

VITI 2015

STRATEGIE VITIVINICOLE VALAISANNE A L'HORIZON 2015

PLAN DE LA PRESENTATION

1. Collaboration avec HEC Lausanne
2. Les objectifs de l'Etat du Valais
3. Rappel des étapes de VITI 2015
4. Présentation de la Partie III (Q7)
5. Point de situation de la viticulture valaisanne
6. Stratégie à l'horizon 2015

COLLABORATION AVEC HEC LAUSANNE

Point 1

Responsable de l'étude : Pr. Bernard Catry

- Diplôme HEC Paris et Docteur Harvard Business School
- Professeur honoraire à HEC Lausanne, Faculté des Hautes Etudes Commerciales de l'Université de Lausanne
- Fonctions de direction pendant 10 ans chez Gallimard et 7 ans chez Edipresse.
- Consultant des groupes LVMH (Yquem, Moët, Krug, Vuitton) et Pernod Ricard (Jacobs Creek, Clan Campbell, Absolut)

PREAMBULE

Point 2

Objectifs de l'Etat du Valais pour la vitiviniculture

- Avoir des informations et des **chiffres pertinents** sur la production, mais également sur le marché des vins et pouvoir suivre leur évolution
- Définir avec la branche une stratégie commune cohérente pour assurer le développement et la **pérennité de l'ensemble de la filière** vitivinicole valaisanne
- Construire sur le long terme une **politique de plus-value** en étroite concertation avec les vigneronns et encaveurs valaisans

