète (ou produit), mais qu'on ne peut jamais savoir à l'avance ce que l'on va vendre. Dans le cas des eaux-de-vie, le problème initial était un peu différent : le stock de reprise était faible et il était donc impossible de répondre à la demande des clients. Les ventes ratées se sont multipliées durant les différents marchés du mois de décembre, mais malheureusement, ces dernières n'ont pas été comptabilisées (cela aurait permis d'avoir une base statistique pour les productions futures). Cependant, le tableau des ventes et stock sur un an (voir annexe 5) permet de se faire une idée par rapport aux ventes ratées. Le grand avantage des produits comme l'eau-de-vie est qu'il s'agit de produits non périssables et qui deviennent même meilleurs avec les années. Ce qui fait qu'un produit non-vendu ne perdra pas de la valeur, mais gagnera même en qualité les années suivantes (pour le même prix de vente). Le stockage permet donc de garantir une valeur ajoutée au produit.

Le seul problème de détérioration que mon frère a enregistré jusqu'à présent est une histoire «gag». En effet, les étiquettes de certaines bouteilles ne sont pas autocollantes et elles ont été collées avec du lait. Une petite série de ces étiquettes collées ont été grignotées par des souris. Même s'il ne s'agit que de quelques bouteilles, il a été impossible ensuite de les vendre sans faire de rabais ou de pertes dans le cas où les bouteilles auraient été reversées dans d'autres.

Il existe comme dans n'importe quelle entreprise d'autres risques de stockage plus classiques comme la casse ou encore le vol. En ce qui concerne la casse, et étant donné que les bouteilles sont en verre, cela peut arriver qu'une ou l'autre se casse. Les étagères dans le carnotzet ne garantissent pas une assurance à toute épreuve et les bouteilles sont simplement posées verticalement ce qui peut occasionner une éventuelle chute. Il en va de même lors d'un marché, où les bouteilles sont exposées sur une table et le geste maladroit d'un client de passage ou d'un vendeur pourrait également provoquer de la casse.

Concernant le vol, il est quasiment inexistant et l'inventaire le démontre. Mon frère a la chance de ne pas avoir enregistré le moindre vol, que ce soit dans les stocks de la distillerie ou lors des marchés effectués. Il faut simplement espérer que cela dure, car il faut bien avouer que la sécurité est presque inexistante et que toutes mauvaises intentions seraient récompensées rapidement dans le cas d'une tentative de vol.

Concernant les coûts de stockage, ils sont très difficilement calculables. Outre le prix de l'impôt fédéral sur l'alcool d'environ 12.- par litre d'eau-de-vie et tous les conditionnements (bouteilles et tonneaux plastiques) qui sont enregistrés dans la comptabilité et compris dans le prix de revient des marchandises finies, les autres coûts sont indirects et donc moins faciles à démontrer précisément. On ne peut en effet pas dire quel temps mon frère consacre à la gestion et l'entretien des stocks. De la même manière, il est impossible d'estimer la part du loyer qu'il faut consacrer au stock (même si l'on sait que c'est la majeure partie du loyer). Ces coûts rentrent donc dans l'exploitation générale de l'entreprise. On sait qu'ils existent, on sait que l'on doit vendre un certain nombre de produits avec une certaine marge afin de couvrir les frais et idéalement réaliser un bénéfice.

3.4 Marketing

Cette partie était certainement celle qui avait le plus grand potentiel lors de la reprise. En effet, le marketing était presque inexistant et rendait donc les perspectives très intéressantes. Dans un premier temps, j'ai dû énormément insister auprès de mon frère pour lui faire créer une page Facebook. Bien qu'en désaccord profond avec l'idéologie de ce réseau social pour bien des raisons, il s'est tout de même laissé convaincre de l'apport visuel, promotionnel et surtout gratuit d'un tel outil de communication. Il est désormais essentiel de sans cesse travailler sur le nombre de membres de cette page afin de toucher un plus grand nombre de gens. Il faut cependant cerner les segments de clients potentiels et ne pas simplement rechercher une augmentation non ciblée des «likes».

En moyenne, cette page poste deux actualités mensuelles et partage également les publications de la brasserie du Virage (brasserie se trouvant également dans les murs de la distillerie).

Figure 2 : Extrait de la page Facebook de la distillerie



Encore une fois, l'avantage principal de ce moyen de communication est de toucher beaucoup de clients potentiels, de manière simple et rapide et à moindre coût.

Le deuxième élément qui a permis à la distillerie de faire parler d'elle à son insu concerne toute la problématique liée au rachat de la distillerie par la mairie de Plan-les-Ouates. Le long combat politique et médiatique a apporté une forte visibilité à la distillerie. Mon frère s'en est particulièrement rendu compte lors des différents marchés de Noël où il a récolté bon nombre de messages réjouissants sur le fait que la distillerie avait été rachetée et que l'exploitation pouvait dès lors continuer. Les articles de presse ont également permis de mettre en avant le lieu «mythique» où mon frère travaille (voir annexe 1,2 et 3).

Mon frère a également créé un site internet simple mais efficace où l'on retrouve toutes les informations essentielles, comme l'histoire, les produits, les prix, les différentes activités proposées ainsi que les informations de contact. La grande chance de ce site internet est le nom de domaine qu'il a réussi à obtenir. En effet, personne n'avait encore eu l'idée de prendre «www.eaudevie.ch». Ce nom lui donne une visibilité importante, car si un client ne le cherche pas, mais recherche des produits ou des informations sur ce genre de produits, il va naturellement mettre le nom eau-de-vie dans les recherches et atterrir rapidement sur son site (deuxième lien après Wikipédia lorsque l'on tape eau-de-vie sur Google depuis une adresse IP suisse).

De plus, les étiquettes sont assez facilement reconnaissables. Elles sont faites pour la plupart par une graphiste (pas de métier) amie de mon frère. Les graphistes professionnels sont assez critiques envers nos étiquettes sans pour autant arriver à justifier leur point de vue. Tout ce que l'on peut dire est qu'elles ne laissent pas indifférents et c'est assez régulièrement que lorsque je montre à quelqu'un de mon entourage le site internet, certaines personnes me disent : «Ah mais oui, j'ai déjà vu cela quelque part, dans un restaurant, mais je ne sais plus où». Le fait de multiplier les lieux de vente (restaurants, bars, caves etc.) permet de faciliter l'impact inconscient sur les consommateurs.

