



OBSERVATOIRE SUISSE
**DU MARCHÉ
DES VINS**

3^E TRIMESTRE 2015

N°4
RAPPORT



CHANGINS
haute école de
viticulture et œnologie

Hes·SO
Haute Ecole Spécialisée
de Suisse occidentale
Fachhochschule Westschweiz
University of Applied Sciences and Arts
Western Switzerland

A déguster avec modération

Suisse. Naturellement.



SWISS WINE

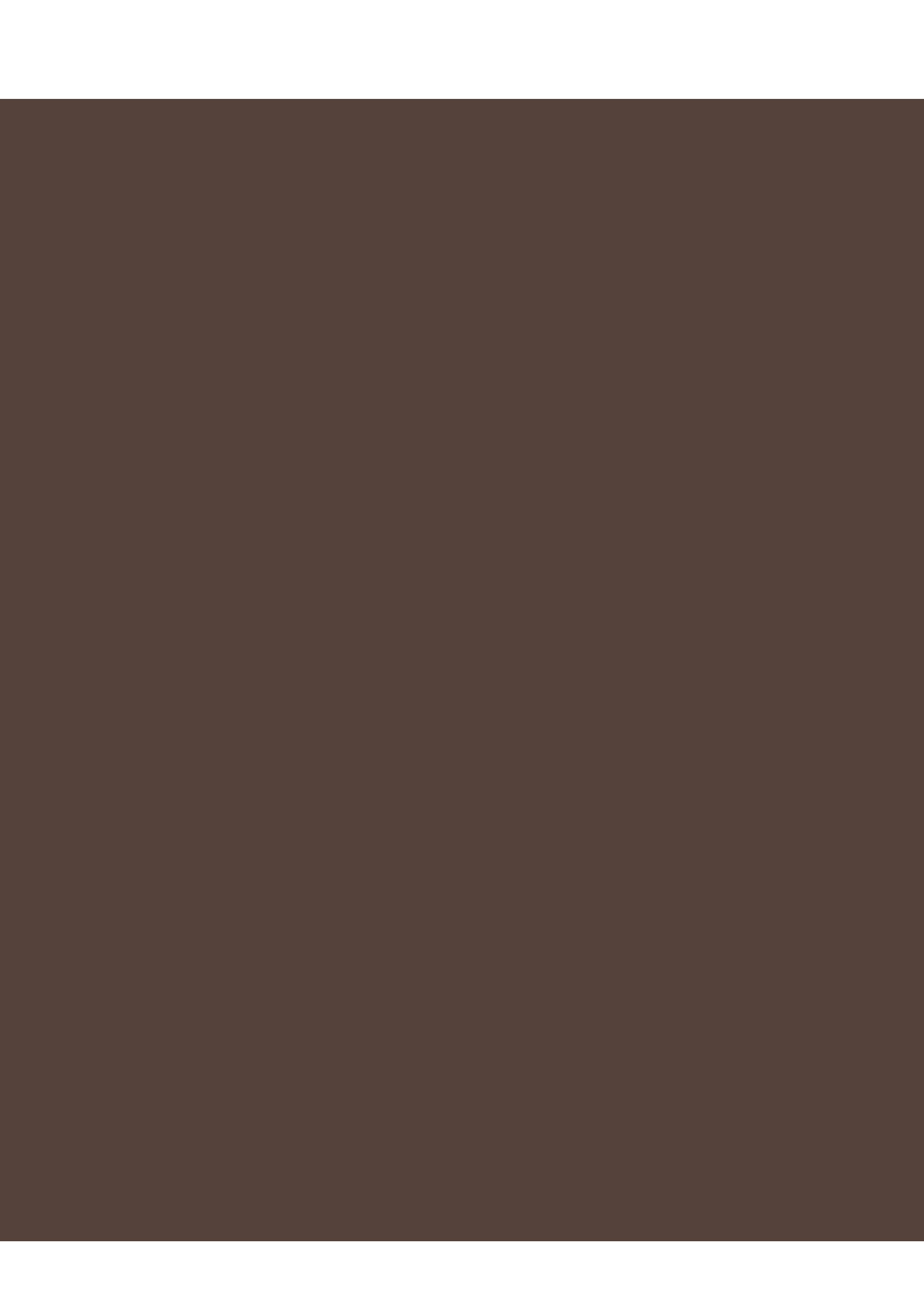


TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION	5
<hr/>	
SURVOL DU MARCHÉ DES VINS SUISSES	7
<p>Etat de situation au 30 septembre 2015</p> <p>Volume de vente de vins AOC suisses en grande distribution au 3^e trimestre 2015</p> <p>Prix moyen par litre des vins AOC suisses au 3^e trimestre 2015</p> <p>Meilleures ventes de vins AOC suisses</p> <p>Revenu des ventes de vins AOC suisses</p> <p>Spécial été: les effets de la canicule sur les ventes de vin AOC suisses</p>	
<hr/>	
MARCHÉS RÉGIONAUX DES VINS SUISSES	23
<p>Valais</p> <p>Vaud</p> <p>Suisse alémanique</p> <p>Genève</p> <p>Tessin</p> <p>Région des Trois Lacs</p>	
<hr/>	
SURVOL DU MARCHÉ SUISSE DES VINS	53
<p>Etat de situation au 30 septembre 2015</p> <p>Volume de vente de vins suisses et étrangers en grande distribution</p> <p>Part de marché des vins suisses et étrangers</p> <p>Prix moyen sur le marché suisse des vins</p>	
<hr/>	
DOSSIER THÉMATIQUE	63
<p>Vitiviniculture en Suisse et en Autriche – données comparatives</p>	
<hr/>	
IMPRESSUM	71
<hr/>	

**Les offices de promotion des ventes
sont des rouages essentiels pour
le développement de l'image des vins
indigènes à l'intérieur comme
à l'extérieur du pays.**



INTRODUCTION

L'été 2015 a été particulièrement chaud quelque 2.4 degrés de plus en moyenne par rapport à la période 1981 - 2010 selon MétéoSuisse.

Au-delà de leurs effets bénéfiques pour la qualité de la récolte 2015, les conditions météorologiques exceptionnelles ont permis de booster les ventes de vins rosés, qui représentent près d'un quart des ventes de vins AOC suisses en grande distribution au 3^e trimestre 2015.

A l'opposé, les fortes canicules enregistrées pendant la période traditionnelle de vacances ont eu une répercussion plutôt néfaste sur le marché suisse des vins rouges dominé par les vins étrangers.

Les chaleurs estivales font partie des facteurs qui expliquent le succès relatif des vins suisses au 3^e trimestre 2015 par rapport aux vins étrangers en dépit des faibles quantités à disposition de la grande distribution et du prix moyen des vins indigènes toujours plus élevé.

Après 9 mois d'activité en 2015, les ventes de vin AOC suisses restent toutefois, en période

de rareté, en retrait par rapport aux chiffres de l'année dernière, la faute aux vins rouges, qui demeurent de plus en plus confinés à la vente directe.

Les offices de promotion des ventes sont des rouages essentiels pour le développement de l'image des vins indigènes à l'intérieur comme à l'extérieur du pays. Nous sommes heureux de publier les principales conclusions d'un travail de bachelor effectué à l'école de Changins comparant l'efficacité de la promotion des vins suisses et autrichiens.

Le rapport n°4 de l'OSMV porte sur les volumes, les prix et les revenus relevés lors du 3^e trimestre 2015 dans la grande distribution. Les variations sont exprimées aussi bien en comparaison annuelle que trimestrielle.

L'OSMV est fier de pouvoir compter sur une équipe de relecteurs présents dans chaque région vitivinicole et qui alimentent chaque rapport trimestriel d'éclairages fort enrichissants. Comme eux, n'hésitez pas à nous fournir vos remarques et suggestions. Nous vous en sommes d'ores et déjà très reconnaissants.

PHILIPPE DELAQUIS

Chef de projet

Observatoire suisse du marché des vins



SURVOL DU MARCHÉ DES VINS SUISSES

AVERTISSEMENT

- Le présent rapport se réfère uniquement à l'évolution des vins AOC suisses. Seul le chapitre traitant du marché suisse des vins inclut l'analyse des vins de pays suisses
 - Le type de données fournies par la société Nielsen peut fluctuer d'une année à l'autre, voire exclure provisoirement un cépage, en fonction de la politique de confidentialité de grands distributeurs
 - La robustesse d'analyses trimestrielles est fragilisée par les effets ponctuels et la périodicité des actions promotionnelles
 - Les analyses comparatives entre 2 trimestres consécutifs ne tiennent que partiellement compte de la saisonnalité des ventes, comme par exemple celle des vins rosés.
-

ÉTAT DE SITUATION AU 30 SEPTEMBRE 2015

BAISSE DES VENTES DE 4.8 %

EN GRANDE SURFACE AU 30 SEPTEMBRE 2015

Sur les 9 premiers mois de l'année, la grande distribution a écoulé 172'630 hl de vins AOC suisses, soit 4.8% de moins qu'il y a un an, passant ainsi sous la barre symbolique des 180'000 hl.

Cette baisse doit toutefois être mise en relation avec la diminution moyenne des stocks de vins AOC suisses de 2.8% fin 2014, qui a réduit la quantité de vins disponibles en grande distribution au moins d'autant.

Alors que le volume de vin rosé est supérieur à celui de l'année dernière (0.9%), les résultats cumulés au 30 septembre 2015 sont fortement tirés à la baisse par la chute des ventes de vins rouges suisses (-13.9%). Comparé en rythme annuel, le volume de vins blancs est également inférieur de 1.1% par rapport à la même période de l'année précédente.

En variation annuelle, le prix moyen par litre calculé sur les 9 premiers mois de l'année augmente de 1.8% en valeur nominale. Il progresse pour toutes les couleurs de vin et ce, pour la deuxième année consécutive (sauf pour le rosé en 2014).

Compte tenu des faibles quantités disponibles, c'est le prix du vin rouge qui a le plus augmenté en moyenne au cours des 9 premiers mois de l'année (4.1%), suivi du prix du vin rosé (3.4%) et du vin blanc (1.1%).

	VOLUME AU 30.09.2013	VOLUME AU 30.09.2014	VOLUME AU 30.09.2015
Rouge	5'747	5'719 ▼ -0.5%	4'922 ▼ -13.9%
Blanc	9'344	8'990 ▼ -3.8%	8'889 ▼ -1.1%
Rosé	3'469	3'420 ▼ -1.4%	3'452 ▲ 0.9%
Total	18'559	18'129 ▼ -2.3%	17'263 ▼ -4.8%

Fig. 1.1 Vin AOC suisse - Grande distribution
Volume de vente [1'000L] au 30 septembre 2015

	PRIX MOYEN AU 30.09.2013	PRIX MOYEN AU 30.09.2014	PRIX MOYEN AU 30.09.2015
Rouge	12.84	13.18 ▲ 2.7%	13.73 ▲ 4.1%
Blanc	11.67	11.68 ▲ 0.2%	11.81 ▲ 1.1%
Rosé	9.84	9.77 ▼ -0.8%	10.10 ▲ 3.4%
Total	11.69	11.80 ▲ 0.9%	12.01 ▲ 1.8%

Fig. 1.2 Vin AOC suisse - Grande distribution
Prix de vente moyen [CHF/L] au 30 septembre 2015

Le revenu des ventes des vins AOC suisses réalisées en grande distribution au 30 septembre 2015 est estimé à CHF 207.4 millions de francs suisses, soit CHF 6.4 millions ou 3% de moins qu'à la même période de l'année précédente.

Cette baisse est essentiellement due à la chute des revenus du vin rouge de 10.4%. Le revenu du vin blanc est identique à celui relevé il y a un an. Seul le chiffre d'affaire des vins rosés augmente, en l'occurrence de CHF 1.4 millions de francs suisses ou de 4.3%.