RAPPEL DES ETAPES DE VITI 2015

Point 3

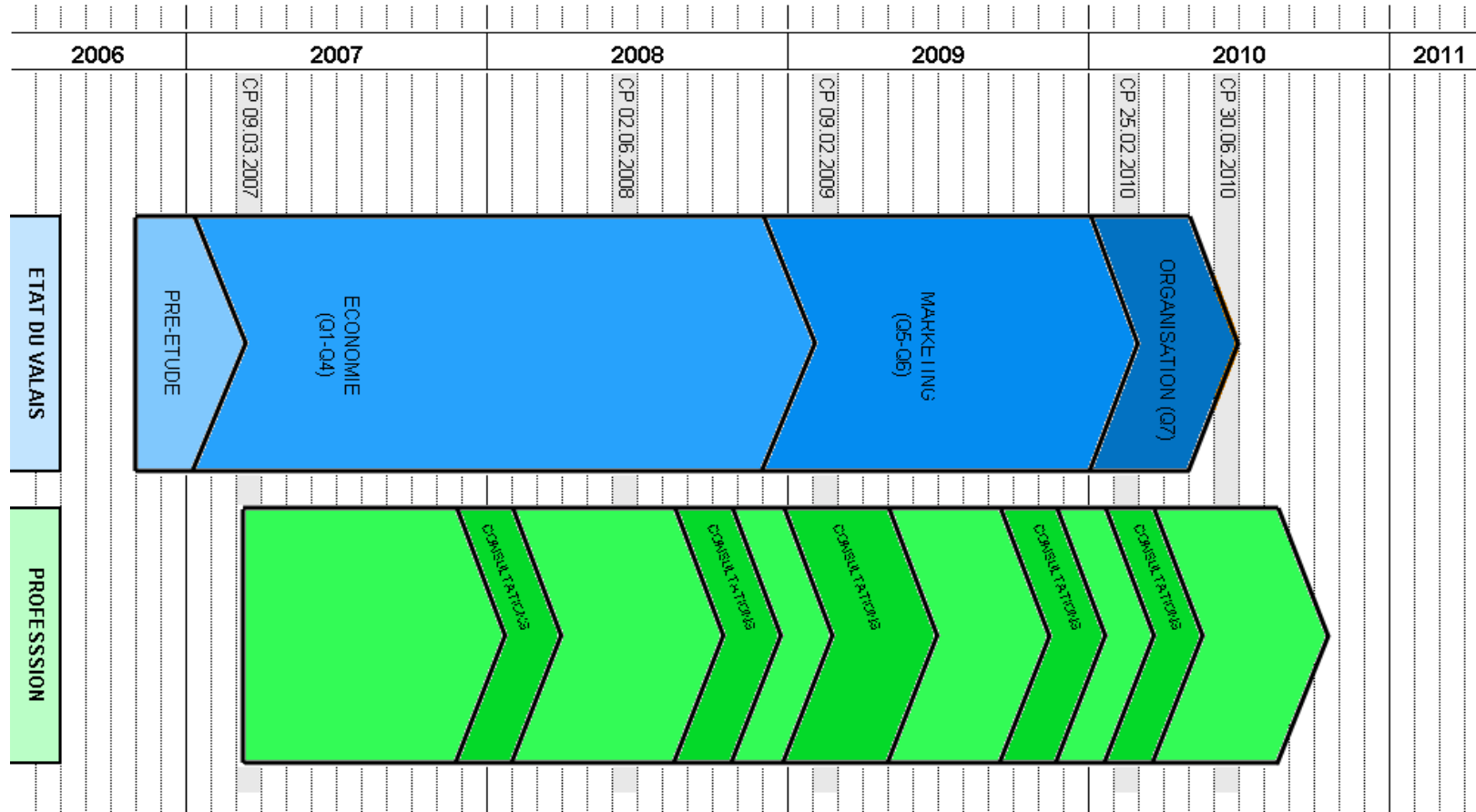
Partie I Economie

Partie II Marchés et Marketing

Partie III Externalités et Gouvernance

RAPPEL DES ETAPES DE VITI 2015

Point 3



PLAN DE LA PRESENTATION

1. Collaboration avec HEC Lausanne
2. Les objectifs de l'Etat du Valais
3. Rappel des étapes de VITI 2015
- 4. Présentation de la Partie III (Q7)**
5. Point de situation de la viticulture valaisanne
6. Stratégie à l'horizon 2015

PLAN DE LA PRESENTATION

1. Collaboration avec HEC Lausanne
2. Les objectifs de l'Etat du Valais