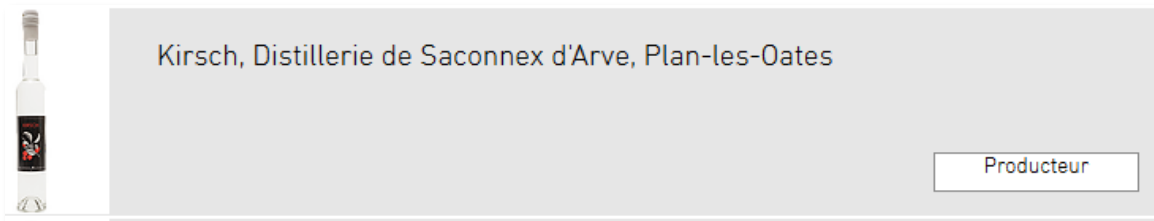
Figure 3 : Etiquette des eaux-de-vie de la distillerie



En plus de tous ces éléments, il y a également ce que j'appellerai le «réseau», ou plus familièrement le bouche-à-oreille. Comme déjà évoqué auparavant, la clientèle historique de la distillerie est vieillissante, mais le fait de relancer cette activité, dans un lieu commun où d'autres entreprises se trouvent permet d'augmenter quotidiennement les clients potentiels. Si l'on additionne le réseau de mon frère, le mien, celui des brasseurs ainsi que nos amis proches qui n'hésitent pas à parler de nous, cela assure déjà une grande quantité non seulement de ventes, mais également l'accès à de nouveaux vergers ou arbres pour cueillir les fruits.

Enfin, la diversité des produits permet également de mettre en avant un aspect marketing important. La recherche du beau et bon produit est un des objectifs principaux de mon frère. Il accorde beaucoup d'importance à trouver la belle forme de bouteille et est également très attentif quant à la création des nouvelles étiquettes. L'investissement lié à la production d'eaux-de-vie de qualité a été récompensé puisque le Kirsch a reçu une médaille d'argent au concours national dès la première année de reprise. Mon frère a pu mettre en avant cette récompense. Dans l'esprit des clients, la médaille d'argent n'a pas un impact réel direct, mais elle lui indique consciemment ou inconsciemment que les produits vendus à la distillerie sont de qualité.

Figure 4 : Photo sur le site www.distisuisse.ch de la bouteille médaille d'argent 2015



Le fait que les produits sont de qualité et locaux (voir plus haut) les rend relativement faciles à vendre. Ainsi, lors de récents appels à des restaurants de Carouge triés via internet, les deux premiers appelés ont accepté une dégustation et les sommeliers de ces enseignes ont été facilement conquis lors de dégustations en fin de matinée dans leur établissement respectif, lançant des commandes de 9 bouteilles chacun. Cette expérience, comme la facilité de vente sur le marché de Noël de Carouge, semble indiquer que la qualité jointe à la proximité est un argument marketing fort à notre époque.

Je vais maintenant résumer dans le tableau ci-dessous les quatre «P» de l'exploitation de la distillerie de Saconnex-d'Arve, pour reprendre tous les éléments essentiels du marketing :

Tableau 4 : Marketing-mix de la distillerie

<u>PRIX</u>	<u>PLACE</u>	<u>PROMOTION</u>	<u>PRODUIT</u>
-Rabais pour les bons clients -Négociations fournisseurs de matières premières -Conditions de paiement -Moyens de paiement	-Distribution directe -Magasins -Restaurants -Marchés	- Visites -Contact direct pour les clients avec le producteur -Promotions des ventes -Relations publiques -Publicité	-Design des bouteilles -Design des étiquettes -Qualité du produit -Emballage

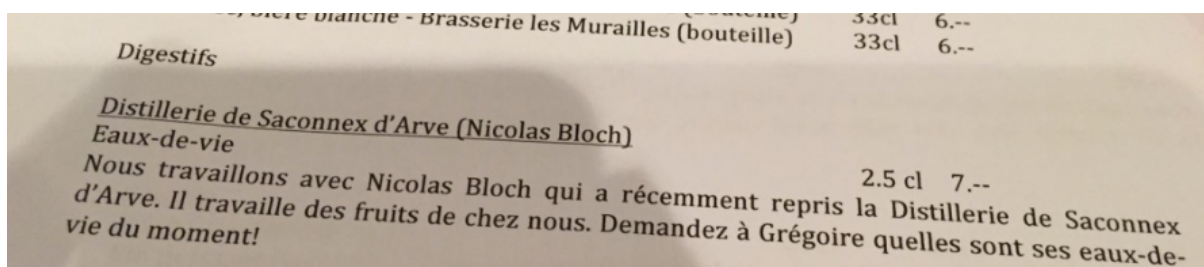
3.5 Distribution

La distribution des produits de la distillerie se réalise de trois manières différentes. Premièrement, la distribution directe, où je regroupe d'une part les ventes des produits finis, mais également la distillation à façon car l'idée est la même : le client vient lui-même à la distillerie chercher la marchandise.

Deuxièmement, les magasins et les restaurants. Pour le moment, mon frère comptabilise une vingtaine de points de vente entre les restaurants et les magasins. Le but est de trouver des lieux qui sont proches de l'idéologie de la distillerie et qui défendent les mêmes causes. La plupart des magasins sont des petites épiceries bios qui mettent en avant les produits locaux, mais il y a également certaines caves qui proposent ses produits.

Pour les restaurants, le fait de vendre les produits de la distillerie est très bénéfique financièrement. Pour expliquer cela, il suffit de prendre un exemple concret : une bouteille de coing par exemple coûte environ CHF 52.- le litre avec le rabais professionnel. Un magasin vend le verre (2,5 centilitres) à CHF 7.-. Ce qui fait qu'au maximum, le magasin peut enregistrer un chiffre d'affaires pour une bouteille de CHF 175.-. On sait que ce genre de produit est parfois offert aux bons clients, mais malgré cela, le bénéfice reste très conséquent. L'avantage pour mon frère est qu'il n'a pas besoin (sauf pour certains clients très importants) de faire des rabais pour revendeurs. De plus, cela permet une visibilité importante des produits, comme vous pouvez le voir ci-dessous avec la carte du restaurant «Chez Gregoire», qui met particulièrement en lumière l'eau-de-vie fabriquée par mon frère.

Figure 5 : Extrait de la carte du restaurant «Chez Gregoire»



La dernière méthode de distribution pour les produits est la vente ambulante. Mon frère participe maintenant à quatre marchés fixes par année qui sont ceux de Carouge, la

distillerie même et Plan-les-Ouates (pour les marchés de Noël) et celui de Presinge qui est un marché promouvant uniquement des produits du terroir en octobre. La rencontre avec les consommateurs est un réel moment de joie il n'est donc pas impossible de développer cette activité dans les prochains temps. Pour 2016, la participation à l'ensemble de ces marchés est déjà confirmée.