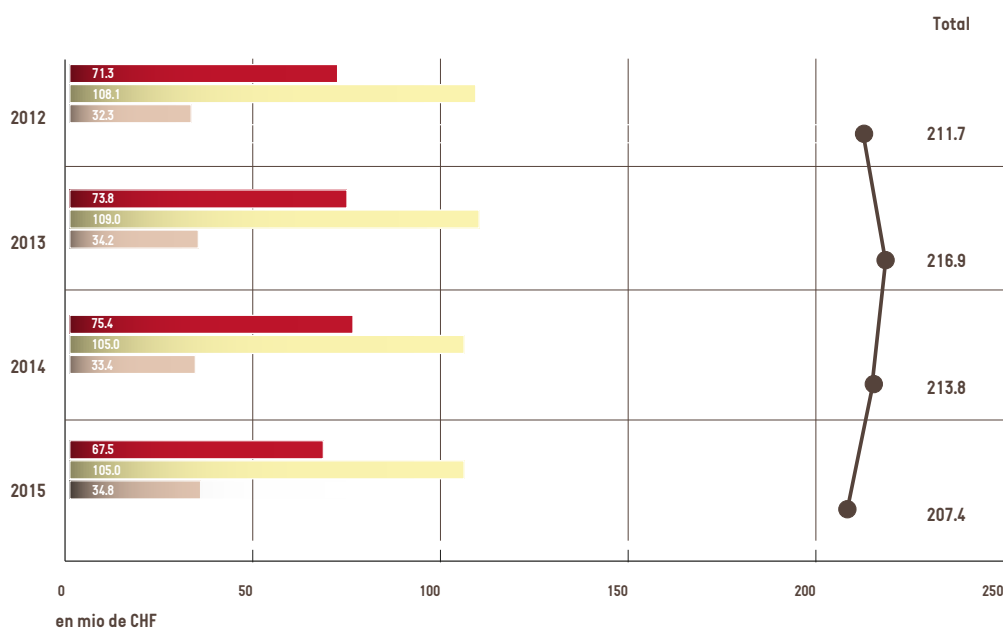


Fig. 1.3 Vin AOC suisse - Grande distribution - Revenu des ventes de vins AOC suisses au 30 septembre 2015

● Rouge ● Blanc ● Rosé ● Total

LES VINS BLANCS AOC VAUDOIS GAGNENT 0.8 % DE PART DE MARCHÉ SUR LES 9 PREMIERS MOIS DE L'ANNÉE 2015

Par rapport aux résultats enregistrés à la fin du 1^{er} semestre 2015, les parts de marché par région de production au 30 septembre 2015 ne subissent que quelques légères corrections. Au niveau total, le Valais et le Canton de Vaud perdent ensemble 0.6% de part de marché des vins en grande distribution pour s'établir à 84.8%.

Le changement le plus significatif concerne l'augmentation de la part de marché des vins blancs AOC vaudois qui gagnent 0.8% aux

dépens principalement des vins valaisans (-1.2%).

Au niveau des vins rouges, la région du Tessin grignote 0.7% de part de marché, tandis que le Valais en perd 0.9%.

Les vins rosés vaudois et de la région des 3 Lacs gagnent respectivement 0.8% et 0.3% de part de marché aux dépens des vins valaisans (-0.5%) et suisses alémaniques (-0.6%).

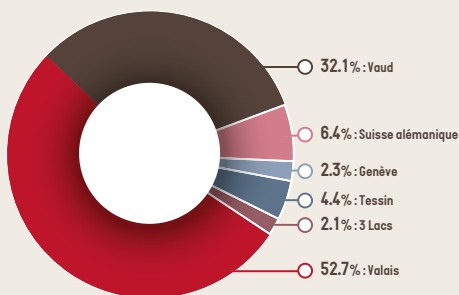


Fig. 1.4 Vin AOC suisse - Part du marché des régions de production en grande distribution au 30 septembre 2015

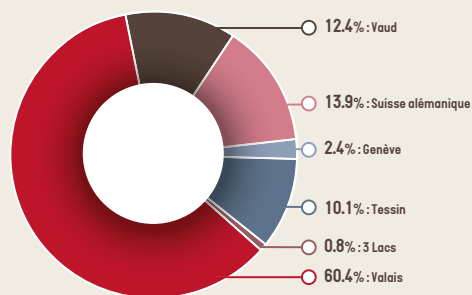


Fig. 1.4.1 Part des marchés régionaux des vins rouges en grande distribution au 30 septembre 2015

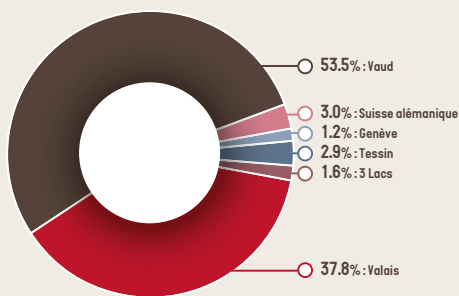


Fig. 1.4.2 Part des marchés régionaux des vins blancs en grande distribution au 30 septembre 2015

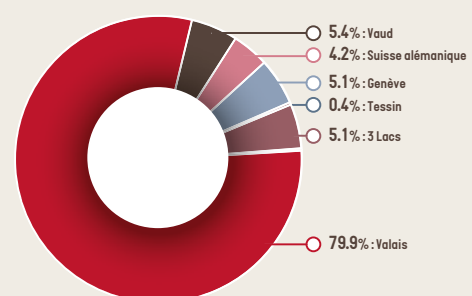


Fig. 1.4.3 Part des marchés régionaux des vins rosés en grande distribution au 30 septembre 2015

VOLUME DE VENTE DES VINS AOC SUISSES EN GRANDE DISTRIBUTION AU 3^E TRIMESTRE 2015

BAISSE DES VENTES DE 3.2 % EN GRANDE SURFACE AU 3^E TRIMESTRE 2015

Selon les données fournies par Nielsen, la grande distribution répertoriée dans les statistiques de l'OSMV a vendu un total de 58'370 hl de vins AOC suisses lors du 3^e trimestre 2015. En termes de part de marché calculé sur le total des vins AOC suisses, c'est le volume de vente du vin rosé qui a le plus fortement progressé au 3^e trimestre 2015 par rapport à celle de l'année précédente, passant de 21.8% à 24.2%. La part des ventes de vins blancs augmente également (2.6%), celle des vins rouges chute par contre sensiblement (-11.3 %).

Le volume global de vente a reculé de 3.2% par rapport au 3^e trimestre de l'année précédente, conduisant à une baisse pour la deuxième année consécutive (-4.9%).

La variation par couleur de vin au 3^e trimestre 2015 est fonction des quantités disponibles sur le marché et des facteurs météorologiques. Le recul est donc plus particulièrement marqué pour les vins rouges, les plus affectés régionalement par les deux faibles récoltes consécutives et par les fortes canicules peu propices à la consommation de vins rouges (voir Fig. 1.16). Leurs ventes régressent de 14.1% par rapport

	3 ^E TRIMESTRE 2013	3 ^E TRIMESTRE 2014	3 ^E TRIMESTRE 2015
Rouge	1'923	1'920 ▼ -0.1%	1'649 ▼ -14.1%
Blanc	2'978	2'796 ▼ -6.1%	2'778 ▼ -0.6%
Rosé	1'437	1'312 ▼ -8.7%	1'410 ▲ 7.5%
Total	6'337	6'028 ▼ -4.9%	5'837 ▼ -3.2%

Fig. 1.5 Vin AOC suisse- Grande distribution
Volume de vente (1'000L) par trimestre

au 3^e trimestre 2014.

Le volume de vente des vins blancs AOC reste plutôt stable grâce à la bonne santé économique des vins blancs de La Côte.

De son côté, le volume des vins rosés augmente de 7.5% par rapport à celui enregistré au 3^e trimestre 2014 et s'établit à un niveau comparable à celui observé au 3^e trimestre 2013.

AUGMENTATION DU VOLUME DE VENTE DES VINS AOC SUISSES EN GRANDE SURFACE DE 6.2 % EN COMPARAISON TRIMESTRIELLE

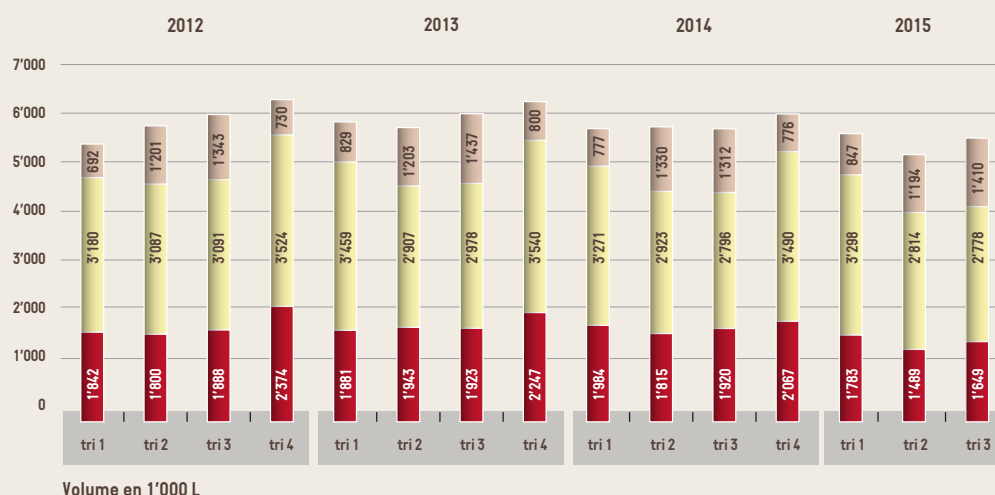


Fig. 1.6 Vin AOC suisse- Grande distribution - Volume de vente (1'000L) par trimestre - ● Rouge ● Blanc ● Rosé

En comparaison trimestrielle, le volume de ventes des vins AOC suisses en grande surface augmente de 6.2% au cours du 3^e trimestre 2015. C'est le volume de vin rosé qui augmente le plus fortement (18.1%), suivi de celui des vins rouges (10.8%).

Le caractère saisonnier et les fortes températures estivales expliquent la progression specta-

culaire du vin rosé par rapport aux chiffres du trimestre précédent.

Le volume de vente des vins blancs baisse de 1.3% au 3^e trimestre 2015, soit dans la même proportion que celle observée au 1^{er} semestre 2015.

Trimestre	Rouge	Blanc	Rosé	Total
Tri 3 2014 - Tri 3 2015	-14.1%	-0.6%	7.5%	-3.2%
Tri 2 2015 - Tri 3 2015	-10.8%	-1.3%	18.1%	6.2%

Fig. 1.7 Vin AOC suisse- Grande distribution - Variation du volume de vente (1'000L) par trimestre - ● Rouge ● Blanc ● Rosé

PRIX MOYEN PAR LITRE DES VINS AOC SUISSES AU 3^E TRIMESTRE 2015

LE PRIX MOYEN PAR LITRE RESTE STABLE AU 3^E TRIMESTRE 2015

		ROUGE	BLANC	ROSÉ	TOTAL
2012	Jan. - Mars	12.72	11.54	10.46	11.79
	Avr. - Juin	12.93	11.40	9.82	11.54
	Jul. - Sept.	13.03	11.71	9.88	11.72
	Oct. - Déc.	12.86	11.67	10.20	11.94
	Moyenne	12.89	11.58	10.02	11.75
2013	Jan. - Mars	13.12	11.35	9.93	11.70
	Avr. - Juin	12.47	11.89	9.85	11.67
	Jul. - Sept.	12.94	11.81	9.80	11.70
	Oct. - Déc.	13.35	11.69	9.84	12.03
	Moyenne	12.98	11.67	9.84	11.78
2014	Jan. - Mars	13.13	11.28	10.03	11.73
	Avr. - Juin	13.03	11.91	9.62	11.74
	Jul. - Sept.	13.38	11.93	9.76	11.92
	Oct. - Déc.	13.68	11.89	10.18	12.26
	Moyenne	13.31	11.74	9.84	11.92
2015	Jan. - Mars	13.67	11.66	10.09	12.04
	Avr. - Juin	13.83	11.84	10.11	12.00
	Jul. - Sept.	13.69	11.96	10.09	12.00

Fig. 1.8 Vin AOC suisse - Grande distribution - Prix moyen [CHF/L] par trimestre - ● Rouge ○ Blanc ○ Rosé ● Total

Globalement, le prix moyen par litre de vins AOC suisses vendus en grande surface au 3^e trimestre 2015 a augmenté en valeur nominale de 0.7% ou de 8 centimes, si on le compare au prix moyen relevé au 3^e trimestre de l'année précédente, pour s'établir à CHF 12.-. La barre des CHF 12.- est atteinte pour la première fois au cours d'un 3^e trimestre.

Le prix moyen par litre est à la hausse pour toutes les couleurs de vin et culmine à un niveau jamais atteint au cours d'un 3^e trimestre. Le prix moyen du vin rouge progresse de 2.3% ou de 31 centimes par rapport au prix enregist-

tré lors du 3^e trimestre 2014.

Le prix moyen du vin blanc AOC par litre n'augmente que de 0.3% au 3^e trimestre 2015, le report des ventes sur les produits les meilleurs marché pouvant expliquer cette faible baisse. Malgré la forte hausse de volume, le niveau de prix du vin rosé progresse de 3.4% (33 centimes). En comparaison trimestrielle, le prix moyen global du vin AOC suisse reste pratiquement identique par rapport à celui observé lors du 2^e trimestre, la baisse de prix du vin rouge et du vin rosé compensant l'augmentation du prix du vin blanc.