3. Rappel des étapes de VITI 2015
4. Présentation de la Partie III (Q7)
5. **Point de situation de la viticulture valaisanne**
6. Stratégie à l'horizon 2015

L'EVOLUTION DU MARCHE

Point 5

Les sources suivantes indiquent que le marché conforte le Valais comme leader de la viticulture suisse

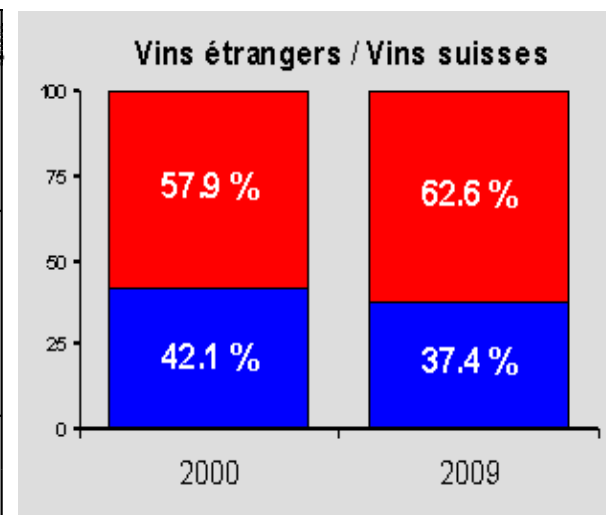
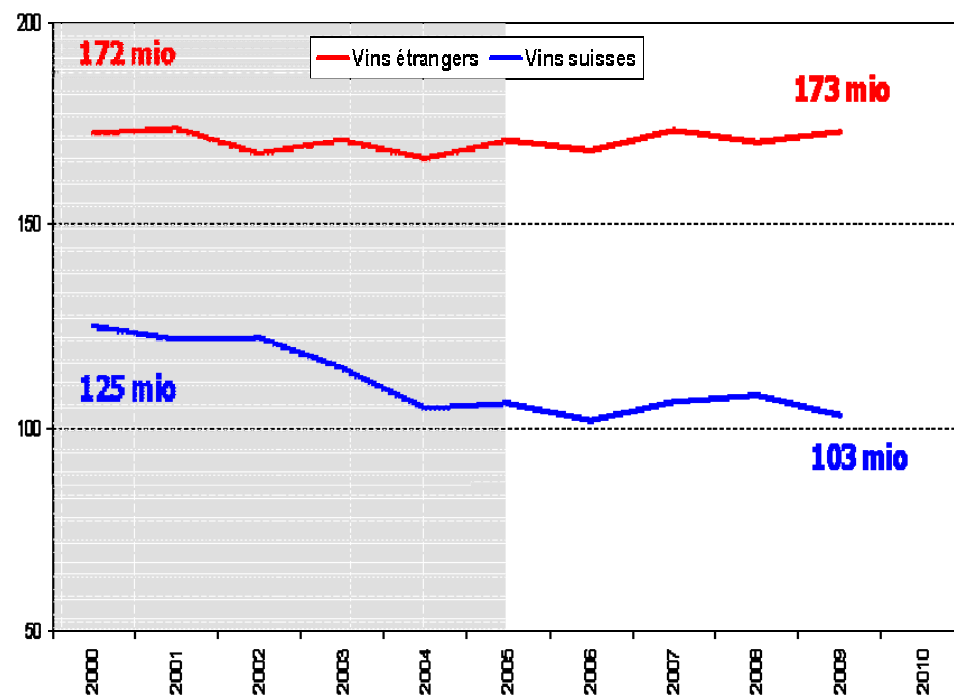
- Rapport de l'Office fédéral de l'agriculture
- Observatoire des vins en Grande Distribution en Suisse
- Chiffre d'affaires de la filière vitivinicole valaisanne
- Encépagement du vignoble valaisan (registre des vignes)

