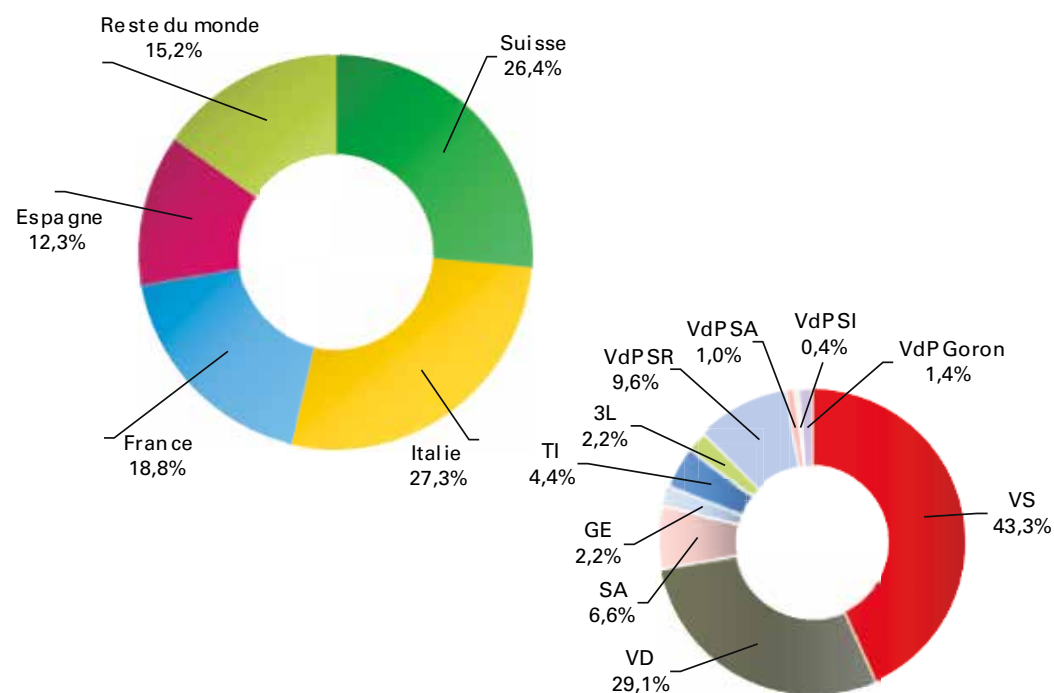


## OBSERVATOIRE SUISSE DU MARCHÉ DES VINS

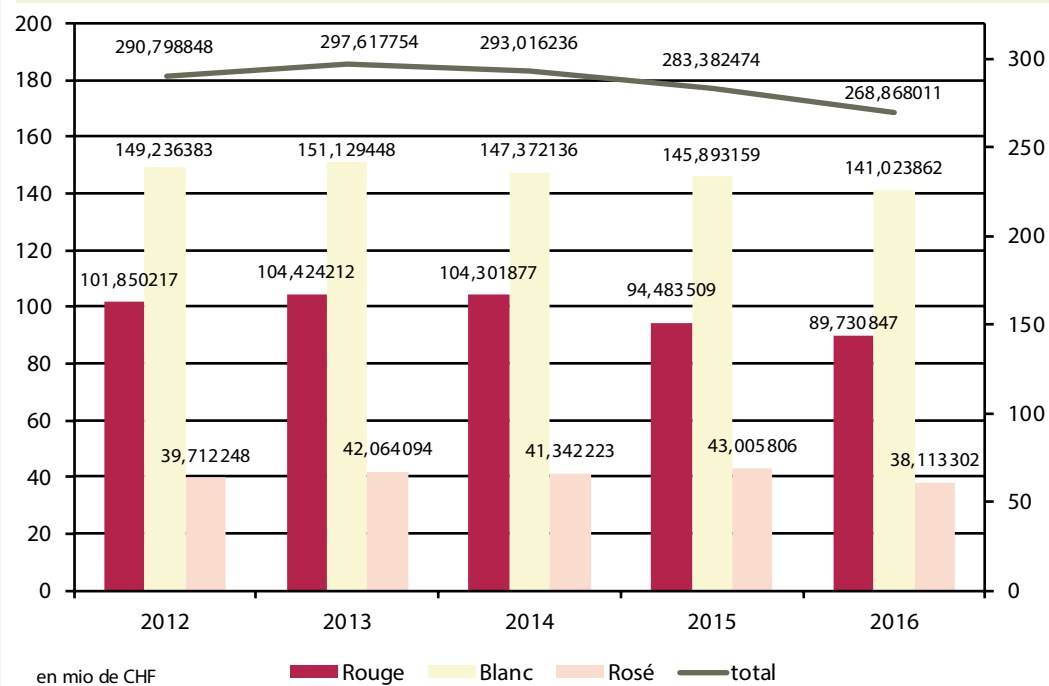
# Les vins AOC suisses perdent des parts de marché dans la grande distribution

Evolution du chiffre d'affaires des ventes de vins AOC suisses en grande distribution