Trimestre	Rouge	Blanc	Rosé	Total
Tri 3 2014 - Tri 3 2015	2.3%	0.3%	3.4%	0.7%
Tri 2 2015 - Tri 3 2015	-1.0%	1.1%	-0.1%	-0.0%

Fig. 1.9 Vin AOC suisse - Grande distribution - Variation du prix moyen [CHF/L] par trimestre - ● Rouge ○ Blanc ○ Rosé

PRIX MOYEN DU VIN ROUGE AOC SUISSE EN BAISSÉ PAR RAPPORT AU PRIX MOYEN OBSERVÉ AU 1^{ER} SEMESTRE 2015

Rang	Rouge	Prix 3 ^e trimestre 2015	Prix 1 ^{er} semestre 2015	Blanc	Prix 3 ^e trimestre 2015	Prix 1 ^{er} semestre 2015	Rosé	Prix 3 ^e trimestre 2015	Prix 1 ^{er} semestre 2015
1	VD	12.46	12.54	VD	11.49	11.43	VS	9.58	9.57
2	VS	13.06	13.28	VS	11.99	11.57	GE	9.59	9.26
3	GE	13.62	14.63	TL	13.28	13.24	VD	9.90	11.28
4	SA	14.08	14.15	GE	13.64	13.86	SA	12.29	11.59
5	TI	17.35	16.91	SA	13.79	14.11	TI	15.33	15.33
6	TL	20.85	20.23	TI	16.30	15.84	TL	16.36	16.43
Prix moyen	CH	13.69	13.74	CH	11.96	11.74	CH	10.09	10.10

Fig. 1.10 Classement par région des prix moyens par litre des vins AOC suisses au 3^e trimestre 2015

Le prix moyen par litre du vin rouge au 3^e trimestre 2015 diminue de 5 centimes par rapport au prix moyen observé au 1^{er} semestre 2015. Il est à la baisse dans toutes les régions vitivinicoles suisses à l'exception de celui affiché au Tessin et des 3 Lacs.

Le prix moyen par litre du vin blanc augmente de 22 centimes par rapport au prix observé lors du 1^{er} semestre 2015. Il progresse sur les principaux marchés (Vaud et Valais).

Le prix moyen du vin blanc augmente sur les principaux marchés. Le prix moyen global du vin rosé est plutôt stable à l'instar de celui du Valais par rapport à la moyenne du 1^{er} semestre 2015.

Les 10 meilleures ventes de vins AOC suisses en grande surface lors du 3^e trimestre 2015 représentent 73,6% du volume total, toutes couleurs de vins confondues. Leur baisse de volume cumulée est inférieure de 1,1% à celle enregistrée au niveau total de tous les vins AOC suisses vendus en grande surface (voir Fig. 1.11).

Comme lors du 1^{er} semestre 2015, le classement des ventes estivales est dominé par les vins valaisans (6) et les vins vaudois (3). Seul le Merlot rouge tessinois parvient à se glisser dans les 10 meilleures ventes au 3^e trimestre 2015. Par rapport au classement établi fin juin 2015, le Johannisberg AOC quitte le classement au profit de l'Humagne rouge AOC. La Dôle rouge AOC cède sa 3^e place au Pinot noir rosé AOC du Valais.

MEILLEURES VENTES DE VINS AOC SUISSES

LES VINS BLANCS AOC LA CÔTE CONSOLIDENT LEUR PLACE EN TÊTE DES MEILLEURES VENTES DE VINS AOC EN GRANDE DISTRIBUTION AU 3^E TRIMESTRE 2015

Meilleures ventes de vins (75cl) ¹	Nbre btl 3 ^e trimestre 2015 ²	Variation nb btl tri 14-15	Part de marché 3 ^e trimestre		Prix 3 ^e trimestre		Δ stock 2013-2014 ³
			2015	2014	2015	2014	
Blanc AOC La Côte	1'382'000	15.9%	17.8%	[14.8%]	6.72	[6.97]	2%
Fendant AOC Valais	894'000	-0.3%	11.5%	[11.2%]	6.96	[6.81]	-18%
Pinot noir rosé AOC Valais	769'000	16.2%	9.9%	[8.2%]	7.34	[7.17]	-12%
Dôle rouge AOC Valais	722'000	-13.6%	9.3%	[10.4%]	8.37	[8.28]	-12%
Dôle blanche AOC Valais	710'000	5.6%	9.1%	[8.4%]	7.00	[6.94]	-8%
Blanc AOC Lavaux	332'000	-16.9%	4.3%	[5.0%]	10.78	[10.07]	-8%
Blanc AOC Chablais	318'000	-21.3%	4.1%	[5.0%]	14.56	[12.54]	-15%
Merlot rouge AOC Tessin	239'000	-14.8%	3.1%	[3.5%]	12.92	[12.81]	0.7%
Pinot noir rouge AOC Valais	225'000	-29.8%	2.9%	[4.0%]	10.00	[9.41]	-12%
Humagne Rouge AOC Valais	1'36'000	-26.6%	1.7%	[2.3%]	11.63	[10.98]	4%
Total meilleures ventes	5'728'000	-2.1%	73.6%	[72.8%]			
Total AOC (OSMV, Rapport N°4)	7'783'000	-3.2%					Blanc - 6.7% (12.1 mois) ⁴ Rouge 0.4% (19 mois)

¹ Par mesure de simplification, tout le volume de vins vendu a été transformé en bouteille de 75 cl. Il faut toutefois être conscient qu'un certain nombre de bouteilles sont produites dans un autre format (70 cl ou 37,5 cl par exemple).

² Arrondi au millier

³ Source: Services cantonaux compétents, statistique des vins au 31 décembre 2014

⁴ Source: OFAG, année viticole 2014, différence de stock 2013 - 2014 et couverture de stock sur la base de la consommation de l'année 2014

Fig. 1.11. Classement des meilleures ventes en grande distribution au 3^e trimestre 2015

Environ 18 bouteilles sur 100 vendues en grande surface au 3^e trimestre 2015 sont des vins blancs AOC de la région de La Côte. Ils sont offerts à un prix moyen de CHF 6.72, en diminution de 25 centimes par rapport au prix moyen relevé au 3^e trimestre 2014. Cette croissance des ventes des vins de La Côte a été rendue possible grâce à un niveau de stock élevé, ce qui a permis à la grande distribution de poursuivre son programme d'actions promotionnelles.

Le volume des ventes de tous les autres vins blancs classés dans les 10 meilleures ventes trimestrielles diminue. Les vins AOC du Chablais sont les plus affectés par les faibles récoltes 2013 et 2014. La baisse de leur disponibilité de 15% entraîne ainsi une augmentation du prix moyen de 16.1% et une chute des ventes

de 21.3% par rapport au 3^e trimestre de l'année précédente. Les ventes de vins blancs AOC Lavaux subissent le même sort que ceux du Chablais.

Malgré une forte baisse des stocks au 1^{er} janvier 2015 (-18%) et un prix moyen en hausse de 15 centimes en un an, le volume de vente du Fendant ne subit qu'une légère baisse (-0.3%).

Au niveau des vins rouges, tous les vins les mieux classés subissent les conséquences des faibles récoltes, qui provoquent une perte de volume massive sur les ventes de Pinot Noir (-29.8%) et de Dôle rouge (-13.6%). La baisse du volume du Merlot rouge est plutôt forte au 3^e trimestre 2015, ce qui ne lui permet pas de maintenir sa part de marché.

LE REVENU DES VENTES DE VINS SUISSES EN GRANDE SURFACE EN BAISSÉ DE 2.5 % AU 3^E TRIMESTRE 2015

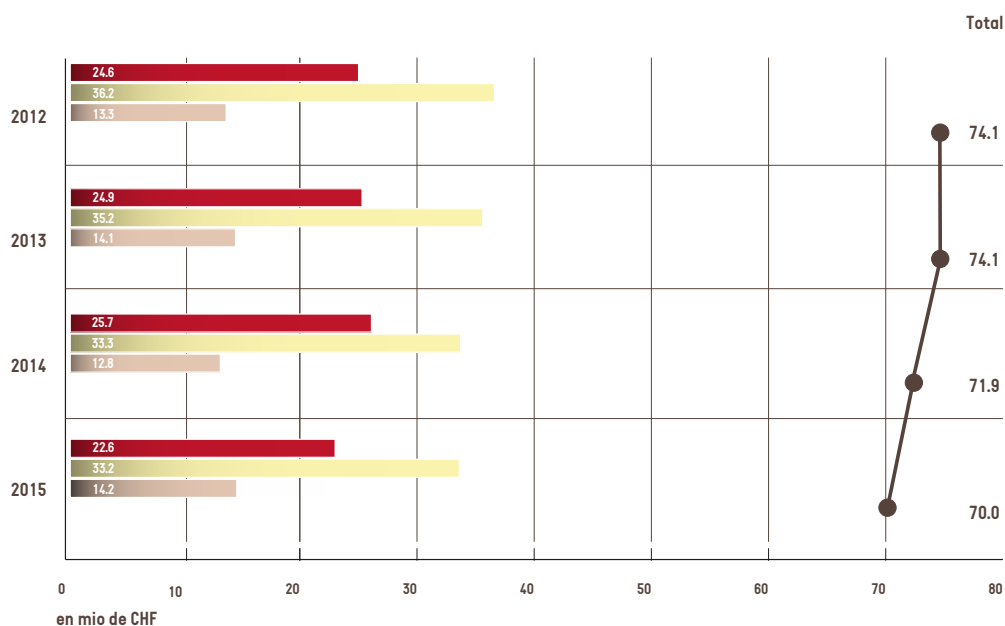


Fig. 1.12 Variation du revenu des ventes de vins AOC suisses en grande distribution au 3^e trimestre 2015

● Rouge ● Blanc ● Rosé ● Total

La baisse du volume des ventes de vins AOC suisses de 3.2% n'ayant pu être compensée par l'augmentation du prix moyen de 0.7%, le revenu généré par la vente de vins AOC suisses en grande surface a baissé de 2.5% ou de 1.9 millions de francs suisses au 3^e trimestre 2015 par rapport aux résultats observés à la même période de l'année précédente.

Ce niveau global de revenu baisse pour la 3^e année consécutive. En comparaison annuelle, le revenu des vins rosés est pourtant le plus élevé des 3 dernières années (+11.1%) par rapport au 3^e trimestre 2014 et celui des vins blancs est stable (-0.1 million de francs suisses). Dans les faits, c'est le revenu généré par la vente de vins rouges qui pèjorent fortement les résultats (-12.2% ou -3.1 millions de francs suisses).

LA RÉGION DES 3 LACS – GRANDE GAGNANTE AU 3^E TRIMESTRE 2015

Régions	Rouge			Blanc			Rosé			Total		
	en litre	Prix	CAF	en litre	Prix	CAF	en litre	Prix	CAF	en litre	Prix	CAF
Valais	-15.6%	2.8%	-13.2%	-2.5%	2.0%	-0.6%	10.8%	1.7%	12.7%	-3.1%	0.8%	-2.3%
Vaud	-6.7%	1.7%	-5.0%	1.6%	-1.2%	0.5%	2.0%	9.1%	11.3%	0.7%	-0.5%	0.2%
Suisse alémanique	-12.8%	1.7%	-11.3%	3.5%	4.0%	7.7%	-6.6%	3.4%	-3.5%	-8.2%	2.3%	-6.0%
Genève	-23.7%	2.3%	-22.0%	-32.2%	11.9%	-24.1%	-26.8%	11.9%	-18.1%	-27.4%	8.7%	-21.1%
Tessin	-14.7%	1.0%	-13.8%	-10.9%	0.4%	-10.5%	-23.4%	3.5%	-20.7%	-13.7%	0.9%	-13.0%
3 Lacs	15.3%	-3.3%	11.5%	14.4%	1.5%	16.1%	32.3%	2.0%	35.0%	23.5%	1.3%	25.2%
Total	-14.1%	2.3%	-12.2%	-0.6%	0.3%	-0.3%	7.5%	3.4%	11.1%	-3.2%	0.7%	-2.5%

Fig. 1.13 Variation du revenu des ventes de vins suisses en grande surface au 3^e trimestre 2015 par région vitivinicole

Au niveau régional, la région des 3 Lacs (+25.2%) et le Canton de Vaud (0.2%) sont les 2 seules régions vitivinicoles suisses, où le revenu des ventes au 3^e trimestre 2015 est supérieur à celui de l'année précédente. Les régions les plus affectées par la baisse des ventes réalisées en grande distribution sont celles de Genève (-21.1%) et du Tessin (-13.0%).

La belle progression des revenus des ventes de vins rosés du Valais a permis de compenser la forte baisse de celle de ses vins rouges.

Compte tenu des effets du franc fort qui stimulent le tourisme d'achat et des faibles quantités disponibles en grande surface qui exercent une pression à la hausse sur les prix, le consommateur est particulièrement sensible aux variations de prix à la hausse comme à la baisse.

Ce phénomène est particulièrement marqué pour l'achat de vin rouge caractérisé par une forte élasticité-prix dans l'ensemble des régions vitivinicoles de production.