Pour un étudiant en fin de cursus à la Haute Ecole de Gestion en 2016, il est impossible de ne pas parler de la vente par internet. Cependant, mon frère n'a absolument pas besoin de répondre à cette demande. D'une part parce qu'elle est minime voire inexistante de la part des clients et d'autre part parce que cela ne répond pas à l'idée même de la distillerie, à savoir de faire découvrir des lieux (soit les murs de la distillerie, soit les magasins et restaurants partenaires).

4. Analyse de la première année d'exploitation

Il s'agit pour moi dans cette partie de mon travail, d'apporter un regard critique avec un certain recul. En effet, étant une aide pour mon frère, mais pas dans l'opérationnel quotidien, j'estime pouvoir analyser de manière suffisamment détachée les points positifs et négatifs de cette première année d'exploitation. Cela me permettra également d'expliquer les quelques différents que nous avons eu, mon frère et moi, tant sur la gestion d'une entreprise que sur nos visions.

4.1 Les points positifs

Il y a plusieurs points positifs qui émanent de la première année d'exploitation de la reprise de la distillerie. Pour ma part, j'ai décidé d'en mettre quatre en avant, les plus représentatifs de cette première année d'exploitation.

- Le premier concerne le label GRTA (voir annexe 4). Comme vous pouvez le voir dans l'annexe, mon frère a obtenu la prolongation du label jusqu'en 2019, pour les produits 100 % genevois, en l'occurrence :
- le Kirsch ; les eaux-de-vie de mirabelles, pruneaux, pommes, coings ; issus de l'arboriculture
- le Brandy ; le Marc et la Lie ; issus de la viticulture.

L'avantage de ce label est réellement commercial. En effet, une infime partie des clients demandent des explications quant à ce label, mais ce dernier certifie une qualité certaine des produits. Il amène de la confiance aux consommateurs et permet à mon frère de justifier que ses produits sont de qualité.

Le deuxième point positif, et c'est celui sur lequel je suis le plus à même de m'exprimer, concerne les marchés et plus particulièrement les marchés de Noël. Pour avoir participé à deux d'entre eux fin 2015, je peux affirmer qu'ils apportent une certaine consécration à la distillerie et la récompense pour mon frère de tous les efforts investis pour la bonne marche des affaires.

C'est tout d'abord la rencontre avec des clients qui ne sont pas forcément des habitués, mais des clients de passage, venus pour des raisons diverses et qui montrent de

l'intérêt pour les produits. C'est également un public d'amateurs ou de connaisseurs qui ont des connaissances précises soit des produits ou encore de l'histoire de la distillerie (pour les plus purs Genevois). Les rencontres, le partage et surtout les félicitations et les encouragements reçus durant ces moments permettent de décupler la motivation essentielle dans les moments plus difficiles.

L'idée d'augmenter encore la participation à ces marchés de Noël n'est pas forcément d'actualité, même si l'association avec les brasseurs permet de pouvoir multiplier des points de ventes durant la période de décembre étant donné qu'ils ne participent pas forcément aux mêmes marchés et peuvent donc prendre de la marchandise de mon frère et inversement.

Le troisième élément que je considère comme très positif cette première année concerne la relation avec les brasseurs. Il ne faut pas se mentir, les relations ne sont pas toutes joviales entre les différentes micro-entreprises. Même si la collaboration est parfaite avec Daniel Brener (vin) on ne peut pas en dire de même des deux autres entreprises. L'arrivée des brasseurs a non seulement dynamisé la distillerie, mais également mon frère qui a pu trouver auprès d'eux de nouvelles idées pour développer son activité.

Les brasseurs sont cinq amis et font partie du même milieu social que mon frère avec une grande partie de leur entourage respectif en commun. Depuis leur arrivée, s'est également construite une entraide, qui permet à tous de pouvoir se reposer de temps en temps, tant le travail est conséquent surtout lorsqu'on est seul exploitant.

Enfin, tous les commentaires reçus durant cette première année d'exploitation constituent également un point très positif. Je ne parle pas uniquement des échanges lors des différents marchés, déjà évoqués plus tôt, mais aussi lors des visites à la distillerie ou encore lorsque j'en parle autour de moi (collègues, amis).

Nombreux sont les clients qui félicitent mon frère quant à la reprise lorsqu'ils viennent chercher une bouteille ou leur propre eau-de-vie. Cette distillerie permet aussi de faciliter certaines relations sociales. En effet, les fameux : «ah, mais c'est ton frère qui...» ou encore «j'ai appris que...» sont de plus en plus réguliers. Cela permet également d'augmenter le réseau, que ce soit simplement de nouveaux clients mais également de nouveaux «donateurs» pour les arbres.

Comme point positif, je pourrais également parler du concours national et de la médaille d'argent obtenue par le Kirsh de la distillerie, mais je l'ai déjà évoqué plus haut dans

mon travail et je dois avouer qu'au quotidien, les clients ne parlent pas énormément de ce sujet. C'est plus une valorisation par les pairs d'un des produits de la distillerie.

De manière plus générale, je sens mon frère heureux et épanoui dans son travail de producteur exploitant. Il aime le contact avec les différents partenaires de la distillerie et prend du plaisir à produire l'eau-de-vie qu'il vend ensuite avec le même plaisir. J'aime le voir dans son élément et dans la voie qui lui plaît, en tout cas pour le moment.

4.2 Les points négatifs

Bien évidemment, on ne peut pas considérer que la première année d'exploitation se soit déroulée sans embûche. Même si dans la réalité, énormément de petits détails sont venus perturber les activités et qu'il y a toujours eu un léger décalage entre ce qui était prévu et le déroulement exact, j'ai décidé de mettre en avant les trois éléments qui pour moi étaient les plus importants.

Tout d'abord la comptabilité, et, je peux particulièrement bien en parler, puisque c'est sur ce plan que mon aide est la plus précieuse. Je ne suis pas un expert en comptabilité, mais c'est quelque chose que j'aime particulièrement et surtout, on peut toujours trouver d'où provient l'erreur, même si parfois, cela peut prendre une éternité.

