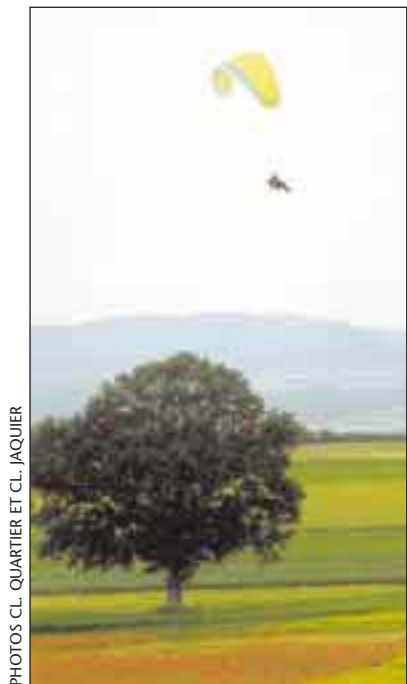


Quand Red Bull donne des ailes

Le coquelicot bien géré peut être une source de profit intéressante. Claude Jaquier, agriculteur à Goumoëns-la-Ville, en donne la preuve. Un spectacle à ne pas manquer les 3 et 4 juillet.

Qu'y a-t-il de commun entre Red Bull, une boisson à la mode, et la campagne tranquille du Gros-de-Vaud? Qu'y a-t-il de commun entre Goumoëns-la-Ville et le delta, le Swift, le Base Jump et la tyrolienne la plus longue du monde, dit-on? Qu'est-ce que toutes ces modes françaises pour le moins, américaines au pire, peuvent bien avoir à faire avec un village «plus vaudois tu meures»? La réponse se trouve dans un champ de coquelicots et de moutarde. De près, tu n'y vois rien. C'est trop rouge, c'est trop jaune, c'est trop grand, c'est trop bourdonnant d'abeilles. Mais si tu prends de l'altitude, miracle! Il se dessine ce qui semble bien être deux taureaux affrontés sur un fond de pré et de soleil. Là, au cœur des plus riches terres à blé vaudoises, deux taureaux s'arc-boutent et s'arc-bouteront jusqu'à ce que fanent les coquelicots. Claude Jaquier, agriculteur à Goumoëns-la-Ville, a réussi le mariage de la carpe et du lapin; celui d'une boisson mode et des fleurs des champs. Sur 14 040 m², le logo géant de Red Bull anime curieusement le paysage.



PHOTOS CL. QUARTIER ET CL. JAQUIER

ÇA PLANE pour Claude Jaquier.

suivre les prescriptions de la production intégrée, j'ai écrit en très grandes lettres d'engrais vert «let's free». Ce qui était un clin d'œil à tous les faiseurs de normes. Les inspecteurs PI, bons princes, ne m'ont rien décompté pour les espaces laissés nus entre les lettres.

Mais comment passe-t-on de la contestation gentiment écolo à l'agro-pub?

C. J. Aux Etats-Unis, les champs décorés existent déjà depuis longtemps. J'ai vu par exemple sur 30 hectares un tableau de Van Gogh. Somme toute, c'est mieux que de la jachère. Mais pour se lancer, il fallait trouver un sponsor pour réaliser un décor. Comme j'ai un frère passionné de vol léger – delta, parapente et autres – et que je le suis aussi, nous nous sommes approchés de Red Bull qui «donne des ailes» selon le slogan. Et après plus d'une année de discussion, l'affaire a abouti. Nous avons signé un contrat, qui m'assure pour cette surface le rendement d'un bon champ de betterave. Pour le sponsor, c'est une pub originale, pour moi c'est un travail normalement rémunéré. Et pour l'environnement, c'est tout bénéfique, puisque ces «mauvaises herbes» ne reçoivent bien sûr pas un gramme d'engrais ni une goutte de pesticides.

Le sponsoring Red Bull ne se limite pas à ce semis dont on ne saisit le sens que de loin ou de haut. Les 3 et 4 juillet dès 10 heures et jusqu'au soir, il y aura un «meeting aérien» d'un nouveau genre, au cœur de cette grasse campagne.