RAPPORTS DE L'OFAG

"L'ANNEE VITICOLE" DE 2000 A 2009

Point 5

Evolution de la consommation des vins étrangers et suisses : stabilité des vins étrangers et baisse des vins suisses (10 ans)

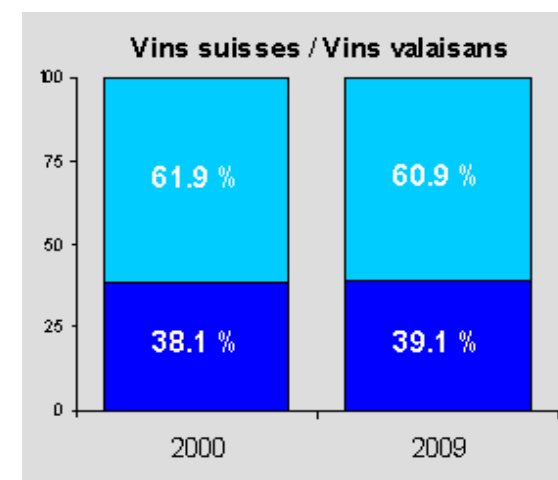
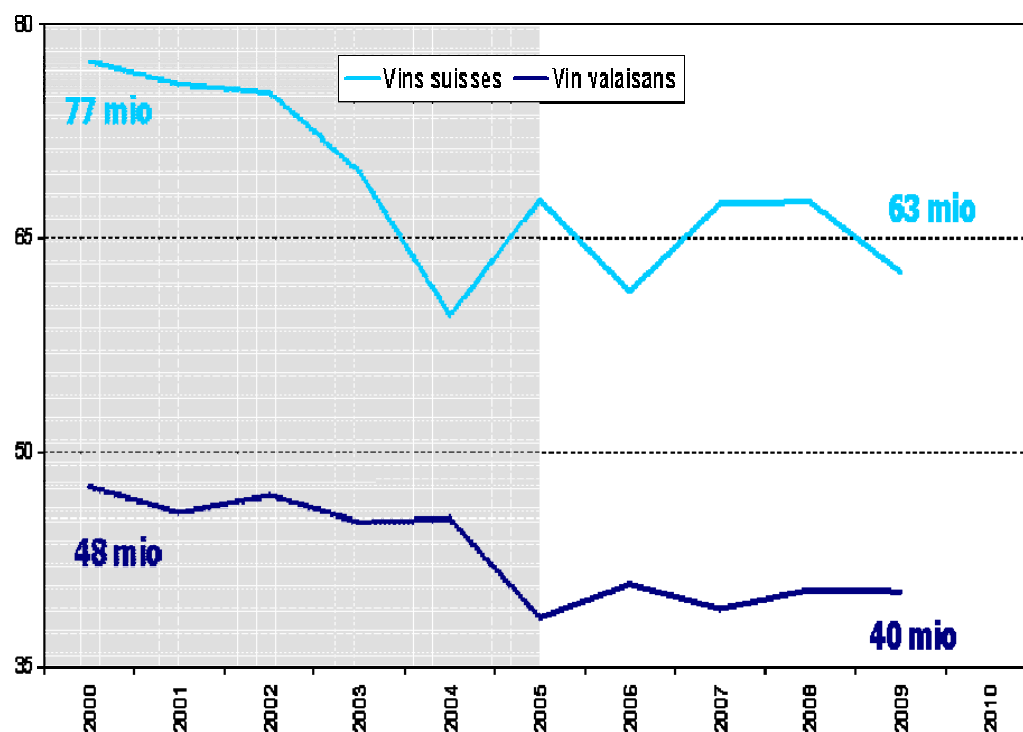