Régions	Rouge	Blanc	Rosé
Valais	-5.58	-1.27	6.42
Vaud	-3.86	-1.41	0.22
Suisse alémanique	-7.48	0.86	-1.97
Genève	-10.42	-2.71	-2.25
Tessin	-14.05	-25.11	-6.63
3 Lacs	-4.65	9.81	15.82

Fig. 1.14 Elasticité-prix par région vitivinicole au 3^e trimestre 2015

En ce qui concerne le vin blanc, l'élasticité-prix reste élevée dans les principales régions de production, mais à un degré moindre.

L'élasticité-prix du vin blanc AOC vaudois est particulièrement favorable, la baisse de prix (-1.2%) entraînant une augmentation supérieure des ventes (1.6%).

D'autre part l'élasticité-prix du rosé est plutôt élevée au 3^e trimestre 2015. Dans le cas du Valais et de la région des 3 Lacs, l'augmentation des prix est globalement dépassée par celle des volumes.

SPÉCIAL ÉTÉ

LES EFFETS DE LA CANICULE SUR LES VENTES DE VIN AOC SUISSES

L'étude ci-dessous tente d'identifier empiriquement la corrélation entre les variations thermiques estivales et l'évolution des ventes de vins suisses par couleur en grande surface. Pour ce faire, l'analyse se concentre sur les 4 périodes de 4 semaines statistiquement les plus chaudes de l'année, soit du 15 juin au 04 octobre.

Les ventes de vins correspondant aux blocs de données statistiques fournies par Nielsen sont mises en relation avec les températures mesurées par MétéoSuisse dans différentes stations: Sion (vins rosés), Zurich (vins rouges) et Changins (vins blancs).¹

Au niveau des vins rosés, le volume de vente mesuré pendant les 4 périodes sous revue est largement supérieur à la moyenne, lorsque la température se situe également au-dessus de la norme. Ce fut le cas notamment en 2013 et en 2015 (voir fig. 1.15).

A plus forte raison, des températures estivales plutôt basses freinent la vente de vins rosés plus particulièrement.

Dans chacune des 4 années considérées, le volume de vente de vins rosés est le plus élevé en période 8 (13 juillet au 09 août), indépendamment de la température enregistrée. A température égale, le volume de vente de la période 7 (15 juin au 12 juillet) fut par exemple en Valais 17.8% inférieur à celui enregistré en période de vacances.

Ce constat vérifiable sur les 4 années sous revue laisserait sous-entendre que l'achat de vin rosé est plus lié à la période, en l'occurrence de vacances, et donc aux habitudes de consommation, qu'à la variation de la température estivale.

¹ Les 12 observations par année (températures moyennes) ont été transformées en 13 périodes avec une méthode d'extrapolation mathématique, afin de pouvoir les comparer aux volumes (voir Fig. 1.15).

Année	Période 7 15 juin au 12 juil.	Période 8 13 juil. au 9 août	Période 9 10 août au 6 sept.	Période 10 7 sept. au 4 oct.
2012	20.2	20.8	19.2	14.6
2013	20.3	21.3	18.9	15.2
2014	19.6	18.9	17.8	15.7
2015	22.5	22.5	18.6	13.6

Fig. 1.15 Températures estivales Sion (Valais)

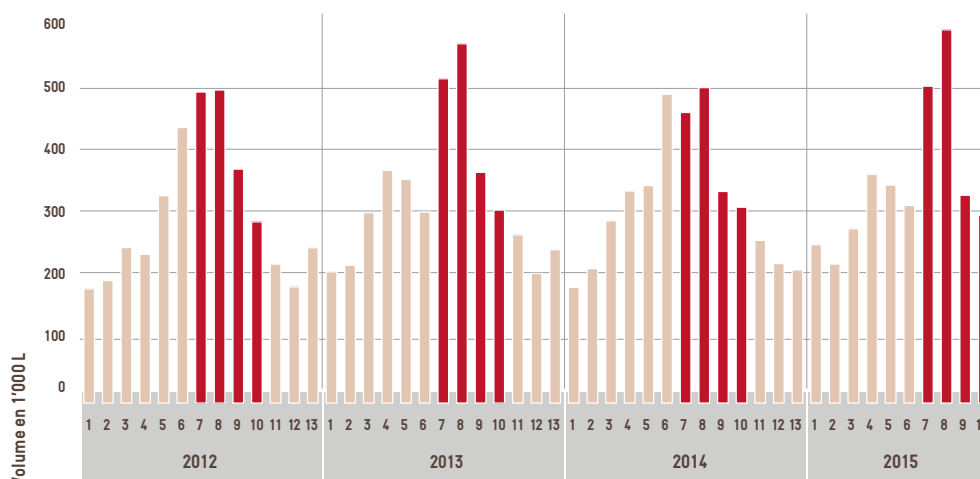


Fig. 1.16 Corrélation entre ventes de vins rosés AOC suisses et températures estivales

Au niveau du vin rouge, le volume de vente de vins AOC suisses a été particulièrement faible en période de vacances en 2015 (-25.5% par rapport à la moyenne des 3 dernières années), alors que la ville de Zurich a affiché une température de 4.3 degrés pourtant supérieure à la moyenne à la même période de l'année précédente.

Les records de température enregistrés pendant la période du 15 juin au 12 juillet 2015, n'ont par contre pas impacté la vente de vins rouges suisses.

Même si les conditions météorologiques semblent jouer un rôle sur la vente de vins rouges en grande distribution, son impact semble se confondre avec les autres effets détaillés dans ce rapport.

Comme pour le vin rosé, les ventes de vins rouges semblent plutôt varier en fonction des habitudes d'achat, consommation et achat étant dans le cas du vin rouge des actes plutôt séparés.

Année	Période 7 15 juin au 12 juil.	Période 8 13 juil. au 9 août	Période 9 10 août au 6 sept.	Période 10 7 sept. au 4 oct.
2012	17.7	18.7	17.4	12.9
2013	18.7	19.8	17.2	13.7
2014	17.8	17.0	15.9	14.4
2015	20.3	21.3	17.6	12.0

Fig. 1.17 Températures estivales Zurich

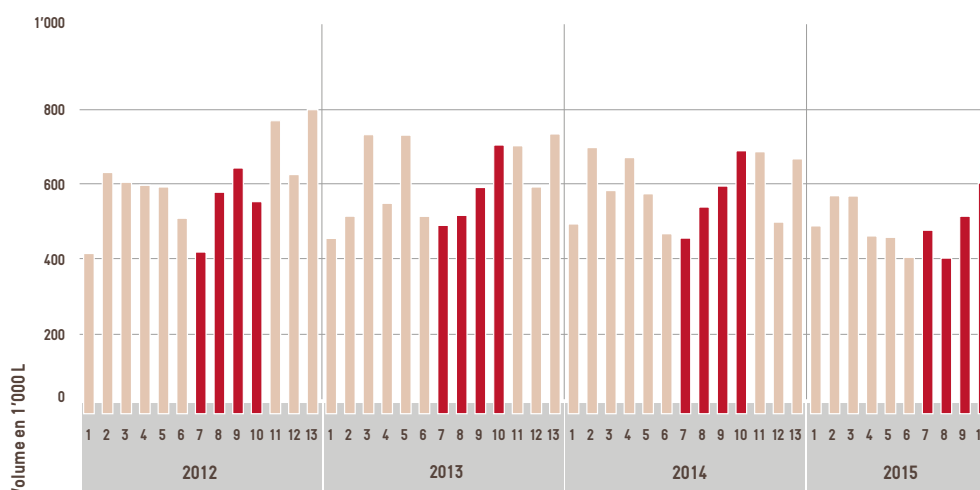


Fig. 1.18 Corrélation entre ventes de vins rouges AOC suisses et températures estivales

En ce qui concerne l'évolution des ventes de vins blancs AOC suisses en 2015, le volume de vente s'est avéré extrêmement stable en début d'été. Les fortes chaleurs du 15 juin au 12 juillet semblent avoir eu aucun effet sur le volume des ventes extrêmement stable en comparaison aux températures relevées à la même période de l'année précédente, pourtant plus fraîche de 3,5° en moyenne.

En comparaison annuelle, les ventes de vins blancs AOC suisses ont par contre chuté en période de vacances (13 juillet - 09 août), où la température enregistrée à Changins affichait 4,3° de plus en moyenne qu'à la même période de l'année dernière.

Cette constatation est toutefois contredite par le résultat des ventes en période 7 de l'année 2012, où le volume des ventes fut plus élevé que celui observé en 2015 en dépit d'une température moyenne inférieure (18,9° en 2012 contre 21,8° en 2015).

Comme pour les vins rouges et rosés, le lien entre variation thermique et variation du volume des ventes en grande surface est difficile à établir pour les vins blancs. Les habitudes d'achat et l'existence d'actions promotionnelles semblent jouer un rôle plus fort que les conditions météorologiques, même exceptionnelles, comme ce fut le cas en 2015. Tout au plus provoquent-elles un transfert partiel d'achat de vins blancs vers les vins rosés ou les vins mousseux.

Année	Période 7 15 juin au 12 juil.	Période 8 13 juil. au 9 août	Période 9 10 août au 6 sept.	Période 10 7 sept. au 4 oct.
2012	18.9	20.0	18.6	14.2
2013	19.3	20.6	18.2	14.7
2014	18.3	17.8	17.0	15.4
2015	21.8	22.1	18.1	13.4

Fig. 1.19 Températures estivales Changins (Vaud)

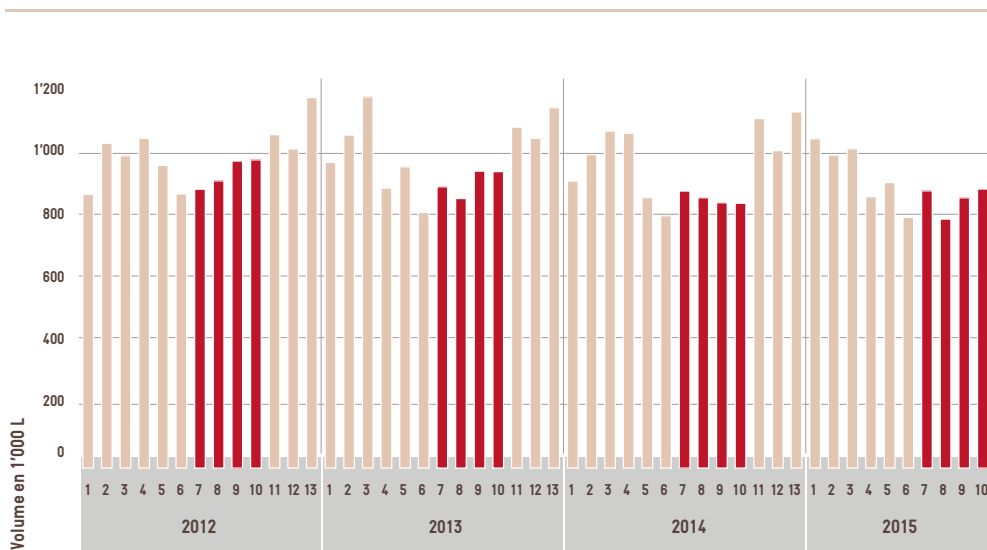


Fig. 1.20 Corrélation entre ventes de vins blancs AOC suisses et températures estivales





MARCHÉS RÉGIONAUX DES VINS SUISSES

VINS DU VALAIS

REPLI DES VENTES DE 3.1 % EN GRANDE SURFACE AU 3^E TRIMESTRE 2015 EN COMPARAISON ANNUELLE

Selon les données fournies par Nielsen, la grande distribution a vendu un total de 30'760 hl de vins AOC valaisans au 3^e trimestre 2015.

Pour la 1^{re} fois en 3 ans, ce sont les ventes de vins rosés (36.2%) qui ont été les plus élevées au 3^e trimestre 2015, suivie des ventes de vins rouges (32.1%) et de vins blancs (31.6%).

En rythme annuel, la baisse de volume de 3.1% correspond à celle enregistrée à l'échelle nationale (3.2%). Elle s'explique toujours et encore par la chute sévère des ventes de vins rouges de 15.6% qui passe sous la barre symbolique des 10'000 hl en raison de la faiblesse des quantités disponibles et par une météo peu favorable à la consommation de vins rouges.

Pour la 2^e année consécutive, la vente de vins blancs recule au 3^e trimestre 2015 (2.5%) atteignant le score le plus faible des 3 dernières années.

Le volume de vins rosés AOC valaisans retrouve son niveau du 3^e trimestre 2013 grâce à l'augmentation des ventes de 10.8%, supérieure à la moyenne suisse (7.5%) et qui contrebalance la baisse de 11.1% enregistrée l'année précédente.