Mon frère a décidé d'utiliser le logiciel comptable Banana, qui est particulièrement conseillé pour les petites entreprises en Suisse. Je trouve en effet qu'il est bien adapté et surtout extrêmement bon marché pour la qualité de services proposés. Ce logiciel offre une certaine liberté et autonomie dans l'exploitation du programme, mais est également très structuré lorsqu'il le faut et offre une lecture simple et précise dans le but de prendre des décisions pour l'avenir de l'entreprise.

Suite à un premier rendez-vous où je lui ai expliqué toutes les spécificités liées à la comptabilité, mon frère a donc rentré les écritures pour la première année d'exploitation, en une seule fois. Il s'est agi ensuite pour moi de vérifier toutes les informations et surtout de comprendre les éventuels problèmes. N'étant pas expert, cela m'a pris passablement de temps de comprendre et de trouver les petites erreurs, mais ce n'est pas cela le plus important. Ce qui a pris du temps a été que mon frère arrive à saisir toutes les erreurs afin de capitaliser les informations et de ne plus les commettre à l'avenir.

Pour bien imaginer les erreurs que l'on peut rencontrer, le plus évident est d'en expliquer une. Nous avons remarqué que la caisse était en négatif chaque mois de manière plus importante. Le constat logique à faire était simple (du moins celui que j'ai transmis à mon frère) : soit un des partenaires des cinq micro-entreprises de la distillerie se sert dans la caisse, soit il s'agit d'une erreur comptable, qu'il faut donc trouver. La première hypothèse a été rapidement effacée pour des raisons évidentes de confiance. Je dois également préciser pour comprendre ce cas qu'il n'y a qu'une seule caisse pour les cinq entreprises.

La raison était simple, mais j'ai mis énormément de temps à la trouver. Il s'agissait en fait d'une erreur d'écriture par rapport à la réalité de ce qui se passait. Concrètement, chaque fois qu'il y avait trop d'argent dans la caisse, mon frère prenait l'argent et le versait sur son compte postal. Il inscrivait d'ailleurs dans le logiciel comptable l'écriture suivante :

Tableau 5 : Exemple d'écriture comptable

Poste	Caisse	Versement espèce	CHF 1500.-	CHF 1500.-
-------	--------	------------------	------------	------------

Ce qui est tout à fait juste. Le problème est qu'il transférait sur son compte l'argent de toutes les entreprises et que dans un deuxième temps il préparait des enveloppes pour celles-ci en sortant l'argent du compte postal sans enregistrer la manipulation; par conséquent, les comptes ne pouvaient pas être justes.

J'ai donc expliqué à mon frère que le seul moyen de sortir de cette situation problématique (si le fait d'installer cinq caisses différentes n'était pas envisageable et c'était le cas) était de ne verser sur le compte que le montant le concernant ou du moins d'écrire dans la comptabilité uniquement le montant le concernant, ce qui évitera toutes les erreurs possibles suite à la remise des enveloppes.

De mon point de vue, j'ai également un regard spécial sur la manière de fonctionner de mon frère. Je ne suis en effet pas toujours en accord avec sa vision des choses. Cela rend nos échanges intéressants tant nos cursus nous amènent à voir les choses parfois de manière complètement opposées.

En effet, je suis moi-même issu d'une formation commerciale et d'un passé professionnel dans le vente. Ce qui fait que j'ai très longtemps travaillé dans le but de faire un maximum de chiffre d'affaires, d'obtenir le plus grand bénéfice, de maximiser tout ce que je pouvais. De par ma formation à la Haute Ecole de Gestion, j'ai également acquis des compétences de gestion d'entreprise notamment, qui ne sont pas les mêmes que celle de mon frère et de sa vision de l'entrepreneuriat.

Nos différents points de vue sont essentiellement en lien avec la vision d'une entreprise. Pour expliciter cela, je vais vous donner trois exemples qui démontrent nos petites divergences :

- Dans ma vision, il faut considérer tous les clients potentiels et les renseigner, les informer et leur vendre les produits. Pour mon frère, il ne faut pas vendre à

«n'importe qui», c'est-à-dire à une personne qui ne partagerait pas certaines convictions, ou encore un personnage donnant une image que mon frère n'aime pas. Je pense que si cette barrière était franchie, cela permettrait d'augmenter quelque peu les ventes et d'avoir une situation déjà plus agréable. Là où je rejoins mon frère sur ce sujet, c'est que pour l'image qu'il veut véhiculer, certains clients ne sont pas de bons prescripteurs et pourraient froisser la clientèle fidèle habituelle dans le cas où elle devait apprendre que nous vendons à ces clients. Par ailleurs, comme il possède une quantité limitée de produits, il cherchera à favoriser les ventes pour des clients dont il sait qu'ils vont consommer le produit, et pas simplement le ranger dans un bar au milieu de trente autres bouteilles.

- Le deuxième thème qui nous oppose quelque peu concerne la gestion et plus particulièrement la précision qu'il faut selon moi accorder à la gestion d'une petite entreprise. En effet, mon frère commence seulement maintenant à comprendre réellement que l'entreprise est une personne différente et qu'il ne peut pas mélanger les comptes liés à l'exploitation de celle-ci avec son argent privé. Même si la comptabilité prévoit en quelque sorte cela (le compte privé), il est tout de même obligatoire de noter toutes les transactions. Ce travail est très contraignant car il demande que chaque sortie d'argent soit expliquée et enregistrée, mais c'est la seule manière de pouvoir se retrouver dans les comptes.
- Le troisième exemple que je souhaite mettre en avant concerne le démarchage. Même si mon frère s'est depuis quelques temps beaucoup amélioré sur le sujet, je pense qu'il devrait encore plus utiliser cette technique de vente. D'autant plus que presque tous les démarchages (surtout les restaurants) aboutissent à une commande de produits. Même si ce n'est pas son activité favorite, il commence à se rendre compte de la rentabilité de ces opérations marketing.

Le dernier point qui pour le coup nous oppose complètement concerne le développement de la distillerie. De mon point de vue, la première année a démontré que cette entreprise possède un potentiel d'agrandissement important (je ne vais pas m'aventurer à parler de «mine d'or», mais presque). Je pense donc qu'il serait clairement possible d'augmenter de manière conséquente le chiffre d'affaires, de développer les produits et de réaliser du bénéfice.

Je pense même que dans une idée de développement et d'horizon deux (référence au cours de stratégie du professeur Pignon), une boutique pourrait être créée par l'ensemble des micro-entreprises de la distillerie, avec la possibilité de proposer d'autres produits du terroir pour compléter l'assortiment. Mais sur ce sujet, mon frère a les idées

clairement arrêtées et ne souhaite en aucun cas parler de cela. La seule chose qui est importante pour lui est de pouvoir subvenir à ses besoins et donc de toucher le salaire suffisant pour lui permettre de vivre.

