

Der Staat Wallis unterschreibt mit der Weinbranche eine innovative Partnerschaft

Jean-Michel Cina
Staatsratpräsident

Pressekonferenz
vom 14. März 2011

Vortragsplan

1. Eine Studie **VITI 2015**: Grundlage für die Walliser Weinbaustrategie
2. Eine **Qualitäts-Charta** « Le Valais, pays de la vigne et du vin » - « Weinland Wallis »
3. Ein **Leistungsvertrag** von CHF 1,8 Millionen zur Verkaufsförderung der Walliser Weine
4. Eine dynamische und wertschöpfende **Partnerschaft**

Vortragsplan

1. Eine Studie **VITI 2015**: Grundlage für die Walliser Weinbaustrategie
2. Eine Qualitäts-Charta « Le Valais, pays de la vigne et du vin »
- « Weinland Wallis »
3. Ein Leistungsvertrag von CHF 1,8 Millionen zur Verkaufsförderung der Walliser Weine
4. Eine dynamische und wertschöpfende Partnerschaft

▲ Die Studie VITI 2010 in Kürze

- 2007 durch den Staatsrat in die Wege geleitet
- Unter der wissenschaftlichen Leitung der HEC Lausanne
- Die Weinbaubranche wurde bei jeder Etappe um ihre Meinung ersucht
- Eine Studie in 3 Teilen: Wirtschaftliche Analyse (I), Märkte und Marketing (II) und externe Effekte und Gouvernance (III)
- Schlussfolgerung anhand 16 Empfehlungen (siehe die beigelegte Unterlage)

- ▲ Die Arbeiten und Vorschläge des Departements für Volkswirtschaft, Energie und Raumplanung (DVER)
 - Die Schlussfolgerungen der Studie VITI 2015 stimmen weitgehend mit der Marketing-Strategie 2010-2012 des Branchenverbandes der Walliser Weine überein.
 - Seit 2010 regelmässige Zusammenkommen mit den Vertretern der Walliser Weinbranche.
 - Eine **Qualitäts-Charta**, ein **Leistungsvertrag** und eine **Partnerschaft** als Vorschlag zuhanden der Walliser Winzer und Einkellerer.

Vortragsplan

1. Eine Studie VITI 2015: Grundlage für die Walliser Weinbaustrategie
2. **Eine Qualitäts-Charta** « Le Valais, pays de la vigne et du vin » - « Weinland Wallis »
3. Ein Leistungsvertrag von CHF 1,8 Millionen zur Verkaufsförderung der Walliser Weine
4. Eine dynamische und wertschöpfende Partnerschaft

Qualitäts-Charta

- ▲ Eine Qualitäts-Charta : « Le Valais, pays de la vigne et du vin »
- « Weinland Wallis »
 - Ziel: Das Wallis bis 2015 ein Muss, als Weinbaudestination auf Schweizer und europäischer Ebene.
 - Unterschrieben durch alle Familien des Branchenverbandes der Walliser Weine, welche den gesamten Sektor vertreten.
 - Entwicklung von 3 Schwerpunkten für den Walliser Weinbau : Der **WEIN**, das **WALLIS** und seine **KUNDEN**.
 - Verwirklichung in Form einer Partnerschaft mit der Branche, welche sich auf gemeinsame Ziele bezieht.

Qualitäts-Charta



DAS WALLIS – BIS 2015 EIN MUSS, ALS WEINBAUDESTINATION AUF EUROPÄISCHER EBENE

Die Studie „Walliser Weinbaustrategie mit dem Umsetzungsziel 2015“ bekräftigt die Bedeutung der Weinbaubranche für das Wallis, sowohl vom wirtschaftlichen und touristischen als auch vom gesellschaftlichen und ökologischen Standpunkt. Sie ermutigt zur Entwicklung einer Philosophie der „**totalen Qualität**“, vom Rebstock bis zum Weinglas, zum Nutzen unserer Kunden und Gäste.

Der Wein verkörpert eine Region, ein Klima, Reblagen, eine Identität, Männer und Frauen, die durch ihr **Know-how** diese natürlichen Vorzüge aufwerten.