	3 ^E TRIM. 2013	3 ^E TRIM. 2014	3 ^E TRIM. 2015
Rouge	1'149	1'170 ▲ 1.8%	987 ▼ -15.6%
Blanc	1'035	999 ▼ -3.5%	973 ▼ -2.5%
Rosé	1'132	1'006 ▼ -11.1%	1'115 ▲ 10.8%
Total	3'316	3'175 ▼ -4.3%	3'076 ▼ -3.1%

Fig. 2.1.1 Vin AOC Valais - Grande distribution
Volume de vente (1'000L) par trimestre

Comparé aux résultats du 2^e trimestre 2015, le volume total des ventes de vins AOC valaisans augmente toutefois de 8% grâce à une reprise des ventes de vins rouges (12.8%) et à la progression saisonnière des vins rosés (17.2%).

Malgré la bonne tenue du Fendant (-0.3%) la vente de vins blancs AOC valaisans, traditionnellement plus faible au 3^e trimestre, a reculé de 4.6% en raison du manque de disponibilité du Johannisberg et de certaines spécialités.

AUGMENTATION DES VENTES DE VINS ROSÉS AOC VALAISANS DE 10.8 % AU 3^E TRIMESTRE 2015

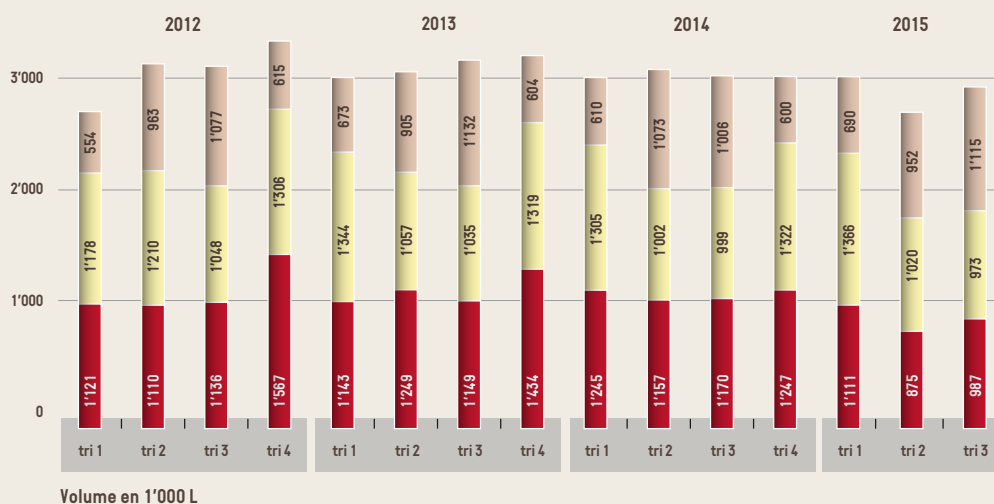


Fig. 2.1.2 Vin AOC Valais - Grande distribution - Volume de vente (1'000L) par trimestre - ● Rouge ○ Blanc ○ Rosé

Trimestre	Rouge	Blanc	Rosé	Total
Tri 3 2014 - Tri 3 2015	-15.6%	-2.5%	10.8%	-3.1%
Tri 2 2015 - Tri 3 2015	12.8%	-4.6%	17.2%	8.0%

Fig. 2.1.3 Vin AOC Valais - Grande distribution - Variation du volume de vente (1'000L) par trimestre - ● Rouge ○ Blanc ○ Rosé

FAIBLE AUGMENTATION DU PRIX MOYEN GLOBAL PONDÉRÉ EN DÉPIT DU NIVEAU RECORD DES PRIX PAR COULEUR

		ROUGE		BLANC		ROSÉ	
2012	Jan. - Mars		12.32		11.53		10.18
	Avr. - Juin		12.35		10.77		9.25
	Jul. - Sept.		12.39		11.81		9.42
	Oct. - Déc.		12.03		11.68		9.73
	Moyenne		12.25		11.44		9.58
2013	Jan. - Mars		12.79		11.31		9.49
	Avr. - Juin		11.62		11.63		9.45
	Jul. - Sept.		12.29		11.75		9.31
	Oct. - Déc.		12.87		11.69		9.65
	Moyenne		12.41		11.58		9.45
2014	Jan. - Mars		12.68		11.25		9.78
	Avr. - Juin		12.24		12.10		9.14
	Jul. - Sept.		12.70		11.76		9.42
	Oct. - Déc.		13.29		11.65		9.77
	Moyenne		12.74		11.66		9.46
2015	Jan. - Mars		13.26		11.39		9.64
	Avr. - Juin		13.31		11.81		9.52
	Jul. - Sept.		13.06		11.99		9.58

Fig. 2.1.4 Vin AOC Valais - Grande distribution - Prix moyen [CHF/L] par trimestre - ● Rouge ● Blanc ● Rosé

Compte tenu de l'augmentation des ventes de vins rosés aux dépens des vins rouges plus onéreux, le prix moyen pondéré par litre au 3^e trimestre 2015 a augmenté de manière moins forte que le prix des vins par couleur par rapport au même trimestre de l'année précédente. Reflet de la baisse des quantités disponibles, le prix moyen du vin rouge par litre de CHF 13.06 au 3^e trimestre 2015 est supérieur de 36 centimes par rapport au prix moyen relevé lors du 3^e trimestre 2014.

Le prix moyen du vin blanc AOC valaisan par litre a frôlé les CHF 12.- au 3^e trimestre 2015. Il a connu une progression supérieure à la moyenne suisse (2% contre 0.3%) en réaction à

la rareté de l'offre et a permis de réduire partiellement la chute des revenus suite à la baisse des volumes.

Malgré la hausse du volume des ventes de vins rosés, son niveau de prix moyen a augmenté de 1.7% en lien avec la progression plus forte du Pinot Noir rosé au sein de la gamme des vins rosés.

L'évolution à la baisse du prix moyen par litre des vins AOC valaisans au 3^e trimestre 2015 par rapport au trimestre précédent s'explique principalement par la diminution du prix moyen du vin rouge et par la part plus élevée du vin rosé dans le calcul du prix moyen pondéré.

Trimestre	Rouge	Blanc	Rosé	Total
Tri 3 2014 - Tri 3 2015	2.8%	2.0%	1.7%	0.8%
Tri 2 2015 - Tri 3 2015	-1.9%	1.5%	0.6%	-0.4%

Fig. 2.1.5 Vin AOC Valais - Grande distribution - Variation du prix moyen [CHF/L] par trimestre

Meilleures ventes de vins rouges (75cl) ¹	Btl 3 ^e trimestre 2015	Variation nb btl tri 14-15	Part de marché 3 ^e trimestre		Prix 3 ^e trimestre		Δ stock 2013-2014 ²
			2015	2014	2015	2014	
Dôle rouge AOC Valais	722'473	-13.6 %	54.9 %	[53.6 %]	8.37	[8.28]	-12 %
Pinot Noir rouge AOC Valais	225'481	-29.8 %	17.1 %	[20.6 %]	10.00	[9.41]	-12 %
Humagne Rouge AOC Valais	135'694	-26.6 %	10.3 %	[11.9 %]	11.63	[10.98]	
Cornalin AOC Valais	87'081	0.5 %	6.6 %	[5.6 %]	12.67	[12.53]	
Syrah AOC Valais	72'016	32.1 %	5.5 %	[3.5 %]	11.29	[13.23]	4 %
Assemblage rouge AOC Valais	61'030	-7.0 %	4.6 %	[4.2 %]	15.21	[14.43]	
Total meilleures ventes	1'303'774	-15.9 %	99.0 %	[99.4 %]			
Total vins rouges AOC VS (OSMV, Rapport n°4)	1'316'413	-15.6 %					-1.8 % (18.5 mois) ³

Meilleures ventes de vins blancs (75cl) ¹	Btl 3 ^e trimestre 2015	Variation nb btl tri 14-15	Part de marché 3 ^e trimestre		Prix 3 ^e trimestre		Δ stock 2013-2014 ²
			2015	2014	2015	2014	
Fendant AOC Valais	894'081	-0.3 %	68.9 %	[67.3 %]	6.96	[6.81]	-18 %
Johannisberg AOC Valais	134'217	-10.8 %	10.3 %	[11.3 %]	12.01	[11.09]	-4 %
Petite Arvine AOC Valais	119'209	-14.9 %	9.2 %	[10.5 %]	13.83	[13.52]	
Heida/Païen AOC Valais	88'842	18.4 %	6.8 %	[5.6 %]	14.31	[14.13]	
Pinot Gris AOC Valais	25'762	-20.8 %	2.0 %	[2.4 %]	11.99	[11.19]	-7 %
Amigne AOC Valais	14'847	-17.8 %	1.1 %	[1.4 %]	18.65	[18.57]	
Total meilleures ventes	1'276'957	-2.7 %	98.4 %	[98.6 %]			
Total vins blancs VS (OSMV, Rapport n°4)	1'297'751	-2.5 %					-15 % (15.3 mois) ³

Meilleures ventes de vins rosés (75cl) ¹	Btl 3 ^e trimestre 2015	Variation nb btl tri 14-15	Part de marché 3 ^e trimestre		Prix 3 ^e trimestre		Δ stock 2013-2014 ²
			2015	2014	2015	2014	
Pinot noir rosé AOC Valais	769'263	16.2 %	51.7 %	[49.4 %]	7.34	[7.17]	-12 %
Dôle blanche AOC Valais	709'872	5.6 %	47.7 %	[50.1 %]	7.00	[6.94]	-8 %
Total meilleures ventes	1'479'135	10.8 %	99.5 %	[99.5 %]			
Total rosés VS (OSMV, Rapport n°4)	1'487'155	10.8 %					-1.8 % (18.5 mois) ³

¹ Par mesure de simplification, tout le volume de vins vendu a été transformé en bouteille de 75 cl. Il faut toutefois être conscient qu'un certain nombre de bouteilles sont produites dans un autre format (70 cl ou 37,5 cl par exemple).

² Source: Service de la consommation et des affaires vétérinaires du canton du Valais, statistique des vins au 31 décembre 2014

³ Source: OFAG, année viticole 2014, différence de stock 2013 - 2014 et couverture de stock sur la base de la consommation de l'année 2014

Fig. 2.1.6 Meilleures ventes vins AOC valaisans au 3^e trimestre 2015

Globalement, le volume des 6 AOC représentant les meilleures ventes de vins rouges AOC valaisans chute de 15,9%. Les vins rouges traditionnels et les spécialités rouges AOC valaisannes connaissent des fortunes diverses au 3^e trimestre 2015.

Compte tenu de la faible disponibilité de Dôle rouge et de Pinot Noir sur les marchés, le nombre de bouteilles vendues au 3^e trimestre 2015 chute de 13,6%, respectivement de 29,8%, confirmant en cela le niveau de baisse enregistré lors du 1^{er} semestre 2015.

Le prix unitaire moyen de la Dôle rouge augmente de 9 centimes, celui du Pinot Noir de CHF 0.59. Parmi les spécialités valaisannes, seule la Syrah tire son épingle du jeu avec une augmentation des ventes de près de 32,1% aux dépens toutefois du prix, tandis que la vente d'Humagne rouge régresse fortement (-26,6%).

Globalement, le volume des vins blancs AOC valaisans les plus vendus baisse de 2,7% au

3^e trimestre 2015. Le Fendant, qui représente près de 69% des ventes de vins blancs AOC valaisans en grande distribution, réalise le meilleur résultat des vins blancs traditionnels (-0,3%) en dépit d'une baisse massive de ses stocks (-18%).

La vente de Johannisberg qui avait fortement progressé lors du 1^{er} semestre 2015 a connu un coup d'arrêt (-10,8%).

La baisse des quantités disponibles de spécialités blanches AOC étant relativement forte (-7%), seul le volume de vente de Heida/Païen AOC continue de progresser. A l'opposé, la Petite Arvine et l'Amigne voient leur volume de vente chuter de 20,8%, respectivement de 17,8%.

Le prix moyen et le volume de vente des vins rosés augmentent conjointement au 3^e trimestre 2015 en dépit de la baisse globale des quantités disponibles.

«Pour ce troisième trimestre 2015, le fait le plus remarquable est l'augmentation des ventes de rosés valaisans. Cette belle progression est le fait bien sûr d'une météo propice à la consommation mais aussi d'une volonté marquée de la grande distribution de soutenir les ventes d'un produit qui a clairement dépassé le phénomène de mode.»

VINS VAUDOIS

LÉGÈRE HAUSSE DU VOLUME DES VENTES DE 0.7 % AU 30 SEPTEMBRE 2015

Selon les données fournies par Nielsen, la grande distribution a écoulé un total de 18'190 hl de vins AOC vaudois au cours du 3^e trimestre 2015.

Le volume de vins vaudois en grande surface a augmenté de 0.7% par rapport au 3^e trimestre 2014, atteignant ainsi un niveau de progression largement supérieur à la moyenne suisse (-3.2%).