Malgré cela, nos discussions sont intéressantes et je me permets parfois de le taquiner lorsque des termes très économiques voire capitalistes sortent de sa bouche lors de nos discussions.

5. Comptabilité

Nous voici maintenant dans la partie du travail de Bachelor qui me concerne le plus. En effet, c'est l'endroit où mes compétences sont essentiellement mises au service de la distillerie et de mon frère.

Je vais dans un premier temps reprendre les chiffres-clés ou tout du moins ceux que je considère comme les plus importants suite à la clôture au 31 décembre 2015 (ce qui représente huit mois d'exploitation).

Ensuite, je ferai un compte d'exploitation prévisionnel que j'expliquerai en ne me servant d'ailleurs que des trois premiers mois déjà comptabilisés. Je commenterai ensuite la raison des chiffres de ce compte d'exploitation avec ma vision personnelle et mon recul en assumant le fait que ma réalité n'est peut-être pas celle de mon frère.

Vous pourrez trouver en annexe sur une clef USB jointe au travail de Bachelor, deux éléments de la comptabilité de la distillerie. D'une part la comptabilité au 31 décembre 2015 en format «Banana» ainsi qu'Excel et d'autre part la comptabilité des trois premiers mois de l'année (janvier à mars 2016) dans les mêmes formats.

5.1 Résultats de clôture de l'exercice

Selon moi, en comptabilité, il y a plusieurs moyens de mettre en lumière les informations. Certaines personnes disent également que l'on peut tout faire dire à la comptabilité. Au vu de la taille de l'entreprise, je pense que l'idée de faire des ratios ou des analyses très poussées n'a pas de sens. Il est plutôt intéressant de mettre en lumière les spécificités et les particularités en lien avec la distillerie.

- En ce qui concerne les actifs de la distillerie, c'est plutôt une bonne surprise. En effet, la reprise des installations n'a coûté qu'un montant symbolique (suite de l'explication dans le passif au point suivant) à mon frère en regard du coup réel. Les machines sont en effet estimées en valeur d'assurances à CHF 170'450.- (voir annexe 7). La grande modification concernant les actifs concerne le stock de marchandise. Comme déjà évoqué plus tôt dans mon travail, mon frère a largement augmenté son stock, ce qui forcément augmenté les produits mais permis également de pouvoir prévoir un chiffre d'affaire en augmentation à la fin de l'année 2016. Il y a un gros manque de liquidité ce qui est normal lorsque l'on analyse le début d'exploitation, mon frère a donc dû refaire un apport de CHF 5'000.- au début de mois d'avril 2016.
- En ce qui concerne les passifs, mon frère devait un montant lors de la reprise à Daniel Brener de CHF 11'500.- qu'il a déjà remboursé majoritairement. Comme je l'ai mentionné au point précédent, mon frère a apporté une somme lors de la reprise de CHF 5'000.- et a réinvesti cette même somme au mois d'avril 2016. Je pense qu'un bénéfice permettra de rembourser l'ensemble des sommes investies et prêtées dès la fin de l'année 2016 vue les prévisions.
- Pour les produits, le chiffre d'affaires est uniquement réparti en deux postes que sont les ventes d'eaux-de-vie et la distillation à façon. Pour la vente marchandise, il s'agit d'une erreur de positionnement. Il était trop tard pour la corriger lorsque nous nous en sommes rendu compte.
- Pour les charges de la distillerie, elles sont également assez simples à comprendre. Il y a quatre charges principales qui sont :
 - les achats de matières premières ;
 - les achats de matériel pour eaux-de-vie (bouteilles p.ex.) ;
 - l'impôt fédéral ;
 - le salaire de mon frère

Voici ce que je peux dire sur les premiers mois d'exploitation entre début mai et décembre 2015.

5.2 Prévisionnel financier au 31.12 2016

Je vais maintenant parler du prévisionnel financier de la fin de la prochaine année. Pour ce faire, je vais dans un premier temps afficher un compte d'exploitation prévisionnel simplifié. Par la suite, j'expliquerai tant la raison de la simplification que les principaux éléments justifiant ces prévisions.

Tableau 6: Compte d'exploitation prévisionnel décembre 2016

Compte d'exploitation prévisionnel au 21.12.2016			
Charges	CHF	Produits	CHF
Achat matière première+EDV	10'000.-	Ventes eaux-de-vie	50'000.-
Achat matériel	3'000.-	Distillation à façon	30'000.-
Salaire/Ch. sociales	19'430.-	Prestations de service	10'000.-
Impôts	25'000.-		
Loyer	7'484.-		
ACE	5'000.-		
Bénéfice net	20'086.-		
Total	90'000.-	Total	90'000.-

Comme on peut le constater, la prévision permet d'envisager un bénéfice d'environ CHF 20'000.-. Ceci ne tient évidemment compte que de prévisions. Ce bénéfice peut s'expliquer de plusieurs raisons.

Premièrement, du fait que, comme expliqué plus tôt dans mon travail, les ventes vont énormément augmenter cette année, grâce à une météo clémente durant l'été 2015. De plus, on remarque déjà à mi-mai que les distillations à façon ont également beaucoup progressé.

Deuxièmement, les charges : contrairement à la première année lors de la reprise, celles-ci vont diminuer en 2016. En effet, la plupart des investissements sont déjà effectués et les achats de matériel (bouteilles par exemple) seront moins importants cette année car il y a encore beaucoup de stock. Les seules charges qui vont augmenter cette année sont l'impôt sur l'alcool (en proportion avec l'augmentation du stock et donc des ventes) ainsi que le salaire de mon frère de CHF 18'000.-.

Troisièmement, mon frère a maintenant plus de temps que l'année dernière pour développer son réseau et augmenter les activités annexes. La preuve est visible avec l'augmentation du nombre de restaurants qui proposent son eau-de-vie et le nombre de locations et visites payantes à la distillerie.

La clôture de l'année comptable 2016 nous permettra de voir si ces chiffres se vérifient, mais je peux déjà dire que l'évolution de l'entreprise est vérifiée et que de belles années sont à prévoir pour l'exploitation de la distillerie.

6. Conclusion

Le but de mon travail consistait à expliquer comment se déroulait une reprise de société, en l'occurrence, la Distillerie de Saconnex-d'Arve. Mon ambition était de démontrer le potentiel de reprise d'une activité descendante. Je souhaitais également apporter un regard critique permettant à mon frère d'avoir un œil extérieur sur son activité et de pouvoir se servir de mon analyse afin de progresser ou du moins de réfléchir sur l'exploitation de son entreprise.