RAPPORTS DE L'OFAG

"L'ANNEE VITICOLE" DE 2000 A 2009

Point 5

Evolution de la consommation des vins suisses et valaisans :
baisse des vins suisses et valaisans (10 ans)



RAPPORTS DE L'OFAG

"L'ANNEE VITICOLE" DE 2000 A 2009

Point 5

Progression de 4,9% de la consommation des vins valaisans depuis 2005 (5 ans)

Consommation de vin en Suisse entre 2005 et 2009

En millions de litres	2005	2009	Δ^{05-09}	en %
Tous les vins	276.8	275.7	- 1.1	- 0.4%
Vins étrangers	170.6	172.7	2.1	1.2%
Vins suisses	106.2	103.0	- 3.2	- 3.0%
Vins suisses (hors Valais)	67.8	62.7	- 5.1	- 7.5%
Les vins du Valais	38.4	40.3	1.9	4.9%

Source : OFAG, rapports des années viticoles 2005 et 2009

OBSERVATOIRE DES VINS EN GRANDE DISTRIBUTION

Point 5

Dans un canal de distribution qui prend de l'importance, le Valais, depuis 2005, maintient non seulement ses parts de marché en volume, mais progresse en valeur et en prix.

Evolution des prix moyens

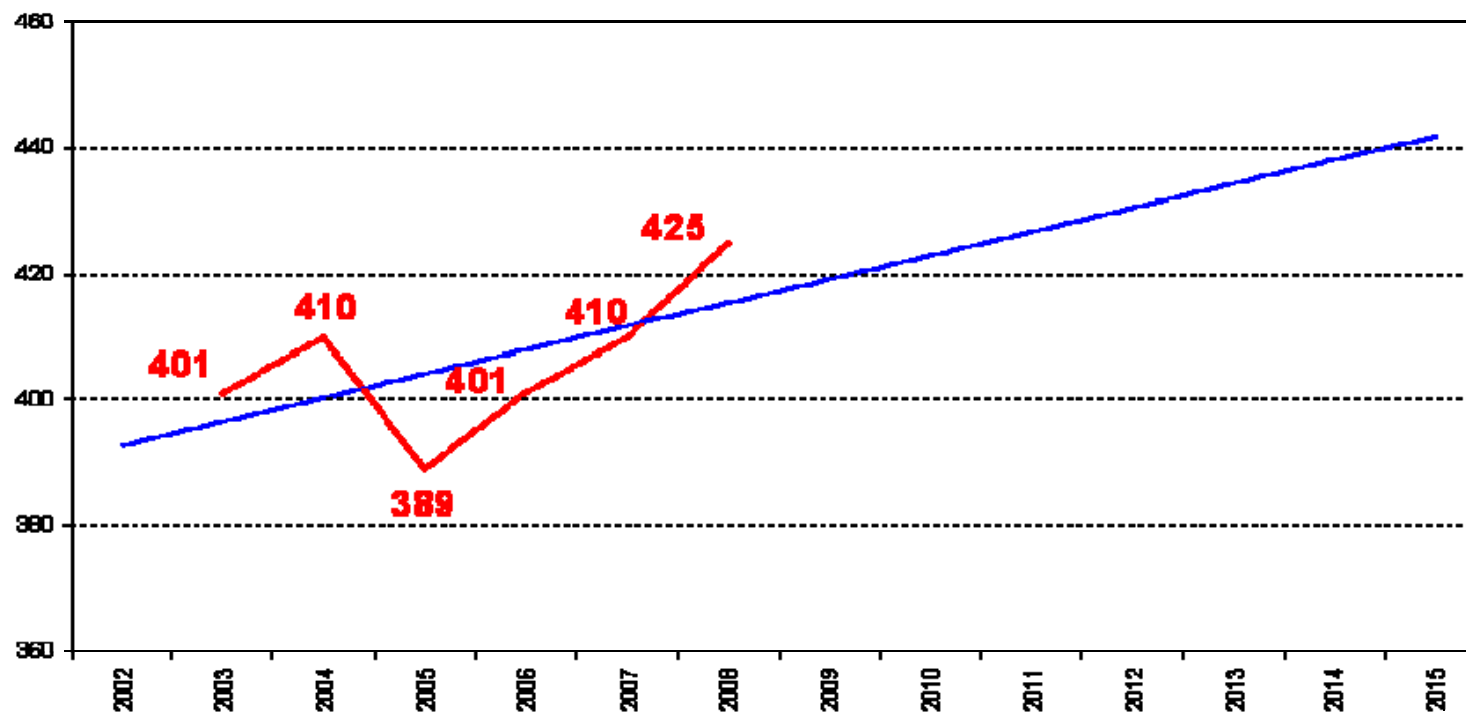
CHF/Litres	2005	2006	2007	2008	2009
CH sans Valais	9.99	9.64	9.72	9.88	10.32
Vins du Valais	10.47	9.75	10.31	10.76	11.13
Ensemble des vins CH	10.20	9.80	10.05	10.22	10.67