Cet excellent résultat est essentiellement imputable à la hausse du volume des ventes de vins blancs et plus particulièrement de vins de La Côte qui progresse de 15.9% par rapport aux chiffres relevés lors du même trimestre un an plus tôt.

Compte tenu des difficultés rencontrées dans les vignobles du Lavaux et du Chablais, le volume global des ventes des vins blancs reste toutefois largement en-dessous du niveau atteint au cours du 3^e trimestre 2013.

Les ventes de vins rosés progressent de 2% et reviennent au niveau de 2013.

	3 ^e TRIM. 2013	3 ^e TRIM. 2014	3 ^e TRIM. 2015
Rouge	227	211 ▼ -6.8%	197 ▼ -6.7%
Blanc	1'665	1'507 ▼ -9.5%	1'531 ▲ 1.6%
Rosé	92	89 ▼ -2.8%	91 ▲ 2.1%
Total	1'984	1'807 ▼ -8.9%	1'819 ▲ 0.7%

Fig. 2.2.1 Vin AOC Vaud - Grande distribution
Volume de vente [1'000L] par trimestre

Le volume de vins rouges AOC vaudois vendus passe sous la barrière symbolique des 2'000 hl. Il continue sa chute amorcée au début de l'année 2015 en raison de la baisse des quantités disponibles observées dans la région du Lavaux et du Chablais.

Comparés aux résultats du 2^e trimestre 2015, le volume global des ventes augmente de 1.1% grâce à la progression spectaculaire des vins rosés pendant l'été (45.3%).

RÉSULTATS LARGEMENT EN DESSUS DE LA MOYENNE SUISSE AU 30 SEPTEMBRE 2015

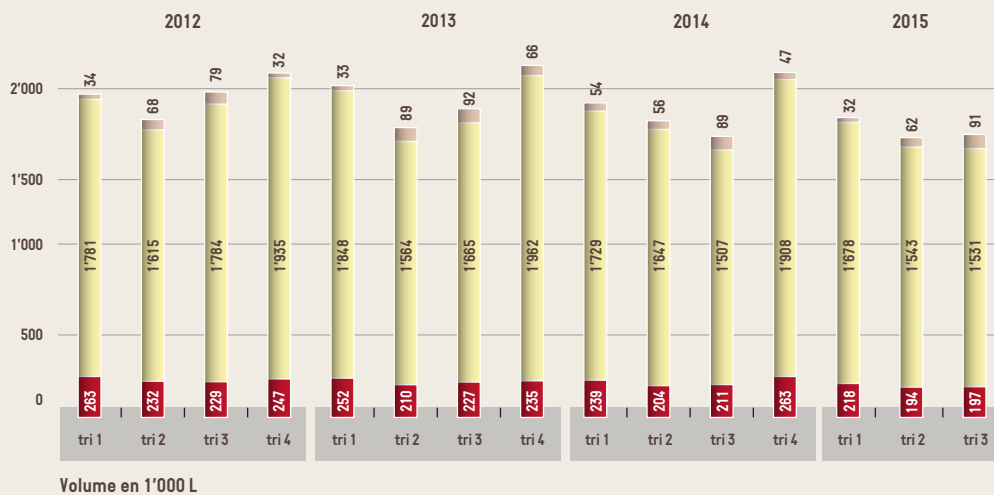


Fig. 2.2.2 Vin AOC Vaud - Grande distribution - Volume de vente [1'000L] par trimestre - ● Rouge ○ Blanc ○ Rosé

Trimestre	Rouge	Blanc	Rosé	Total
Tri 3 2014 - Tri 3 2015	-6.7%	1.6%	2.0%	0.7%
Tri 2 2015 - Tri 3 2015	1.9%	-0.7%	45.3%	1.1%

Fig. 2.2.3 Vin AOC Vaud - Grande distribution - Variation du volume de vente [1'000L] par trimestre - ● Rouge ○ Blanc ○ Rosé

VAUD – SEULE RÉGION OÙ LE PRIX MOYEN PAR LITRE BAISSÉ AU 3^E TRIMESTRE 2015

		ROUGE		BLANC		ROSÉ	
2012	Jan. - Mars		10.49		11.34		10.40
	Avr. - Juin		11.00		11.50		10.21
	Jul. - Sept.		11.11		11.30		9.88
	Oct. - Déc.		11.56		11.46		11.02
	Moyenne		11.03		11.40		10.24
2013	Jan. - Mars		10.94		11.17		10.44
	Avr. - Juin		11.39		11.74		8.59
	Jul. - Sept.		11.07		11.48		10.04
	Oct. - Déc.		11.65		11.37		8.32
	Moyenne		11.26		11.43		9.22
2014	Jan. - Mars		11.90		10.95		9.34
	Avr. - Juin		12.40		11.43		10.39
	Jul. - Sept.		12.25		11.63		9.08
	Oct. - Déc.		11.70		11.69		9.55
	Moyenne		12.04		11.42		9.52
2015	Jan. - Mars		12.38		11.48		10.73
	Avr. - Juin		12.72		11.38		11.55
	Jul. - Sept.		12.46		11.49		9.90

Fig. 2.2.4. Vin AOC Vaud - Grande distribution - Prix moyen [CHF/L] par trimestre - ● Rouge ○ Blanc ○ Rosé

Le Canton de Vaud est la seule région vitivinicole suisse où le prix moyen global par litre diminue au 3^e trimestre 2015 (-0,5%).

Cette baisse du prix moyen s'explique par celle du prix moyen des vins blancs dont la part est prépondérante dans la pondération. Le prix du vin blanc vaudois est en effet le seul qui baisse à l'échelle suisse (-1,2%) grâce aux fortes quantités disponibles de vins AOC de La Côte. Il revient au niveau affiché au 3^e trimestre 2013.

A l'opposé, le prix moyen du vin rouge AOC vaudois continue sa progression à la hausse à

un niveau toutefois inférieur à la moyenne suisse (1,7% contre 2,3%).

Le prix moyen du vin rosé vaudois a fortement progressé (9,1%) malgré l'augmentation du volume (2,0%), ce qui sous-entend une hausse des ventes dans des catégories de rosé de gamme de prix supérieure.

En rythme trimestriel, l'évolution est tout autre. Le prix moyen global est plutôt stable (-0,1%), l'augmentation du prix du vin blanc (1%) compensant la forte baisse du prix du vin rosé (-14,3%) et celle du prix du vin rouge (-2,1%).

Trimestre	Rouge	Blanc	Rosé	Total
Tri 3 2014 - Tri 3 2015	1.7%	-1.2%	9.1%	-0.5%
Tri 2 2015 - Tri 3 2015	-2.1%	1.0%	-14.3%	-0.1%

Fig. 2.2.5 Vin AOC Vaud - Grande distribution - 2014 Variation du prix moyen [CHF/L] par trimestre

Meilleures ventes de vins rouges (75cl) ¹	Btl 3 ^e trimestre 2015	Variation nb btl tri 14-15	Part de marché 3 ^e trimestre		Prix 3 ^e trimestre		Δ stock 2013-2014 ²
			2015	2014	2015	2014	
Rouge AOC La Côte	95'525	8.4 %	36.5 %	[31.3 %]	8.82	[8.86]	2 %
Rouge AOC Chablais	19'487	-15.8 %	7.2 %	[8.2 %]	16.44	[14.97]	-9 %
Rouge AOC Lavaux	13'784	-11.9 %	5.3 %	[5.6 %]	15.39	[15.62]	-8 %
Autres Rouges VD ³	134'118	-13.3 %	51.0 %	[54.9 %]	8.07	[7.86]	n/d
Total meilleures ventes ⁴	262'915	-6.7 %	100.0 %	[100.0 %]			
Total rouges AOC VD (OSMV, Rapport n°4)	262'915	-6.7 %					4.3 % (25 mois) ⁵

Meilleures ventes de vins blancs (75cl) ¹	Btl 3 ^e trimestre 2015	Variation nb btl tri 14-15	Part de marché 3 ^e trimestre		Prix 3 ^e trimestre		Δ stock 2013-2014 ²
			2015	2014	2015	2014	
Blanc AOC La Côte	1'382'175	15.9 %	67.7 %	[59.3 %]	6.72	[6.97]	2 %
Blanc AOC Lavaux	331'958	-16.9 %	16.3 %	[19.9 %]	10.78	[10.07]	-8 %
Blanc AOC Chablais	318'043	-21.3 %	15.6 %	[20.1 %]	14.56	[12.54]	-15 %
Autres Blancs AOC VD	9'514	-27.6 %	0.5 %	[0.7 %]	10.49	[8.79]	10 %
Total meilleures ventes	2'041'690	1.6 %	100.0 %	[100.0 %]			
Total blancs AOC VD (OSMV, Rapport n°4)	2'041'690	1.6 %					-2.3 % (19.8 mois) ⁵

¹ Par mesure de simplification, tout le volume de vins vendu a été transformé en bouteille de 75 cl. Il faut toutefois être conscient qu'un certain nombre de bouteilles sont produites dans un autre format (70 cl ou 37.5 cl par exemple).

² Source: Office cantonal de la viticulture et de la promotion, statistique des vins au 31 décembre 2014

³ Inclus les vins rouges de Bonvillars, des Côtes de l'Orbe et les autres appellations (Rouge vaudois, Salvagnin)

⁴ La base de données de Nielsen ne permet pas actuellement d'extraire les vins de Bonvillars et de la Côte d'Orbe

⁵ Source: OFAG, année viticole 2014, différence de stock 2013 - 2014 et durée du stock sur la base de la consommation de l'année 2014

Fig. 2.2.6 Meilleures ventes vins AOC vaudois au 3^e trimestre 2015

A l'exception de La Côte, toutes les autres régions productrices de vins rouges du Canton de Vaud subissent une baisse de volume des ventes non compensée par un ajustement des prix. Dans le cas des vins rouges AOC du Lavaux, la baisse des volumes s'accompagne même d'une baisse de prix.

Les vins rouges du Chablais accusent la plus forte baisse des volumes au 3^e trimestre (-15,8%) après une augmentation des ventes au 1^{er} semestre 2015.

Les vins blancs de La Côte continuent leur course en tête au niveau suisse avec une augmentation de volume de 15,9%. Au niveau vaudois, ils représentent plus de 2/3 des ventes de vins blancs. Il s'agit de la seule AOC vaudoise dont le volume des ventes a progressé au 3^e trimestre 2015.

La baisse du volume des ventes des vins blancs du Chablais (21,3%) a doublé par rapport à celle enregistrée au 1^{er} semestre 2015, tandis que celle du Lavaux a pu être réduite de 8,5%, passant à 16,9%.

«L'évolution négative des ventes des vins rouges n'est pas en relation avec les disponibilités vaudoises en général (hormis Lavaux). Le recul est vraisemblablement le résultat du tourisme d'achat plus marqué pour les vins rouges que les blancs et aussi du déficit de reconnaissance dans la partie alémanique des rouges vaudois. Un travail d'image doit être réalisé pour les vins rouges vaudois.»

André Fuchs - groupe de relecture

VINS DE SUISSE ALÉMANIQUE

BAISSE DES VENTES DES VINS SUISSES ALÉMANIQUES DE 8.2 % AU 3^E TRIMESTRE 2015 EN COMPARAISON ANNUELLE

Selon les données fournies par Nielsen, la grande distribution a écoulé un total de 3'750 hl de vins provenant de Suisse alémanique au 3^e trimestre 2015.

Ce volume de vente, qui diminue pour la 2^e année consécutive, recule de 8.2% par rapport au 3^e trimestre de l'année précédente et repasse sous la barre des 4'000 hl.

Cette baisse, largement supérieure à la moyenne suisse, s'explique par la chute de 12.8% du volume des vins rouges AOC élaborés en Suisse alémanique, la principale source de revenus avec 60.8% des ventes. Elle est plus particulièrement marquée pour les vins rouges de Schaffhouse (-20.1%).

Cette évolution négative confirme en cela le trend constaté au cours du 1^{er} semestre 2015 vers un abandon progressif des ventes de vins rouges en grande distribution au profit de la vente directe.

A l'opposé, les ventes de vins blancs continuent leur progression avec la plus forte augmentation enregistrée au 3^e trimestre au niveau suisse (3.5%). Cette hausse, la 2^e consé-

	3 ^E TRIM. 2013	3 ^E TRIM. 2014	3 ^E TRIM. 2015
Rouge	279	262 ▼ -6.2%	228 ▼ -12.8%
Blanc	84	96 ▲ 13.9%	99 ▲ 3.5%
Rosé	64	51 ▼ -20.9%	47 ▼ -6.6%
Total	428	409 ▼ -4.4%	375 ▼ -8.2%

Fig. 2.3.1 Vin AOC Suisse alémanique - Grande distribution
Volume de vente (1'000L) par trimestre

cutive (13.9% en 2014), s'explique principalement par celles des vins blancs AOC zurichois (6.1%).