Le bilan est encore à faire entre mon frère et moi, mais les différents échanges que nous avons eu durant toute la durée de la production de ce travail nous ont déjà passablement montré des pistes.

Je pense que ce travail nous a apporté mutuellement. De mon côté, j'ai appris qu'on pouvait trouver d'autres satisfactions dans la gestion d'une entreprise qu'uniquement celle de réaliser du profit. Pour mon frère, ce travail a permis de lui démontrer qu'il fallait trouver le moyen d'être rentable un minimum pour assurer la pérennité de la distillerie.

Je pense que mon point de vue a ouvert les yeux de mon frère sur certains points, notamment le développement marketing ainsi que la rigueur à avoir quant à la tenue de la comptabilité. Je pense également avoir fait prendre conscience à mon frère qu'une activité devait forcément être rentable pour pouvoir simplement vivre. A la lecture de ma version finale, plusieurs sentiments se sont mêlés dans son esprit. Un sentiment un peu schizophrène de lire un travail le concernant et concernant son activité professionnelle. Un sentiment de fierté également de voir une analyse de son quotidien et de son investissement. Enfin, un sentiment de prise de conscience entre le chemin parcouru jusque-là et le chemin restant à parcourir.

Pour ma part, je suis satisfait de l'analyse effectuée. Je pense également avoir découvert des pistes pour me rendre plus utile dans l'aide que j'apporte à mon frère. Je crois maintenant savoir la direction à prendre pour rendre cette entreprise rentable tout en prenant en compte la sensibilité de mon frère. Je me suis également rendu compte de certaines de mes lacunes, notamment concernant mes aptitudes comptables ainsi que la connaissance même du métier de distillateur.

C'est la raison pour laquelle je vais continuer de me former dans ce domaine et également être plus participatif dans l'élaboration du processus de création des produits. Dès cet été, je compte bien participer plus activement à la cueillette et apprendre ensuite les différentes étapes de distillation.

7. Bibliographie

Cours :

Stratégie, Monsieur Vincent Pignon, cours de 3^{ième} année, durée 1 semestre

Comptabilité générale, Madame Corinne Desjacques, cours de 1^{ère} année, durée 1 semestre

Livre :

FRECON, Matthieu, 2010. *l'Alambic, l'Art de la Distillation, Alcools, Parfums, Médecines*. Paris: Broché, 2010.

Site internet :

DISTILLERIE ET CAVE DE SACONNEX-D'ARVE, 2015. Distillerie de Saconnex-d'Arve [en ligne]. [consulté le 10.05.2016]. Disponible à l'adresse : <http://www.eaudevie.ch>

WANNER, René, 2013. Absintissimo [en ligne]. [consulté le 11.03.2016]. Disponible à l'adresse : <http://www.absintissimo.ch>

SCHIBLI, Sylvia, 2016. La givrée [en ligne]. [consulté le 11.03.2016]. Disponible à l'adresse : <http://www.lagivree.com/distillerie-de-saconnex-darve.html>

BRASSERIE DU VIRAGE, 2015. Brasserie du virage [en ligne]. [consulté le 14.03.2016]. Disponible à l'adresse : <http://www.virage.beer>

DISTILLERIE LOUIS MORAND, 2004. Distillerie Morand [en ligne]. [consulté le 02.02.2016]. Disponible à l'adresse : <http://www.morand.ch/fr/>

DISTISUISSE, 2015. DistiSuisse [en ligne]. [consulté le 23.05.2016]. Disponible à l'adresse : <http://www.distisuisse.ch>

BANANA, 1998. Banana.ch [en ligne]. [consulté le 10.01.2016]. Disponible à l'adresse : <https://www.banana.ch/fr/home>

Annexe 1 : Article du journal Nouvelle.ch du 1.5.2015



Nicolas Bloch exploite à présent la Distillerie de Saconnex-d'Arve avec passion.

Distiller à (ma) façon...

La Distillerie de Saconnex-d'Arve, rachetée par la Commune de Plan-les-Ouates le 1^{er} avril, poursuit ses activités pour le plus grand plaisir de ses clients! Rencontre avec Nicolas Bloch, exploitant actuel de la distillerie.

«Face à l'apparente inéluctabilité de la fermeture de la Distillerie de Saconnex-d'Arve, il y a eu une pression populaire, qui a abouti au rachat symbolique de la distillerie par la Commune de Plan-les-Ouates», explique Nicolas Bloch, employé depuis cinq ans à la distillerie et exploitant actuel. Sauvée de la destruction, l'enseigne, dont les traces remontent à 1895, poursuivra ses activités! Selon Luigi de Bortoli, véritable mémoire vivante de la distillerie (il y a travaillé 40 ans!), il s'y distillait jusqu'à 3'000 litres dans les années 50. La structure grandit encore davantage dans les années 70. Plus tard, les particuliers commencent à apporter leurs précieux fruits pour les transformer. A mesure que l'agriculture perd du terrain dans les années 90, la production ralentit. Cependant, l'attrait pour les productions artisanales d'alcool de fruit de qualité est toujours là!

Produire comme d'antan

Aujourd'hui, la structure accueille en plus de la distillation et vente d'alcool de fruits, la production de liqueur La Givrée, les Absinthes de M. Wanner, et depuis peu, la brasserie artisanale du Virage, qui sortira ses premières bouteilles au début de l'été. «Ce que j'apprécie le plus dans ce travail, c'est qu'il est encore possible de transmettre directement un savoir-faire, explique Nicolas Bloch. On peut (presque) travailler comme il y a 80 ans. Les machines sont plus modernes, mais les alambiques restent les mêmes, à la vapeur! Il a toujours été clair qu'il fallait conserver cette activité artisanale, garder cette belle histoire en vie...»

Distillation

à

façon

Le terme de «distillation à façon» désigne le processus de fabrication d'alcool pour particuliers. La distillerie de Saconnex-d'Arve dispose d'une concession fédérale pour cette activité. On apporte simplement ses fruits (pommes, prunes, mirabelles, abricots, pêches, cerises, etc.) et des bombonnes pour contenir le précieux fluide obtenu. L'exploitant remplit l'alambic, et après une période de fermentation, un alcool à 41° est obtenu. Depuis plusieurs années, un regain d'intérêt pour les produits du terroir et les productions locales pousse les gens à faire distiller leurs fruits: «Nous souhaitons travailler avec des petits clients et les fidéliser sur le long terme, confie Nicolas Bloch. Nous cherchons aussi des propriétaires privés d'arbres fruitiers à hautes tiges qui accepteraient que nous les exploitons en échange d'une contrepartie en alcool ou autre...»

