

Le vin suisse a son **observatoire** du marché

Des **pistes** intéressantes pour la promotion

Des chiffres à analyser sereinement

ÉTUDES L'IVVS et Changins mettent un nouvel outil au service de la viniviticulture et de sa promotion.

VINIVITICULTURE L'Interprofession de la vigne et des vins suisses (IVVS) s'est dotée d'un nouvel outil pour passer au crible le marché et affiner les stratégies promotionnelles des vins suisses. Le premier rapport trimestriel de cet observatoire suisse du marché des vins (OSMV) a été présenté hier. Consacré à l'évolution de la vente des vins suisses dans la grande distribution, celui-ci annonce une baisse des ventes des vins suisses dans les grandes surfaces mais lie cette dernière aux petites récoltes des dernières vendanges plus qu'à un désaveu du consommateur. Malgré tout, l'évolution du volume des ventes de vins suisses AOC en grande surface souffre de la comparaison avec celle du volume de vente des vins étrangers. Les vins valaisans ne s'en sortent pas trop mal. Analyse en quatre points. © FRANCE MASSY



L'EXPERT SUISSE

THIERRY WALZ
DIRECTEUR
PAR INTERIM
DE L'IVVS.



«Le Valais a de plus grands volumes»

La grande distribution a besoin de grands volumes. En tant que plus importante région viticole suisse, pas étonnant que les producteurs valaisans aient été les mieux à même – malgré les faibles récoltes – de mettre à disposition des quantités intéressantes pour les grandes enseignes du panel Nielsen (société chargée de la récolte des chiffres).

«Des marges raisonnables»

Peut-être que cette baisse, moins importante que celle du volume, s'explique par les efforts faits par les grandes surfaces sur leurs marges pour lutter contre le tourisme d'achat car les vins suisses ne sont pas disponibles dans les supermarchés allemands ou français.

«Les AOC vaudoises sont plus chères que le fendant»

Les grands volumes de fendant font baisser la moyenne valaisanne. Les AOC vaudoises peuvent être vendues bien plus cher que le fendant.

«Tout le monde a essayé de consolider les prix»

Lorsqu'il y a peu de disponibilité, tout le monde essaie de consolider les prix et non de les baisser. Par contre, il faut veiller à rester concurrentiel. Ce qui est très difficile dans la conjoncture actuelle. L'augmentation du prix par litre de vin valaisan est certainement due au succès des spécialités. L'étude M.I.S. Trend montre d'ailleurs que les vins valaisans ont une bonne image. ©

LES CHIFFRES 2013/2014

EN
SUISSE

EN
VALAIS

VOLUME DES VENTES BAISSE GÉNÉRALE

-2.7%

-2.3%

REVENU DES VENTES* BAISSE GÉNÉRALE

-1.6%

-1.1%

PRIX MOYEN PAR LITRE

11.⁹⁰

Inférieur à
10.–

VARIATION DU PRIX PAR LITRE

+1.1%

+1.7%

*en grandes surfaces

L'EXPERT VALAISAN

CLAUDE CRITTIN
PRÉSIDENT
DE LA SOCIÉTÉ
DES ENCAVEURS



«On a pu limiter les dégâts grâce à nos stocks»

Logique! En 2014, nous étions les seuls à avoir du volume disponible en chasselas. On a donc pu limiter les dégâts mais ce n'est plus le cas aujourd'hui. C'est dangereux car c'est très difficile de bâtir un marché sur le long terme si on n'a pas de marchandise. Il faut mettre en place un cadre pour une mise en marché contrôlée. Viti2020 s'y emploie.

«L'impact du franc fort»

Le franc fort a dû peser sur ce recul car nos vins ne sont pas bon marché. Par contre, nos spécialités, dont la vente est en constante progression, nous permettent de limiter la casse. C'est sans doute ce qui explique la différence avec la baisse suisse.

«Le fendant vendu en supermarché: un générique»

Le niveau de notre fendant se situe en dessous du chasselas vaudois souvent commercialisé comme une marque. On pourrait comparer le fendant vendu en supermarché à un générique...

«Les assemblages rouges tirent les prix vers le haut»

Ce sont avant tout les assemblages de vins rouges, plus onéreux, qui rencontrent la plus grosse progression en grande surface (+10,4%). Ce sont eux qui tirent les prix vers le haut. Même avec un recul de vente des vins rouges (-3,2%), ils représentent tout de même 62% de la part du marché et leurs prix ont augmenté passant de 12 fr. 40 à 12 fr. 74. ©

OBSERVATOIRE DU VIN SUISSE

Quid de celui du Valais?

Le Valais a déjà son propre observatoire du marché des vins. Avec l'arrivée de ce nouvel outil, la version valaisanne a-t-elle encore sa raison d'être? Pour Gérald Dayer, chef de l'Office de l'agriculture, la collaboration est au programme. «Nous avons mis nos compétences et notre expérience au service du projet piloté par Changins. L'OSMV veut développer une mercuriale sur les chiffres HORECA et de la vente directe. Ces données seront complémentaires aux nôtres. Elles renforcent et complètent notre analyse.» L'OSMV a été lancé suite à la mercuriale (représentation des prix courants des denrées alimentaires) mise sur pied par Changins pour les vins vaudois. Ces derniers participent à hauteur de 140 000 francs sur un budget qui tourne à plus de 300 000 francs. Le projet bénéficie d'un soutien de l'OFAG jusqu'en 2017. C'est pourquoi l'OSMV attend un engagement fort de la part de chaque région viticole. Le Valais sera-t-il de la partie? «Tout est ouvert. Il faut voir comment ça évolue», déclare Gérald Dayer.

Du côté de l'IVV, Gérard-Philippe Mabillard relève que «l'observatoire constitue un important indicateur notamment pour déterminer des opportunités marketing. Par exemple, de la communication presse. Les données utilisées pour composer l'observatoire suisse sont plus étendues que les données valaisannes. Nous nous réjouissons d'ailleurs de travailler prochainement avec un observatoire unique dans lequel les expériences sont mises en commun. Toutefois, de manière générale, en ce qui nous concerne, des moyens supplémentaires seraient idéals pour mener à bien certaines actions en lien avec l'observatoire.» Pour autant, un tel outil n'est pas seulement utile à l'IVV. «Plusieurs entreprises l'utilisent aussi pour guider certaines de leurs actions marketing.»

© FM