Source: OSMV

Parts de marché sur l'ensemble des vins en 2016



Source: OSMV

## Alain-Xavier Wurst

**Pour la troisième année consécutive, l'Observatoire suisse du marché des vins (OSMV) enregistre une tendance à la baisse des volumes de vins AOC suisses vendus en grande distribution.**

L'Observatoire suisse des marchés des vins (OSMV) a publié début avril son troisième rapport annuel (disponible sur son site [www.osmv.ch](http://www.osmv.ch)), agrémenté cette année, afin de faciliter la lecture, d'un rapport dédié à chacune des six régions viticoles suisses. Comme lors des parutions précédentes, il s'agit d'un outil permettant de cerner au plus près la création de valeur de la branche vitivinicole suisse, de mesurer les effets des décisions prises par la profession ou au niveau cantonal comme l'augmentation ou la diminution des

rendements, et indirectement de mesurer l'efficacité de certaines offres promotionnelles.

## Mercuriale dès 2018

Rappelons cependant que le rapport ne concerne que les ventes en grande surface, soit environ 40% des volumes totaux, et qu'il laisse de côté les ventes des vins suisses réalisées dans les autres canaux de distribution. D'où l'appel réitéré de l'OSMV à l'adresse des vigneron, et dont Agri se fait l'écho, de participer à la mercuriale que l'Observatoire souhaite voir mise en place l'année prochaine (voir encadré ci-contre).

Principal enseignement du rapport, les dernières années se suivent et se ressemblent pour la vente des vins suisses en grande distribution. Dans le sillage des faibles récoltes enregistrées depuis 2013 et le coût du franc fort depuis 2015, les ventes de vins suisses en grande distribution ont reculé de -9,3% en 2016, après avoir déjà reculé de -5,1% en 2015.

La baisse de consommation affecte toutes les régions, à l'exception de la Suisse alémanique. Les petits cantons comme le Tessin ou Genève, plus tournés vers leurs marchés locaux, ont moins baissé que la moyenne nationale.

## Le rouge, plus cher que le blanc et le rosé

Parallèlement à cette baisse de volume, le prix de vente moyen a augmenté plus sensiblement en 2016 (+4,6%) qu'en 2015 (+1,9%). Le prix moyen d'une bouteille de rouge suisse en 2016 est ainsi de 14,28 francs, celle du blanc de 12,50 francs et celle du rosé 10,61 francs.

Peu de changement, en revanche, pour le classement des meilleures ventes: on retrouve en tête des ventes le blanc AOC La Côte (20,4% des parts de marché en 2016), le Fendant AOC Valais (12,5%), la Dôle rouge AOC Valais (8%), le Pinot noir rosé AOC Valais (6,4%) et la Dôle blanche AOC Valais (6,3%). Dans le Valais, comme toujours principal can-

## La mercuriale, un outil d'étude indispensable

La mercuriale est une liste de prix. Jusqu'à présent, l'OSMV a travaillé uniquement avec les données Nielsen, qui ne regroupent que les chiffres fournis par la grande distribution. Or, du fait de la concentration du marché, les spécialités ou les cépages dont les volumes sont insuffisants pour être référencés par la grande distribution échappent à ces statistiques. D'où l'importance des chiffres de la mercuriale. «Si nous ne disposons pas de ces données, on ne peut pas faire de défense professionnelle, ni d'évaluation correcte du marché des vins dans sa globalité», explique le statisticien de l'OSMV Alexandre Mondoux. Un échantillon de 250 vigneron sur toute la Suisse serait statistiquement représentatif. «Nous avons encore très peu d'inscrits dans le Valais, le Tessin et en Suisse alémanique. On pourrait en avoir plus dans le canton de Vaud, sinon les inscriptions sont bonnes dans les autres régions», relève Alexandre Mondoux.

Une entreprise tierce, indépendante de l'OSMV, sera chargée de récolter les résultats livrés par les vigneron, qui sont invités à communiquer sous forme de fichiers leurs quantités de vin vendues, selon les appellations et selon les canaux de vente (restauration, grossiste ou vente directe, vin ouvert, en vrac ou de qualité bouteille). L'anonymat et la confidentialité sont strictement garantis. Le but est d'obtenir une meilleure connaissance des prix pratiqués sur les marchés autres que celui des grandes surfaces. «A titre d'exemple, un vigneron d'Epesses qui vendrait ses bouteilles à 17 francs et constaterait que le prix moyen est de 19 francs, pourrait ajuster sa politique de prix. Une meilleure transparence serait bénéfique aux petits producteurs qui, la plupart du temps, n'ont pas les moyens de bien connaître le marché par rapport aux courtiers ou intermédiaires, par exemple. Avec les données de la mercuriale, cette asymétrie d'information n'existe plus», souligne Alexandre Mondoux.

AXW

ton viticole suisse, les parts de marché de la dôle ou du fendant sont en recul, tandis que celles des spécialités ont ten-

dance à augmenter pour les spécialités. Un signe que les consommateurs commencent à changer leurs habitudes? Là

aussi, la mercuriale permettra d'affiner cette analyse, grâce aux chiffres de la restauration et de la vente directe.