Guy Schneider

Patrimoine



Les propriétaires de la bâtisse avaient réaffirmé les baux des locaux ce printemps et annoncé leur intention de vendre. LAURENT GUERARD

Plan-les-Ouates sauve sa distillerie en la rachetant

Le Conseil municipal a voté un crédit de 830 000 francs en vue de l'acquisition de cette bâtisse historique

Cécile Gardin

Le soulagement pouvait se lire sur son visage. «Un grand merci au nom de tous les occupants de la distillerie, a lâché René Wanner, producteur d'absinthe, venu assister au Conseil municipal mardi soir. Lors de cette séance, les élus de Plan-les-Ouates ont voté l'ouverture d'un crédit de 830 000 francs en vue de l'acquisition de la distillerie de Saconnex-d'Arve.

L'institution centenaire était menacée de disparaitre depuis plusieurs mois. Les propriétaires de la bâtisse, la famille Zumbach, avaient réaffirmé les baux des locaux ce printemps et annoncé leur intention de vendre. Si le rachat de la brècherie par la Commune a été validé par la quasi-totalité des

membres présents - Et oui, 1 non et 3 abstentions - le débat a été marqué par quelques échanges passionnés.

Lyrisme et pragmatisme

C'est le Vert Pierre Torri qui a eu le privilège d'ouvrir la discussion avec... un lexique en vers. «Pour ces produits de nos terroirs ne laissons pas passer l'espoir d'un grand soir! Que la pression de cette délibération ouvre la porte à de futurs beaux jours, qui de leurs labours et des fleurs de houblon, devraient nous éviter la cave, pardon la case combustion, classe l'élu au sein de l'hémicycle.

Au lieu ensuite de la Vert libérale Catherine Bertscher puis du démocrate-chrétien Xavier Magnin de faire l'éloge du lieu. Dans son argumentaire, ce dernier n'hésite pas à reprendre le refrain de la chanson d'Alain Souchon érudite sentimentale, on a soif d'idéal.

Puis, le lyrisme laisse la place au pragmatisme au sein de l'hémicycle. «Il y a d'importantes rénovations à faire dans le bâtiment notamment en raison de la présence d'amiante, rappelle le



Vert libéral Jean-Michel Meylan. Cela mérite une réflexion qui ne se fait pas en cinq minutes.» Même prudence du côté du PLJ: «Je ne m'oppose pas à l'acquisition de la distillerie, mais je ne suis pas favorable au vote sur le siège. Beaucoup de questions doivent encore être étudiées, ne serait-ce que le prix», relève Pierre-Antoine Eliezen.

«Mais qu'alliez-vous gagner en renvoyant cela en commission?» Interroge alors le conseiller administratif Vert Thierry Durand. Le libéral-radical Pierre-Alain Gaud s'emporte: «Je suis étonné de votre précipitation et de la tournure

que prennent les événements. On nous demande de voter de suite une somme importante tout en nous disant qu'on verra ensuite pour les travaux! Il ne me semble pas qu'on a l'habitude de fonctionner ainsi, cela ouvre un précédent dangereux selon moi.»

Malgré la détermination des élus favorables à un renvoi en commission, les municipaux acceptent la délibération.

Pour un million de travaux

Le Conseil administratif évalué à un peu plus d'un million le coût des travaux de rénovation et de mise en conformité du bâtiment. Ceux-ci auront lieu au plus tôt au printemps 2016.

En rachetant la distillerie, la Commune souhaite avant tout permettre aux acteurs locaux de poursuivre leurs activités et ainsi pérenniser un savoir-faire artisanal.

Dans le projet soumis au Conseil municipal, l'Éxecutif indique que plusieurs brasseurs artisanaux l'ont contacté pour intégrer l'espace. La Commune envisage notamment de développer la formation de jeunes sur le site.

28 Signatures

Tribune

Rencontre avec Nicolas Bloch

De la politique à l'eau-de-vie

Céline Garcin

On l'imaginait plutôt négligé, la cinquantaine bien tassée avec un visage renfrogné encerclé de longs cheveux gris en bataille. Mais les temps ont changé et les bouilliers de cru ne ressemblent plus à de sombres sorciers rochés au fond de leur cave.

Le nouvel exploitant de la distillerie de Saconnex-d'Arve, Nicolas Bloch, en est l'exemple parfait. Il symbolise à lui seul cette nouvelle génération de producteurs artisans séduits par les goûts du terroir, mais avant tout engagés à défendre une agriculture de proximité. Chez ce trentenaire au regard doux, le métier de distillateur prend ainsi une tournure politique. S'il a décidé de reprendre cette année les rênes de l'insitution centenaire, c'est notamment pour traduire en actes des principes soutenus depuis longtemps en mots.

Car rien ne prédestinait Nicolas Bloch à suivre cette voie qui tranche avec le milieu dont il est issu. Né à Chêne-Bourg d'un père dans la finance et d'une mère professeur de maths, il a tout de l'enfant de la ville. Il en a d'ailleurs gardé les manières.

L'attrait pour le travail manuel

Le goût pour la terre et les produits du cru s'est développé au fil des ans. Alors qu'il suit des études de philosophie à l'Université de Genève, le jeune homme se sent de plus en plus attiré par les tâches manuelles. «Je ne me voyais pas travailler avec autre chose que mes mains», explique-t-il tout en modestie.

Sa licence universitaire en poche, le futur distillateur se rapproche alors du milieu agricole. «J'aidais des copains maraîchers et je lisais beaucoup sur le sujet.» En émerge une prise de conscience capitale: «Quand je me suis rendu compte que la fabrication d'un litre de bière coûtait plus cher que le prix de vente, j'ai réalisé qu'il y avait un problème et qu'il fallait à tout prix défendre la production locale.»

En bon intellectuel, Nicolas Bloch commencera par mettre en place un discours politique parfois à l'encontre des valeurs paternelles. Puis, les mots laisseront petit à petit place à l'action. Il ne prend presque plus l'air, consomme local et songe sérieusement à se recycler dans l'agriculture.

L'idée mûrit depuis sa première visite à la distillerie de Saconnex-d'Arve à l'automne 2006. «J'avais amené 60 kg de pruneaux du jardin de ma tante, se rap-



Nicolas Bloch a obtenu en juin la concession fédérale pour exploiter la distillerie de Saconnex-d'Arve. LAURENT GURALD

Bio express

1981 Naissance à Genève.

2002-2007 Etudes en philosophie à la Faculté des lettres de l'Université de Genève.