Le volume de vins rosés est le plus faible des 3 dernières années malgré des quantités disponibles supérieures.

En comparaison trimestrielle, les résultats du 3^e trimestre 2015 marquent une reprise. Toutes les couleurs de vin affichent des volumes de vente entre 6 et 14% supérieurs à ceux du 2^e trimestre 2015 particulièrement faibles, il est vrai.

PROGRESSION SUR TOUTES LES COULEURS DE VIN AU 3^E TRIMESTRE 2015 PAR RAPPORT AU TRIMESTRE PRÉCÉDENT

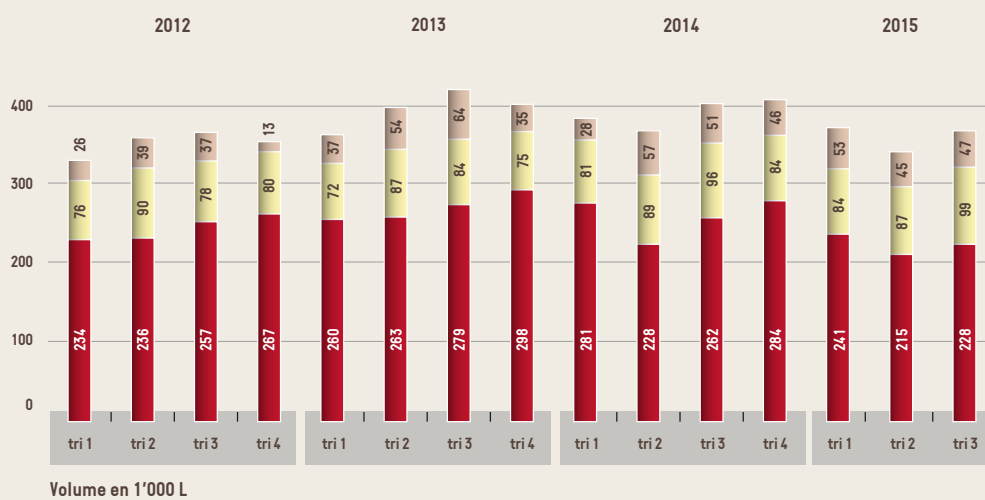


Fig. 2.3.2 Vin AOC Suisse alémanique - Grande distribution Volume de vente [1'000L] par trimestre - ● Rouge ○ Blanc ○ Rosé

Trimestre	Rouge	Blanc	Rosé	Total
Tri 3 2014 - Tri 3 2015	-12.8%	3.5%	-6.6%	-8.2%
Tri 2 2015 - Tri 3 2015	6.0%	14.6%	6.0%	8.2%

Fig. 2.3.3 Vin AOC Suisse alémanique - Grande distribution - Variation du volume de vente [1'000L] par trimestre

NIVEAU DE PRIX ÉLEVÉ AU 3^E TRIMESTRE 2015 FAUTE D' ACTIONS PROMOTIONNELLES EN SUFFISANCE

		ROUGE		BLANC		ROSÉ	
2012	Jan. - Mars		13.74		12.31		12.05
	Avr. - Juin		13.74		12.62		11.78
	Jul. - Sept.		13.68		13.31		12.28
	Oct. - Déc.		14.16		13.46		12.67
	Moyenne		13.84		12.92		12.10
2013	Jan. - Mars		13.66		13.24		11.89
	Avr. - Juin		13.59		13.55		11.58
	Jul. - Sept.		13.26		13.46		11.61
	Oct. - Déc.		13.41		13.71		11.68
	Moyenne		13.47		13.49		11.66
2014	Jan. - Mars		13.41		13.15		12.24
	Avr. - Juin		13.91		13.92		11.78
	Jul. - Sept.		13.85		13.26		11.89
	Oct. - Déc.		13.93		13.92		11.89
	Moyenne		13.76		13.56		11.91
2015	Jan. - Mars		14.19		13.83		11.52
	Avr. - Juin		14.10		14.37		12.46
	Jul. - Sept.		14.08		13.79		12.29

Fig. 2.3.4 Vin AOC Suisse alémanique - Grande distribution - Prix moyen [CHF/L] par trimestre - ● Rouge ○ Blanc ● Rosé

Le vin suisse alémanique ne faisant que peu l'objet d'offres promotionnelles de la part des grands distributeurs, le niveau de prix moyen par litre augmente en moyenne de 2,3% au 3^e trimestre 2015 par rapport au même trimestre de l'année précédente. Cette hausse des prix concerne toutes les couleurs de vin.

La comparaison du prix moyen semestriel par litre laisse apparaître une augmentation du prix moyen des vins rouges de 1,7%, qui reste toutefois inférieure à celle enregistrée au niveau suisse (2,3%).

En valeur absolue, le niveau de prix moyen du vin rouge suisse alémanique par litre au 3^e trimestre 2015 est le plus élevé jamais atteint

(CHF 14,08). Il est supérieur de 18 centimes par rapport au prix moyen du 3^e trimestre 2014.

La hausse moyenne des prix du vin blanc de Suisse alémanique est par contre supérieure à celle relevée à l'échelle nationale (4%).

Le prix moyen du vin rosé augmente de 3,4% au 3^e trimestre 2015 et retourne au niveau affiché en 2012.

La hausse du prix du vin blanc (4%) s'accompagne d'une augmentation de volume (3,5%), ce qui laisse supposer une hausse des ventes dans les segments de prix supérieurs.

En comparaison trimestrielle, la forte augmentation du volume des ventes explique la baisse des prix pour toutes les couleurs de vin.

Trimestre	Rouge	Blanc	Rosé	Total
Tri 3 2014 - Tri 3 2015	1.7%	4.0%	3.4%	2.3%
Tri 2 2015 - Tri 3 2015	-0.2%	-4.1%	-1.3%	-1.3%

Fig. 2.3.5 Vin AOC Suisse alémanique - Grande distribution - Variation du prix moyen [CHF/L] par trimestre

Meilleures ventes de vins rouges (75cl) ¹	Btl 3 ^e trimestre 2015	Variation nb btl tri 14-15	Part de marché 3 ^e trimestre		Prix 3 ^e trimestre		Δ stock 2013-2014 ²
			2015	2014	2015	2014	
Rouge AOC Schaffhausen	146'424	-20.1 %	48.1 %	[52.5 %]	8.67	[8.49]	1.7 %
Rouge AOC Graubünden	71'946	-9.3 %	23.6 %	[22.7 %]	14.41	[14.55]	-3.3 %
Rouge AOC Zurich	65'101	0.8 %	21.4 %	[18.5 %]	10.12	[10.20]	2.8 %
Rouge AOC Aargau	9'150	-21.9 %	3.0 %	[3.4 %]	11.92	[10.85]	-7.8 %
Total meilleures ventes	292'620	-13.7 %	96.1 %	[97.1 %]			
Total vins rouges AOC SA (OSMV, Rapport n°4)	304'590	-12.8 %					-1.1 % (16.3 mois) ³

Meilleures ventes de vins blancs (75cl) ¹	Btl 3 ^e trimestre 2015	Variation nb btl tri 14-15	Part de marché 3 ^e trimestre		Prix 3 ^e trimestre		Δ stock 2013-2014 ²
			2015	2014	2015	2014	
Blanc AOC Zurich	77'844	6.1 %	58.8 %	[57.4 %]	10.59	[10.27]	2.1 %
Blanc AOC Schaffhausen	34'383	-3.6 %	26.0 %	[27.9 %]	8.14	[7.69]	-5.4 %
Blanc AOC Graubünden	7'778	8.4 %	5.9 %	[5.6 %]	15.99	[16.04]	12.1 %
Blanc AOC Aargau	7'256	-0.4 %	5.5 %	[5.7 %]	10.39	[10.09]	-5.8 %
Total meilleures ventes	127'260	3.1 %	96.2 %	[96.6 %]			
Total vins blancs AOC SA (OSMV, Rapport n°4)	132'330	3.5 %					1.2 % (13.9 mois) ³

Meilleures ventes de vins rosés (75cl) ¹	Btl 3 ^e trimestre 2015	Variation nb btl tri 14-15	Part de marché 3 ^e trimestre		Prix 3 ^e trimestre		Δ stock 2013-2014 ²
			2015	2014	2015	2014	
Rosé AOC Zurich	48'458	6.9 %	76.6 %	[66.9 %]	9.48	[9.45]	1.3 %
Rosé AOC Schaffhausen	14'729	-34.1 %	23.3 %	[33.0 %]	8.33	[7.83]	6.3 %
Total meilleures ventes	63'186	-6.7 %	99.8 %	[99.9 %]			
Total vins rosés AOC SA (OSMV, Rapport n°4)	63'292	-6.6 %					1.1 % (16.3 mois) ³

¹ Par mesure de simplification, tout le volume de vins vendu a été transformé en bouteille de 75 cl. Il faut toutefois être conscient qu'un certain nombre de bouteilles sont produites dans un autre format (70 cl ou 37.5 cl par exemple).

² Source: OFAG, statistique des vins au 31 décembre 2014

³ Source: OFAG, année viticole 2014, différence de stock 2013 - 2014 et couverture de stock sur la base de la consommation de l'année 2014

Fig. 2.3.6 Meilleures ventes de vins AOC suisses alémaniques au 3^e trimestre 2015

Compte tenu des faibles volumes en présence, les résultats globaux par couleur de vin sont fortement influencés par l'évolution des régions leaders. C'est le cas également au niveau de la variation du prix moyen.

La comparaison des meilleures ventes de vins AOC provenant de Suisse alémanique laisse entrevoir de grosses différences entre les régions d'origine.

Tandis que le volume de vente de vins zurichois progresse pour toutes les couleurs, le niveau de ventes des vins schaffhousois et argoviens connaît un développement inverse.

Dans le cas des Grisons, l'évolution des ventes de vin par couleur suit celle des quantités disponibles.

„Die Tendenz der beiden ersten Perioden geht auch im dritten Quartal weiter.

Erfreulich entwickeln sich nur die Weissweine, sowohl bei der Menge wie auch im Preis.

Bei den Rotweinen ist einzig die Region Zürich, welche mit den Absatzzahlen zufrieden sein kann. Graubünden liegt im Rahmen der verfügbaren Mengen.

Die vielen positiven Pressemeldungen aus dem Schaffhauser Blauburgunderland sind vom Konsument der im GVT einkauft, anscheinend nicht wahrgenommen worden.“

Thomas Wettach - groupe de relecture

VINS DE GENÈVE

LE VOLUME DE VENTE DE VINS AOC GENEVOIS EN GRANDE SURFACE RECULE AU NIVEAU DE 2013

Comme déjà relevé dans les précédents rapports de l'OSMV, les vins genevois semblent marquer le pas en 2015 par rapport aux excellents résultats enregistrés en 2014.

Selon les données fournies par Nielsen, la grande distribution a écoulé un volume de 1'440 hl de vins AOC genevois au 3^e trimestre 2015, dont 50% de vins rosés. La baisse du volume des ventes est estimée à 27.4% par rapport aux chiffres record du 3^e trimestre de l'année précédente. Le niveau atteint au total et par couleur est toutefois comparable à celui relevé au 3^e trimestre 2013.

Cette baisse concerne toutes les couleurs de vin. Elle est particulièrement forte pour les vins blancs (32.2%), dont la couverture de stock n'équivaut qu'à un peu plus de 9 mois de consommation (voir Fig. 2.4.6).

La chute du volume de ventes des vins rosés genevois de 26.8% est imputable également à la diminution des quantités mises à disposition des grandes surfaces et de la faible couverture de stock en général au début de l'année 2015 (12.7 mois de consommation).

	3 ^e TRIM. 2013	3 ^e TRIM. 2014	3 ^e TRIM. 2015
Rouge	38	50 ▲ 31.6%	38 ▼ -23.7%
Blanc	34	50 ▲ 45.9%	34 ▼ -32.2%
Rosé	77	98 ▲ 28.0%	72 ▼ -26.8%
Total	149	198 ▲ 33.0%	144 ▼ -27.4%

Fig. 2.4.1 Vin AOC Genève - Grande distribution
Volume de vente [1'000L] par trimestre

La baisse des ventes de vins rouges s'inscrit dans la logique d'une baisse des quantités disponibles rendant toutes actions promotionnelles plus problématiques.

En comparaison trimestrielle, les résultats du 3^e trimestre 2015 affichent toutefois une progression de 2.7% grâce à l'augmentation des ventes de vins rosés pendant l'été. Tandis que les ventes de vins rouges genevois sont restées stables, celles des vins blancs ont continué leur évolution à la baisse.