Zur Förderung eines einheitlichen Images und einer gemeinsamen Vision für die Weine mit der kontrollierten Ursprungsbezeichnung AOC Wallis definieren der Staat Wallis und der Branchenverband der Walliser Weine mit dieser Qualitäts-Charta die folgenden **gemeinsamen Ziele**:

DER WEIN

Der Branchenverband der Walliser Weine verpflichtet sich, unter Mitwirkung des Staates Wallis im gesetzgeberischen, technischen und finanziellen Bereich, die Identität und die Qualität der Weine mit der kontrollierten Ursprungsbezeichnung AOC Wallis zu gewährleisten, zu fördern und aufzuwerten.

Dieses Engagement beinhaltet:

- eine Philosophie der Exzellenz und der totalen Qualität, der sich alle Leistungserbringer, vom Rebstock bis zum Weinglas, vom Emplang bis zum Vertrieb, verschrieben haben, unter Beachtung der Werte, die von der kontrollierten Ursprungsbezeichnung AOC Wallis vorgegeben werden;
- eine individuelle Verantwortlichkeit der Winzer und Einkellerer sowie eine kollektive Verantwortung der gesamten Branche im Bereich der Weinbaukultur und der Weinherstellung;
- eine Förderung der Weine mit einer ausgeprägten Walliser Identität, mit einem einmaligen, image-trächtigen Charakter;

- eine Aufwertung der „Sélection des Vins du Valais“, der vom Branchenverband der Walliser Weine veranstaltete Referenzwettbewerb, und der ausgezeichneten Weine.

DIE REGION

Mit der Unterzeichnung der Charta verpflichten sich die Partner, in enger Zusammenarbeit:

- die Destination „Weinland Wallis“ (Valais, pays de la vigne et du vin) unter Beachtung der Werte des Umweltschutzes, der nachhaltigen Entwicklung und der Marke Wallis zu fördern;
- dank den kulturellen und gesellschaftsfördernden Werten, die der Wein verkörpert, die Lebensqualität und die Lebensart im Wallis, das Klima, die Landschaft und die Natur mit den emblematischen Produkten der Walliser Landwirtschaft zu verbinden;
- die Ausbildung und das touristische Angebot auf die Besonderheiten und die Attraktivität des Walliser Weinbau- und Wein-Erbes zu fokussieren, insbesondere durch gemeinsame Aktionen und den Direktverkauf, wie „Die Offenen Kellertüren“, „Die Walliser Weinstrasse“ und nachhaltige bodenbezogene Entwicklungsprojekte, wie „Trockensteinmauern“.

UNSERE KUNDEN

Wie die Walliser und ihre Weine sind auch unsere Kunden einmalig und haben alle Charakter.

Deshalb liegt es den Unterzeichnern und Partnern der Charta am Herzen, sie in den Mittelpunkt ihres Engagements und ihrer Aktionen zu stellen.

Als Botschafter des Wallis, die herzlich, zugänglich, aufgeschlossen und professionell ausgebildet sind, bieten die Unterzeichner und Partner der Charta ihren Kunden Produkte von hervorragender Qualität, stellen mit ihnen ein Vertrauensverhältnis her, bieten ihnen eine individuelle Beratung an und teilen dabei ihre Leidenschaft für eine Region der Gastlichkeit und der Gastronomie.

DIE PARTNERSCHAFT

Auf der Grundlage der von der Studie VTI 2015 vorgeschlagenen strategischen Achsen definieren der Staat Wallis und der Branchenverband der Walliser Weine ihr Engagement im Bezug auf gemeinsame Ziele, ihre Verantwortung und die Modalitäten ihrer Zusammenarbeit durch einen Leistungsvertrag.

Dieses Engagement bezieht sich auf klare Prioritäten mit folgender Zielsetzung:

- das Wallis fördern und seine Weine aufwerten;
- kohärent und emotional mit der Philosophie und den Werten der kontrollierten Ursprungsbezeichnung (AOC) Wallis und der Marke Wallis kommunizieren, die Attraktivität unserer Weine erhöhen und uns damit von den anderen Akteuren des Markts abgrenzen;

- die seit 2005 beobachtete qualitative Anhebung fortsetzen, jede Banalisierung von image-trächtigen Weinen vermeiden und eine integrierte qualitative Vorgehensweise mit einer nachhaltigen Wertschöpfung fördern;
- das finanzielle Gleichgewicht im Rahmen der Branche sicherstellen, die Interessen der Walliser Winzer und Einkellerer wahren und zur Nachhaltigkeit des Sektors beitragen;
- die Führung der Branche und die Marktkenntnis durch relevante und zuverlässige Indikatoren professionalisieren.