2006 Première visite à la distillerie de Saconnex-d'Arve. «J'avais amené 60 kg de pruneaux du jardin de ma tante.» Et débuts comme amateur à la Maison de quartier de Champel.

2012 Stage de plusieurs mois avec le distillateur Daniel Brenner.

2015 Obtient une concession fédérale pour exploiter la distillerie de Saconnex-d'Arve.

pelle le tremenaire. J'ai rencontré Daniel Brenner, l'ancien exploitant; notre relation a tout de suite été très riche et nous n'avons jamais perdu contact depuis.»

Valoriser des fruits voués à pourrir

La graine ainsi plantée montrera quelques années à pousser. Elle éclore en 2012 lorsque le Chinois décide de réaliser un stage de plusieurs mois auprès de son «maître». «Il n'y a pas de CFC de distillateur, c'est une profession qui se transmet de maître à disciple», précise-t-il d'emblée.


Le disciple est motivé. Son stage terminé, il revient avec plaisir dans ce hangar du chemin Maronny dès que les fruits abondent. Il aime valoriser ces coings, cerises et pommes qui seraient voués à pourrir si l'eau-de-vie n'existait pas. «Un cognassier peut facilement produire jus-


qu'à 200 kg de fruits, relève le jeune distillateur. On peut en utiliser quelques uns pour préparer de la gelée, mais pour le reste, il n'y a que l'eau-de-vie.»

En reprenant l'exploitation de la distillerie de Saconnex-d'Arve, Nicolas Bloch poursuit un rêve: redonner le goût de l'eau-de-vie locale aux habitants. Il prévoit déjà de lancer dans les mois à venir du kirsch et du marc à base de fruits de la région.

Difficile de dire pour l'heure si le nouvel exploitant arrivera à vivre de sa passion. Il s'en est en tout cas donné les moyens. Dès qu'il a su qu'il reprenait la distillerie, il a résilié son contrat d'amateur à la Maison de quartier de Champel. Il mise désormais tout sur la saison qui va démarrer et ses petits besoins, fidèle à ses principes de vie.

Annexe 4 : Autorisation GRTA

 Organisme intercantonal de certification
Interkantonale Zertifizierungsstelle
Organismo intercantonale di certificazione

 GENEVE REGION TERRE AVENIR

Liste des produits

Distillerie et cave de Saconnex-d'Arve
Nicolas Bloch
Chemin de Maronsy 50
1228 Plan-les-Ouates

Numéro d'enregistrement OIC-GRTA-1215-16671
Lausanne, le 03 décembre 2015

PRODUITS AUTORISÉS À PORTER LE LABEL GRTA AU 03.12.2015
PRODUITS ISSUS DE L'ARBORICULTURE :
Kirsch;
Eau-de-vie de mirabelles;
Eau-de-vie de pommes;
Eau-de-vie de coings;
Eau-de-vie de pruneaux;
PRODUITS ISSUS DE LA VITICULTURE :
Brandy;
Marc;
Lie.

Ce certificat est valable jusqu'à l'émission d'un nouveau certificat et sous réserve d'un retrait de certification. Toute modification ou utilisation abusive est prohibée.

Avenue d'Ouchy 66 / CP 1080 t. 021 601 53 75 www.oic-izs.ch
1001 Lausanne f. 021 601 53 79 info@oic-izs.ch

Annexe 5 : Ventes d'une année à la distillerie

Feuille1				
ventes mai 2015/ Avril 2016	Litres 100 %	Litres 41 %	Ventes Ratées	solde au 1er mai Litres 41 %
Pomme	10,24	24,98		256,91
Poire	16,00	39,02	+	85,65
Cerise	40,08	97,76	++	33,06
Pruneau	12,28	29,95		43,99
Mirabelle	20,07	48,95	+	29,98
Lie	8,13	19,83		78,87
Marc	13,61	33,20		144,05
Vin	3,32	8,10		212,81
Coing	60,40	147,32	+++	254,53
Framboise	7,13	17,39		18,58
Mûre	5,33	13,00		0,20
Pêche				20,00
Abricot	0,29	0,71	+	22,30

Annexe 6 : Liste des prix de tous les produits

Feuille1							
	70 cl		50 cl		37,5 cl		10cl
	prix	prix/litre	prix	prix/litre	prix	prix/litre	prix
Calvados	60	85,7	50	100,0	40	106,7	
Noire de Montreux	55	78,6	45	90,0	35	93,3	
Brandy	55	78,6	45	90,0	35	93,3	
Kirsch	45	64,3	35	70,0	29	77,3	12
Mirabelle	43	61,4	33	66,0	28	74,7	12
Coing	43	61,4	33	66,0	28	74,7	12
Framboise	43	61,4	33	66,0	28	74,7	12
Abricot	42	60,0	32	64,0	26	69,3	
Poire	40	57,1	30	60,0	26	69,3	12
Pêche	40	57,1	30	60,0	26	69,3	12
Mûres	39	55,7	29	58,0	25	66,7	12
Prune(au)	38	54,3	28	56,0	24	64,0	12
Golden	38	54,3	28	56,0	24	64,0	12
Pomme	35	50,0	27	54,0	22	58,7	12
Marc	33	47,1	26	52,0	21	56,0	12
Lie	33	47,1	26	52,0	21	56,0	12

Annexe 7 : Inventaire prix de la valeur assurée

Inventaire pour assurance commerce Distillerie 2015

	CHF
alambic GE-38 avec accessoires	30000,00
alambic GE-35 avec accessoires	25000,00
chaudière à vapeur	40000,00
brûleur à mazout	10000,00
étagères métalliques jaunes et grises	2000,00
bidons en plastique 100 l	5000,00
trans-palette toyota	12500,00
adoucisseur	3000,00
pompe Dupenloup	3000,00
élévateur électrique	4500,00
broyeur	9000,00
stock eaux-de-vie	25000,00
trans-palette à main	650,00
solde dame-jeanne	800,00
total	170450,00

Annexe 8 : Comptabilité de la distillerie 2015 et début 2016

Cette annexe est une clef USB sur laquelle vous trouverez la comptabilité de la clôture au 31 décembre 2015 ainsi que le premier trimestre d'exploitation 2016 de la distillerie.

L'ensemble des annexes se trouvent également sur la clef USB pour faciliter la lecture de ces derniers.