

# Résumé du premier numéro de l'Observatoire des vins

Date 2 juin 2008

## 1. Objectifs VITI2015

- Définir la stratégie de la vitiviniculture valaisanne à l'horizon 2015
- Améliorer la valeur ajoutée de la vitiviniculture valaisanne pour assurer sa pérennité
- Mettre en place des outils durables et professionnels pour gérer la filière, à disposition des professionnels et des pouvoirs publics

## 2. Création et mise en place de l'Observatoire

- L'observatoire s'adresse à l'ensemble des acteurs de la branche et aux acteurs politiques sous forme de publication semestrielle et d'un tableau de bord trimestriel sur [www.vs.ch/agriculture](http://www.vs.ch/agriculture)
- Dans le futur, une extension de l'Observatoire aux secteurs HORECA et vente directe est prévue.

## 3. Buts d'un Observatoire

- Suivre l'évolution d'un marché afin de mettre en évidence des tendances et mesurer les performances en terme de qualité, volume et valeur
- Créer un outil durable d'aide à la décision pour connaître les marchés porteurs et le positionnement en terme de prix, qualité et volume.
- Permettre la mise en place d'une politique vitivinicole cohérente à moyen et long terme

## 4. Résultats

### Importance de la Grande Distribution

- Les chiffres de consommation globale de vins en Suisse toutes origines et couleurs confondues en 2007 sont de 2'778'677 hl sur l'ensemble des canaux de distribution, en hausse de 2.7% depuis 2005.
- Les ventes en Grande Distribution représentent en 2007 1'040'381 hl, soit 37.4% du total de la consommation.
- Les vins étrangers vendus en Grande Distribution sont très majoritairement rouges, contrairement aux vins suisses principalement blancs.

### Les vins Suisse en Grande Distribution

- Deux bouteilles de vins blancs sur trois vendues en Grande Distribution sont suisses, par contre moins de deux bouteilles de vins rouges sur dix sont suisses.

### Les vins du Valais en Grande Distribution

- Durant la période 2005 à 2007, les vins blancs valaisans perdent des parts de marché volume, mais avec une hausse du prix par litre (+ 9.8 %)
- Durant la même période, les vins rouges et rosés valaisans gagnent des parts de marché volume, mais avec une baisse du prix par litre. (- 1.2 %)

### Le Fendant en Grande Distribution

- Le Fendant représente à lui seul 62 % des ventes de vins blancs du Valais en Grande Distribution
- De 2005 à 2007, les prix moyens de vente du Fendant augmentent de 8,3 % (8.30 Frs/L en 2007)