Source : Etat du Valais, Observatoire des vins en Grande Distribution en Suisse
Les prix sont corrigés de l'inflation (IPC. OFS 2009).

CHIFFRE D'AFFAIRE DE LA FILIERE

Point 5

Evolution du chiffre d'affaires de la filière valaisanne



Source : Office cantonal de la viticulture, avril 2010

CHIFFRE D'AFFAIRE DE LA FILIERE

Point 5

- Depuis 2005, le chiffre d'affaires augmente annuellement de 3,1%, pour atteindre 425 millions CHF en 2008.
- L'objectif fixé de 440 millions CHF semble réaliste et atteignable à l'horizon 2015.

LE VIGNOBLE VALAISAN

Point 5

Evolution de l'encépagement du vignoble valaisan

En hectares	1999	2009	Δ^{99-09}	en %	1999	2009
Total	5'253	5'070	- 183	- 3,5%	100,0%	100,0%
Cépages blancs	2'240	1'915	- 539	- 24,1%	42,6%	37,8%
Cépages rouges	3'013	3'155	343	11,4%	57,4%	62,2%
Pinot Noir	1'850	1'694	- 156	- 8,4%	35,2%	33,4%
Chasselas	1'675	1'051	- 624	- 37,3%	31,9%	20,7%
Gamay	953	705	- 248	- 26,0%	18,1%	13,9%
Autres cépages	775	1'620	845	52,2%	14,8%	32,0%

Source : Office cantonal de la viticulture, registre des vignes au 31.12.2009

LE VIGNOBLE VALAISAN

Point 5

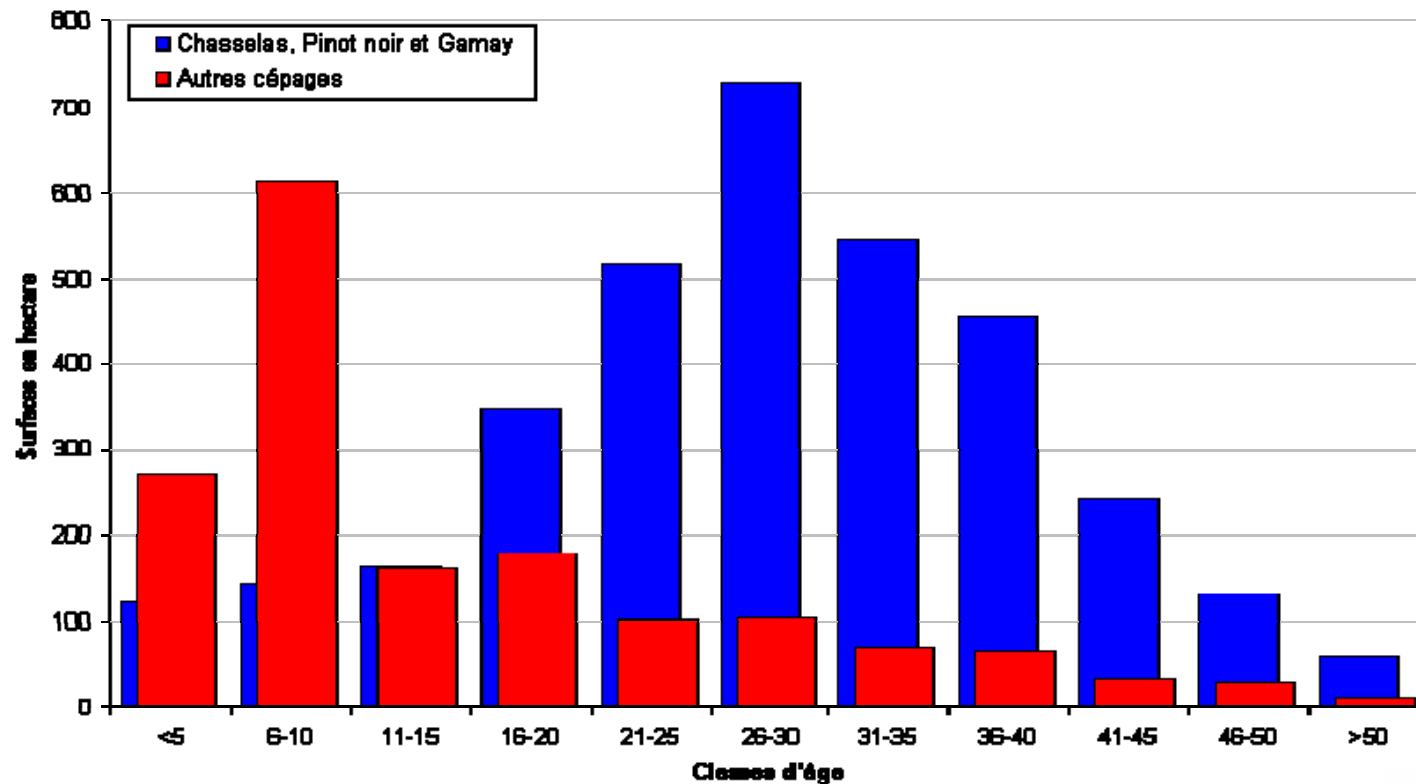
En 10 ans, les vigneronns et encaveurs valaisans, ont investi près de 100 millions de CHF pour **diversifier** largement le vignoble :