C. J. «Vols deltas par catapulte, show aérien acrobatique par des professionnels, montgolfières, hélicoptères, parachute solo ou en tandem, bref tout ce qui vole léger sera de la partie. Et le clou pour le public de tous âges, sera le câble tendu du haut du château d'eau, arrimé à 350 mètres plus loin et qui passe par-dessus la route cantonale. Ça s'appelle tyrolienne. Harnaché comme il se doit, on glisse d'un point à l'autre à 75 km/heure et sans dan-



EN PLEINE FLEUR, les 14000 m² du logo Red Bull sont visibles de très haut.



DÉCOLLAGE: prêt!



LE MODÈLE à reproduire au champ.

ger. Avec pour tous ces yeux qui verront les choses de haut, le tapis rouge décoré du logo des Red Bull.»

Cet enthousiaste jure avoir essayé sa «tyrolienne». On le croit. Et d'autant plus que ne se lassant pas de voir les choses de haut et très collaborant pour faire la photo que le soussigné aurait été bien en peine de tirer, le voilà qui s'harnache d'un invraisemblable équipement, qui fait de lui un Icare. C'est comme un sac à dos avec un moteur et une hélice d'avion. Sous les bretelles, on voit notre homme casqué, tenant les poignées de son parapente.

te activité soit aussi justifiée économiquement. Ainsi, une fois la fête passée, je vais laisser mûrir les coquelicots pour en récolter la graine, la trier, la sécher et la vendre. Il y a une demande et il n'y a qu'un paysan qui en produise en Suisse. Le produit de la semence s'ajoutant au produit du logo, ce champ tout écolo sera pour finir d'un honnête rapport.»

Ainsi la collaboration entre l'agriculture, la pub et le marketing le plus échevelé peut déboucher sur une valorisation inattendue du savoir-faire

paysan. Et à la recherche d'un nouveau sponsor et d'un nouvel événement à organiser, Claude Jaquier se dit prêt à ensemençer un bloc de 14 ha avec le logo désiré. Chicche, qui le ferait!

CLAUDE QUARTIER

Programme: Red Bull flying flowers days, les 3 et 4 juillet à Goumoëns-la-Ville dès 10 heures. Un festival de «vols légers». Réservations possibles pour les activités (parachute, tyrolienne, etc.) au (024) 465 76 55.

Semer pour son plaisir c'est aussi semer pour gagner sa vie

Le moteur est lancé. L'hélice est invisible à force de tourner. La voile se tend. Claude Jaquier pique un cent mètres sur un pré et passe même à travers l'orge qui en verse de saisissement. Toute ce mélange d'homme, de toile et de machine décolle soudain alors qu'on s'attendait à un cafouillage genre film comique 1900. Pas du tout. Voici notre homme qui s'élève à 400 mètres au-dessus des champs pour vérifier si Red Bull fleurit comme il se doit.

C. J. »Mais revenons sur terre. Tout cela n'est pas qu'un jeu. Il faut que cet-

Parution de «L'Adolivre»

Un livre pour les adolescents et pour les parents.

«Être jeune, c'est un boulot en soi. Un voyage dont on a peine à connaître l'issue. Arrivera-t-on à bon port? Et c'est quoi, un bon départ? Les professeurs, les «maîtres» manquent souvent à l'appel et l'adolescent navigue à vue. Il y a des tempêtes. Il y a parfois des drames. Certains sont marqués à vie par ce voyage difficile, il arrive que d'autres se noient. C'est là que l'expérience, le conseil, la présen-

ce d'un aîné peuvent, ma foi, sauver des vies. Et montrer la route. Parce que si l'on peut échapper au mauvais temps, il est bon de savoir où l'on va, pourquoi l'on doit avancer et tenir bon dans la tourmente.» Une journaliste, des jeunes, des «spécialistes»: «L'Adolivre» est un ouvrage tripartite où chacun a pu s'exprimer librement. Des expériences personnelles illustrent bien qu'il y a, au fond, autant

d'adolescences que d'individus. Au texte journalistique grand public, un groupe d'adolescents a réagi avec force et avec cœur. Enfin, trois «professionnels de la jeunesse» ont opéré une synthèse des deux interventions précédentes en recentrant le débat.

S P

(Editions de l'Hèbe, case postale 91, 1722 Grolley.)