Leytron, den 17. Januar 2011

Branchenverband der Walliser Weine

Eric Germainier
Präsident

Gilles Besse
Vizepräsident

Mit der Unterstützung von

Fédération Valaisanne des Vignerons

Eric Germainier
Präsident

Pierre-Yves Felley
Mitglied

Société des Encaveurs de Vins du Valais

Claude Cristin
Präsident

Jean-Pierre Gaidoux
Generalsekretär

Groupement des Encaveurs Négociants Indépendants

Jacques Alphonse Oussal
Präsident

Jacques Germainier
Mitglied

Union des Vignerons-Encaveurs du Valais

Berny Constantin
Präsident

Romain Pailloud
Vizepräsident

PROVINZ

Jacques Favre
Vizepräsident der Verwaltungsgesellschaft

Roland Vergères
Generalsekretär

▲ Erster Schwerpunkt: **Der WEIN**

- Eine Philosophie der Exzellenz und der **totalen Qualität**
- durch alle Leistungserbringer unterstützt,
- vom Rebstock bis zum Weinglas, vom Empfang bis zum Vertrieb,
- unter Beachtung der Werte der kontrollierten Ursprungsbezeichnung AOC Wallis.

▲ Zweiter Schwerpunkt: **Das WALLIS**

- Die Destination « **Valais, pays de la vigne et du vin** » - « **Weinland Wallis** » fördern.
- Zusammenarbeiten und Synergien mit den anderen Walliser Wirtschaftssektors anstreben.

▲ Dritter Schwerpunkt: **Die KUNDEN**

- Sie sind einmalig und **haben alle Charakter.**
- Sie liegen im Mittelpunkt des Engagements und der Aktionen der Walliser Weinbauunternehmungen.

Vortragsplan

1. Eine Studie VITI 2015: Grundlage für die Walliser Weinbaustrategie
2. Eine Qualitäts-Charta « Le Valais, pays de la vigne et du vin »
- « Weinland Wallis »
3. Ein **Leistungsvertrag** von CHF 1,8 Millionen zur Verkaufsförderung der Walliser Weine
4. Eine dynamische und wertschöpfende Partnerschaft

▲ Ein Leistungsvertrag

- Auf der Grundlage der Qualitäts-Charta
- Durch den Staat Wallis und den Branchenverband der Walliser Weine unterschrieben.
- Durch den Staat Wallis finanziell unterstützte Förderungsprojekte : **Unterstützungs-Prinzipien, Ziele und Indikatoren**

▲ Durch den Staat Wallis unterstützte Förderungsprojekte

- Förderung der **Weine mit einer ausgeprägter Walliser Identität**, mit einer einmaligen, imagerächtigen Charakter
- Z.B. die Petite Arvine AOC Wallis in Zusammenhang mit der Werbekampagne « Sie haben alle Charakter»
- Gemeinsame Aktionen rund um den Direktverkauf, wie z.B. die durch den Branchenverbandes der Walliser Weine organisierte Aktionen « Die offenen Kellertüren» oder « Die Walliser Weinstrasse»

▲ Modalitäten der finanziellen Unterstützung

- Der Staat Wallis würde die durch den Branchenverband realisierte Förderung mit **CHF 1,8 Millionen** bis 2012 unterstützen
- Der Staat Wallis und die Branche finanzieren je CHF 1.- die gegenseitig abgesprochenen Aktionen und Ziele
- **Beispiel** : Der Staat Wallis ist bereit in 2011 die Werbekampagne « Sie haben alle Charakter» mit einem Höchstbetrag von CHF 350'000.- zu unterstützen. Dies bedingt jedoch, dass der durch den Branchenverband der Walliser Weine für dieses Projekt vorgesehene Gesamtbetrag CHF 700'000.- beträgt.