- Le vignoble est devenu majoritairement « rouge » avec 62% des surfaces en cépages rouges
- Le chasselas (32% en 1999) ne représente plus que 21% de l'encépagement
- Progression des « spécialités » de 15% à 32%

LE VIGNOBLE VALAISAN

Point 5

Structure d'âge du vignoble valaisan



Source : Office cantonal de la viticulture, registre des vignes au 31.12. 2009

DEET / SCA 2 juillet 2010



CANTON DU VALAIS
KANTON WALLIS

LE VIGNOBLE VALAISAN

Point 5

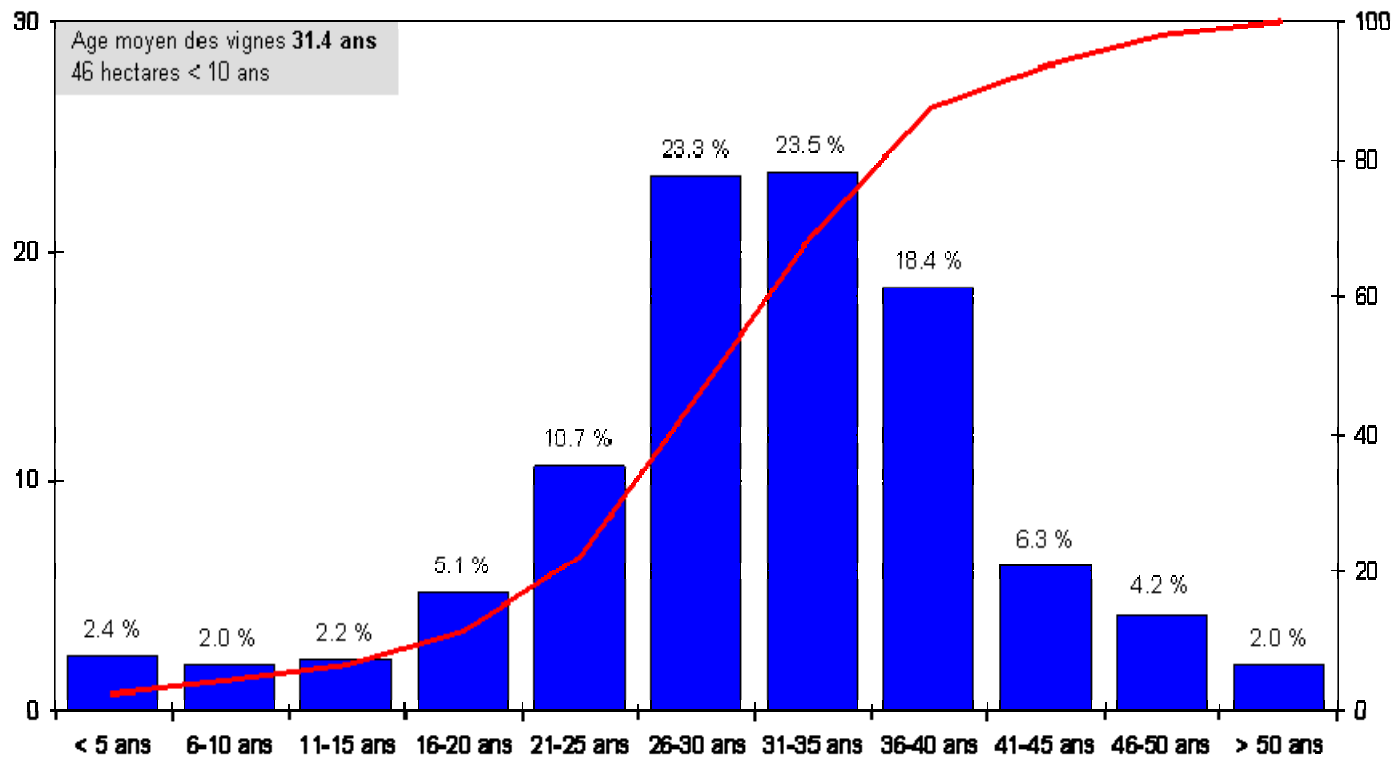
Deux **défis majeurs** attendent la filière vitivinicole :