▲ Ziele und Messindikatoren

- Die durch den Staat Wallis unterstützte Förderungskampagne werden anhand ... beurteilt :
 - **Ziele**, welche durch den Branchenverband der Walliser Weine verhandelt und angenommen worden sind.
 - **Messindikatoren**, die im Rahmen der Studie VITI 2015 eingeführt wurden.

Leistungsvertrag

- Die Werbekampagne « **Sie haben alle Charakter** » mit dem Ziel, den **Bekanntheitsgrad** von 6 Walliser AOC-Weinen zu erhöhen.

	2004	2008	2012
Taux de notoriété totale des six vins d'Appellation d'Origine Contrôlée Valais			
Cornalin	21%	25%	30%
Heida / Païen	24%	26%	30%
Humagne Rouge	34%	33%	35%
Johannisberg	78%	73%	75%
Petite Arvine	34%	36%	40%
Syrah	55%	57%	60%
Appréciation qualitative des vins du Valais « Quel canton suisse produit ... »			
les meilleurs vins rouges	57%	51%	55%
les meilleurs vins blancs	57%	53%	55%

Leistungsvertrag

- Der Direktverkauf : « **Offene Kellertüren** » mit dem Ziel, die Anzahl der beteiligten Kellereien und den erwirtschafteten Umsatz zu erhöhen.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Caves participantes	99	115	139	179	200	220
Nombre de visites ('000)	7.7	11.7	16.0	44.0		
Chiffre d'affaires ('000)	854	1'100	1'600	3'400	5'000	5'350
Coûts promotionnels ('000)	96	215	260	250	500	400
Ratio Coûts/CA	11.3%	19.5%	16.2%	7.3%	10.0%	7.5%

Leistungsvertrag

- Die **Verkäufe bei den Grossverteilern** mit dem Ziel, die durchschnittliche Literpreise der Walliser Weine und der 6 im Rahmen der Werbekampagne « Sie haben alle Charakter» gepriesenen Walliser AOC-Weine zu erhöhen und/oder zu halten.

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Rouges et rosés	11.31	10.96	11.19	10.96	11.41	11.60	11.80	12.00
Blancs	8.99	9.16	9.82	10.42	10.80	11.00	11.20	11.40
Cornalin	28.18	26.21	22.61	21.04	21.09	Maintien des prix observés en 2009		
Heida / Païen	23.33	22.73	22.61	21.10	21.62			
Humagne Rouge	21.43	21.05	19.32	17.71	16.49			
Johannisberg	13.59	13.73	14.49	14.06	14.10			
Petite Arvine	21.10	19.88	17.19	16.66	17.16			
Syrah	21.53	19.87	16.81	17.70	15.99			

Vortragsplan

1. Eine Studie VITI 2015: Grundlage für die Walliser Weinbaustrategie
2. Eine Qualitäts-Charta « Le Valais, pays de la vigne et du vin »
- « Weinland Wallis »
3. Ein Leistungsvertrag von CHF 1,8 Millionen zur Verkaufsförderung der Walliser Weine
4. Eine dynamische und wertschöpfende **Partnerschaft**