- valoriser sur le long terme le capital investi dans ces « jeunes » vignes (exemple de l'arvine)
- maintenir un outil de production performant et rentable pour l'ensemble de leurs vignes (exemple du chasselas)

LE VIGNOBLE VALAISAN

Point 5

Structure d'âge du chasselas

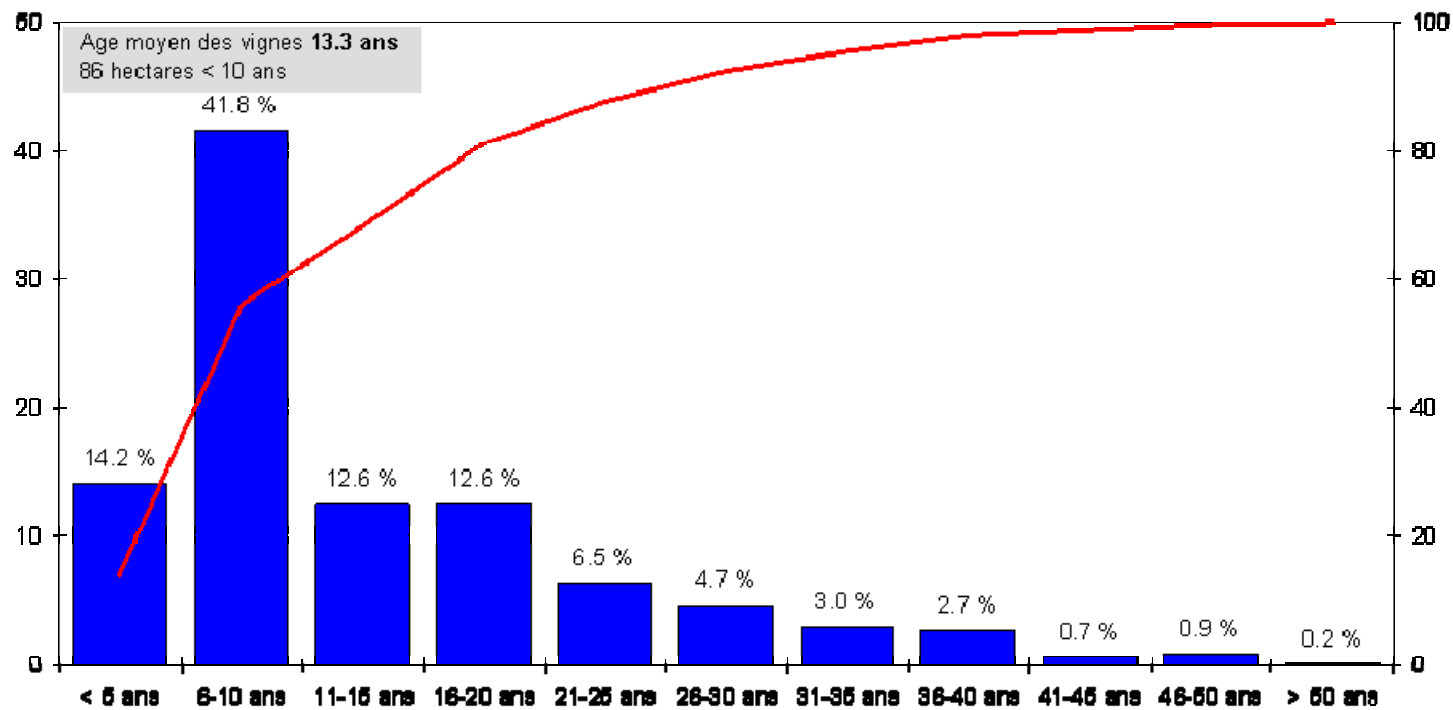


Source : Office cantonal de la viticulture, registre des vignes au 31.12.2009

LE VIGNOBLE VALAISAN

Point 5

Structure d'âge de l'arvine



Source : Office cantonal de la viticulture, registre des vignes au 31.12.2009

CONCLUSIONS

Point 5

- Les outils novateurs, créés dans le cadre de l'étude VITI 2015, permettent de disposer d'informations stratégiques.
- Les différentes sources indiquent que les signaux sont actuellement au vert pour les vins du Valais et que nos marchés peuvent encore être développés à l'horizon 2015.

PLAN DE LA PRESENTATION

1. Collaboration avec HEC Lausanne
2. Les objectifs de l'Etat du Valais
3. Rappel des étapes de VITI 2015
4. Présentation de la Partie III (Q7)
5. Point de situation de la viticulture valaisanne
6. **Stratégie à l'horizon 2015**

OBJECTIF A L'HORIZON 2015

Point 6

Le Valais :

**Une destination vitivinicole incontournable au
niveau européen**

CONSTATS ACTUELS

Point 6

La vitiviniculture valaisanne est :

- un secteur essentiel de l'économie valaisanne
- une composante forte du tourisme
- une activité non délocalisable

STRATÉGIE A L'HORIZON 2015

Point 6

Le Département propose à la filière trois axes prioritaires :

- **Le Vin** : une offre attractive et de qualité
- **La Région** : un accueil et des structures de qualité
- **Un Partenariat** avec la profession orienté vers des objectifs communs, atteignables et mesurables

STRATÉGIE A L'HORIZON 2015

Point 6

Premier axe : LE VIN une offre attractive et de qualité

- « Qualité totale » de la vigne à la bouteille jusqu'à la commercialisation
- Engagement de la profession en faveur de la qualité des vins AOC Valais
- Le Valais a actuellement les moyens de ses ambitions

STRATÉGIE A L'HORIZON 2015

Point 6

Deuxième axe : LA REGION un accueil et des structures de qualité

- Inscrire dans l'esprit des consommateurs suisse l'idée « Lorsque je pense vin, je pense aux vins du Valais », mais également « Lorsque je pense Valais, je pense à ses vins »
- Développer le potentiel du tourisme vitivinicole : faire du Valais un « Weinland »

STRATÉGIE A L'HORIZON 2015

Point 6

Troisième axe : Un partenariat avec la profession orienté vers des objectifs communs, atteignables et mesurables

- Objectifs de plus-value avec un chiffre d'affaires de 440 millions à l'horizon 2015 pour l'ensemble de la filière vitivinicole valaisanne
- Maintien et développement d'indicateurs fiables, objectifs et scientifiques
- Mise en valeur des avantages de la destination « Valais »

SOUTIEN DE L'ÉTAT

Point 6

- Engagements financier et humain importants en faveur de la viticulture.
- Par exemple :
 - En faveur de la **formation** : Investissement de CHF 24.5 millions pour l'Ecole d'agriculture et contributions à l'Ecole de Changins.
 - En faveur de l'amélioration des **structures** : CHF 90 à 100 millions en faveur des murs en pierres sèches ces prochaines années.

ENGAGEMENT

Point 6

Les soutiens de l'Etat du Valais

- Renforcer les moyens promotionnels en lien avec les trois axes prioritaires.
- Faire du Valais une destination vitivinicole incontournable au niveau européen.

PROCHAINES ÉTAPES

Point 6

- Adhésion de la filière aux trois axes stratégiques proposés par le Département (d'ici fin août 2010)
- Établissement d'un échéancier avec définition des objectifs, des missions, des projets et des responsabilités.
- Partenariat public-privé par la signature d'un contrat de prestation