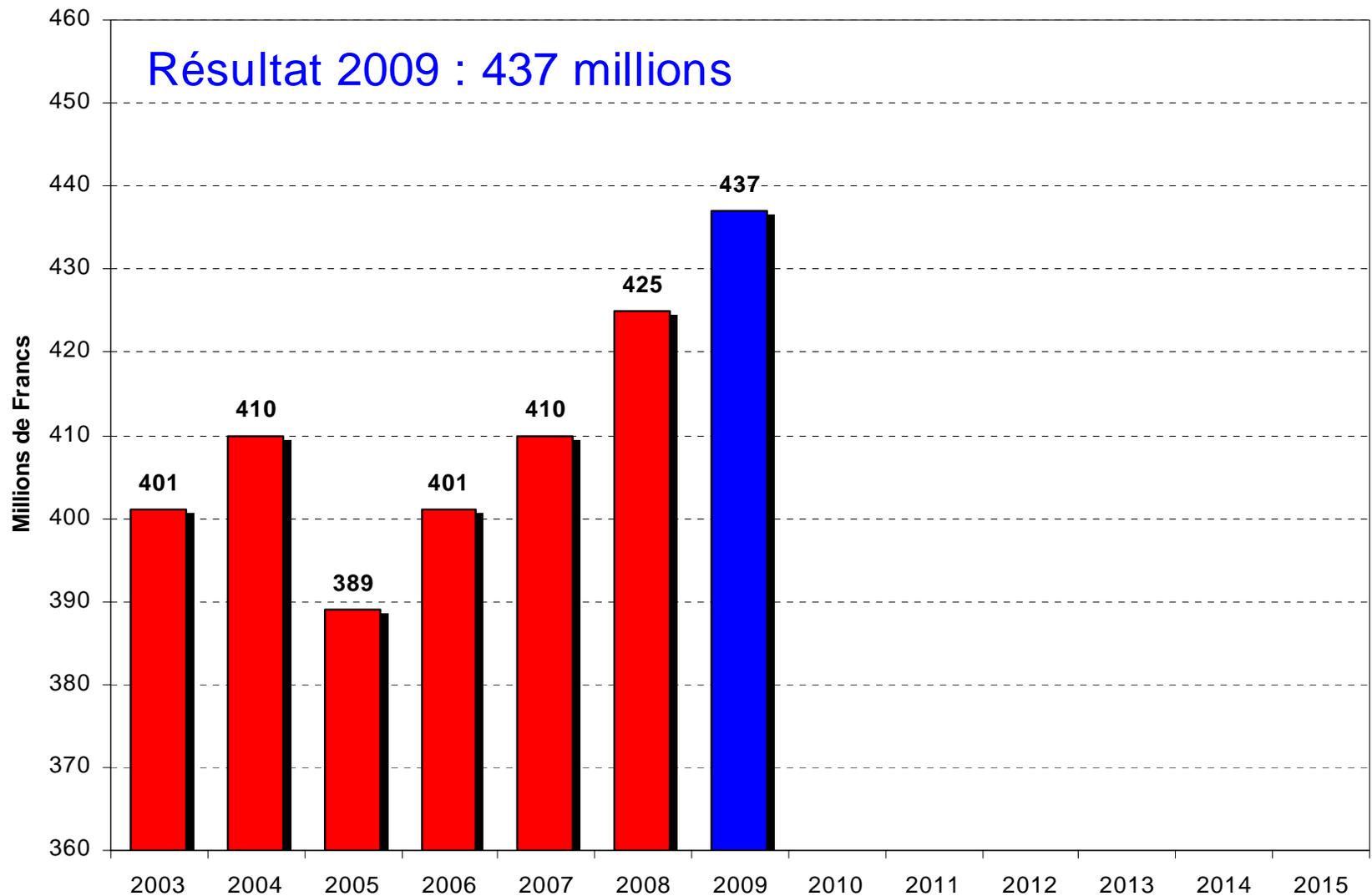
▲ Die Modalitäten der **PARTNERSCHAFT**

- Ein gemeinsames Engagement, welche durch eine Qualitäts-Charta und einen Leistungsvertrag definiert ist
- Eine individuelle Verantwortlichkeit der Winzer und der Einkellerer
- Eine kollektive Verantwortung der gesamten Branche im Bereich des Rebbaus, des Weinbaus und der Vermarktung
- Das Fortsetzen der Qualitätsanhebung und der seit 2005 mit Erfolg unternommenen Aktionen, um das finanzielle Gleichgewicht im Rahmen der Branche sicherzustellen.

▲ Die Ziele der **PARTNERSCHAFT**

- Das in 2006 festgesetzte jährliche Umsatzziel von CHF 440 Millionen bis 2015 ist durchaus realistisch und erreichbar.
- Das reale (inflationbereinigt) Wachstum des jährlichen Umsatzes der Weinbranche steigt jährlich im Schnitt um 2,1%. Der Umsatz betrug im 2009 CHF 426 Millionen. (inflationbereinigt 2006)
- Die verschiedenen Quellen deuten darauf hin, dass die wirtschaftliche Lage der Branche zufriedenstellend ist und dass die Märkte bis 2015 durch die Unternehmungen noch weiter ausgebaut werden können.

Partnerschaft



Partnerschaft