AUGMENTATION DES VENTES DE VINS AOC GENEVOIS DE 2.7 % AU 3^E TRIMESTRE 2015 EN COMPARAISON TRIMESTRIELLE

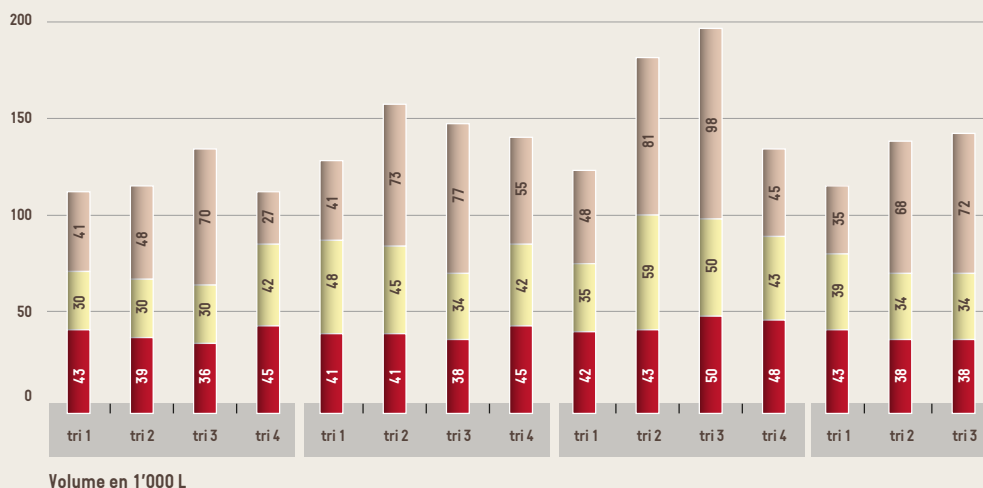


Fig. 2.4.2 Vin AOC Genève - Grande distribution - Volume de vente (1'000L) par trimestre - ● Rouge ○ Blanc ○ Rosé

Trimestre	Rouge	Blanc	Rosé	Total
Tri 3 2014 - Tri 3 2015	-23.7%	-32.2%	-26.8%	-27.4%
Tri 2 2015 - Tri 3 2015	0.0%	-1.7%	6.4%	2.7%

Fig. 2.4.3 Vin AOC Genève- Grande distribution - Variation du volume de vente (1'000L) par trimestre - ● Rouge ○ Blanc ○ Rosé

AUGMENTATION DU PRIX MOYEN PAR LITRE DE VINS GENEVOIS DE 8.7 % PAR RAPPORT AU 1^{ER} SEMESTRE 2014

		ROUGE		BLANC		ROSÉ	
2012	Jan. - Mars		13.79		12.86		8.26
	Avr. - Juin		15.13		14.30		9.49
	Jul. - Sept.		14.18		13.56		8.53
	Oct. - Déc.		15.19		14.25		9.62
	Moyenne		14.58		13.79		8.88
2013	Jan. - Mars		14.81		12.62		8.27
	Avr. - Juin		14.61		12.70		8.63
	Jul. - Sept.		14.16		13.48		8.93
	Oct. - Déc.		15.60		14.31		8.25
	Moyenne		14.83		13.24		8.58
2014	Jan. - Mars		14.91		14.29		8.56
	Avr. - Juin		14.52		11.72		8.75
	Jul. - Sept.		13.31		12.19		8.57
	Oct. - Déc.		15.31		14.03		9.30
	Moyenne		14.49		12.87		8.74
2015	Jan. - Mars		14.94		13.78		9.78
	Avr. - Juin		14.28		13.96		9.00
	Jul. - Sept.		13.62		13.64		9.59

Fig. 2.4.4 Vin AOC Genève - Grande distribution - Prix moyen [CHF/L] par trimestre - ● Rouge ○ Blanc ○ Rosé

En raison des faibles quantités mises à disposition de la grande distribution, le prix moyen global par litre de vins genevois a globalement crû de 8.7% par rapport à celui observé un an plus tôt, alors que la hausse des prix moyens au niveau suisse est de 0.7%.

L'augmentation du prix moyen trimestriel des vins blancs genevois en grande distribution s'explique également par le niveau du prix moyen au 3^e trimestre 2014 (CHF 12.19), le

plus faible de ces trois dernières années (écart de CHF 1.45).

En comparaison nationale, l'ampleur de la hausse est particulièrement forte pour le vin rosé (+11.9% contre 3.4% au niveau suisse) et dans le cas du vin blanc (+11.9% contre 0.3% à l'échelle nationale). La hausse du prix moyen du vin rouge genevois est par contre identique à celle au niveau suisse (2.3%).

Trimestre	Rouge	Blanc	Rosé	Total
Tri 3 2014 - Tri 3 2015	2.3%	11.9%	11.9%	8.7%
Tri 2 2015 - Tri 3 2015	-4.7%	-2.3%	6.6%	-0.4%

Fig. 2.4.5 Vin AOC Genève - Grande distribution - Variation du prix moyen [CHF/L] par trimestre

Meilleures ventes de vins rouges (75cl) ¹	Btl 3 ^e trimestre 2015	Variation nb btl tri 14-15	Part de marché 3 ^e trimestre		Prix 3 ^e trimestre		Δ stock 2013-2014 ²
			2015	2014	2015	2014	
Gamay rouge AOC Genève	16'486	-16.4%	32.3%	[29.5%]	7.47	[7.49]	-13.1%
Assemblage rouge AOC Genève	16'176	-50.5%	31.7%	[48.9%]	14.44	[10.86]	n/d
Gamaret rouge AOC Genève	11'295	81.4%	22.1%	[9.3%]	6.03	[8.13]	-12.4%
Pinot Noir rouge AOC Genève	5'063	-14.3%	9.9%	[8.8%]	11.41	[11.77]	-6.3%
Merlot rouge AOC Genève	989	-18.1%	1.9%	[1.8%]	18.56	[18.26]	6.4%
Total meilleures ventes	50'010	-24.0%	98.0%	[98.3%]			
Total vins rouges AOC GE (OSMV, Rapport n°4)	51'022	-23.7%					-5.7% (12.7 mois) ³

Meilleures ventes de vins blancs (75cl) ¹	Btl 3 ^e trimestre 2015	Variation nb btl tri 14-15	Part de marché 3 ^e trimestre		Prix 3 ^e trimestre		Δ stock 2013-2014 ²
			2015	2014	2015	2014	
Assemblage blanc AOC Genève	16'214	-23.9%	36.0%	[32.1%]	10.69	[8.99]	n/d
Chasselas AOC Genève	14'676	-11.5%	32.6%	[25.0%]	7.50	[7.55]	-2.8%
Chardonnay AOC Genève	7'124	-64.9%	15.8%	[30.5%]	10.51	[8.45]	24.0%
Pinot Blanc AOC Genève	2'708	-19.2%	6.0%	[5.0%]	12.14	[12.44]	-2.2%
Total meilleures ventes	40'722	-33.8%	90.3%	[92.6%]			
Total vins blancs AOC GE (OSMV, Rapport n°4)	45'079	-32.2%					3.8% (9.3 mois) ³

Meilleures ventes de vins rosés (75cl) ¹	Btl 3 ^e trimestre 2015	Variation nb btl tri 14-15	Part de marché 3 ^e trimestre		Prix 3 ^e trimestre		Δ stock 2013-2014 ²
			2015	2014	2015	2014	
Rosé Gamay AOC Genève	67'413	-38.9%	70.3%	[84.2%]	6.69	[5.98]	n/d
Assemblage rosé AOC Genève	17'795	22.3%	18.5%	[11.1%]	8.42	[8.37]	n/d
Pinot Noir rosé AOC Genève	10'740	73.2%	11.2%	[4.7%]	8.33	[9.79]	n/d
Total meilleures ventes	95'948	-26.8%	100.0%	[100.0%]			
Total vins rosés AOC GE (OSMV, Rapport n°4)	95'948	-26.8%					-5.7% (12.7 mois) ³

¹ Par mesure de simplification, tout le volume de vins vendu a été transformé en bouteille de 75 cl. Il faut toutefois être conscient qu'un certain nombre de bouteilles sont produites dans un autre format (70 cl ou 37,5 cl par exemple).

² Source: Direction générale de l'agriculture, République et canton de Genève, statistique des vins au 31 décembre 2014

³ Source: OFAG, année viticole 2014, différence de stock 2013 - 2014 et couverture de stock sur la base de la consommation de l'année 2014

Fig. 2.4.6 Meilleures ventes vins AOC genevois au 3^e trimestre 2015

Produits les plus vendus en grande distribution, les vins rosés genevois ont vu leur prix moyen augmenter de CHF 1.02 par rapport à celui relevé au 3^e trimestre 2014 et de CHF 0.59 par rapport au prix moyen du trimestre précédent. La baisse des ventes de rosé Gamay au profit des assemblages rosés et Pinot rosé plus onéreux sont à l'origine de cette hausse du prix moyen (Fig. 2.4.6).

En comparaison trimestrielle, le prix moyen par litre du vin rouge baisse de 4.7%, le niveau de prix en période estivale étant traditionnellement le plus bas de l'année. D'autre part, la baisse de volume touche plus particulièrement les vins AOC genevois les plus chers.

A l'exception du Gamaret, tous les autres vins rouges AOC genevois connaissent une baisse conséquente de leur volume de vente, accompagnée généralement d'une baisse de prix.

Les vins blancs AOC genevois subissent également une forte baisse de volume associée à une hausse de prix dans le cas de l'Assemblage blanc et du Chardonnay, mais à une baisse de prix dans le cas du Chasselas et du Pinot blanc.

Le Gamay rosé, le vin genevois de loin le plus consommé en grande distribution, continue d'accuser un recul considérable en comparaison annuelle (-38.9%), tandis que le vin d'assemblage rosé et le Pinot Noir rosé connaissent une belle progression.

«La situation dans le commerce de détail reste encore tendue au 3^e trimestre 2015. Au-delà des facteurs déjà mentionnés tels que le manque de disponibilité en vins sur le marché, le facteur psychologique joue un rôle important et explique en partie la morosité ambiante.

La proximité de la ville de Genève de la frontière française exerce une influence essentielle sur le comportement d'achat des consommateurs, que ce soit dans le domaine alimentaire ou non.

Les grosses chaleurs estivales de même que le repli des affaires en général ont également contribué à une baisse de la consommation.

Les importantes mutations structurelles dans le secteur industriel ont contraint les entreprises à introduire le chômage partiel ou à procéder à des licenciements. Le secteur tertiaire est également fragilisé et participe à ce climat d'incertitude.

Ces nouvelles peu réjouissantes amplifiées par le rapport des media produisent un impact non négligeable sur le comportement d'achat et le climat de consommation à Genève et dans les environs.

Le cumul de tous ces événements négatifs explique le résultat plutôt préoccupant des ventes de vins genevois, qui reculent au niveau enregistré en 2013. »

VINS TESSINOIS

RECU DES VENTES SUR LES 9 PREMIERS MOIS DE L'ANNÉE

Selon les données fournies par Nielsen, le volume de vente des vins AOC tessinois au 3^e trimestre 2015 s'élève à 2'780 hl, dont 65.5% provient de la vente de vins rouges.

Ce volume des ventes, qui baisse pour la 2^e année consécutive, recule de 13.7% par rapport au 3^e trimestre 2014 passant largement sous la barre des 3'000 hl.

Le recul des ventes des vins tessinois affecte toutes les couleurs de vin à des niveaux largement supérieurs à la moyenne suisse.

La quantité de vins rouges vendue au 3^e trimestre 2015 est la plus faible des 3 années considérées.

Après un bon 1^{er} semestre 2015, les vins blancs AOC tessinois et de Merlot blanc en particulier marquent fortement le pas.

Le volume de vente des vins rosés tessinois est le plus faible de ces trois dernières années. Produit en quantité limitée, le vin rosé reste en retard par rapport aux résultats de l'année précédente, la forte croissance des ventes estivales n'ayant pas permis de combler le déficit accumulé au 1^{er} trimestre 2015.

En comparaison trimestrielle, les résultats enregistrés sont en hausse pour toutes les couleurs de vin (12.9%) et confirment le caractère

	3 ^e TRIM. 2013	3 ^e TRIM. 2014	3 ^e TRIM. 2015
Rouge	213	214 ▲ 0.4%	182 ▼ -14.7%
Blanc	104	100 ▼ -4.3%	89 ▼ -10.9%
Rosé	8	9 ▲ 11.5%	7 ▼ -23.4%
Total	325	322	278 ▼ -0.8% ▼ -13.7%

Fig. 2.5.1 Vin AOC Tessin - Grande distribution
Volume de vente (1'000L) par trimestre

saisonnier des ventes de vins au Tessin.

Après un bon 1^{er} semestre 2015, les vins blancs AOC tessinois et de Merlot blanc en particulier marquent fortement le pas.

Le volume de vente des vins rosés tessinois est le plus faible de ces trois dernières années. Produit en quantité limitée, le vin rosé reste en retard par rapport aux résultats de l'année précédente, la forte croissance des ventes estivales n'ayant pas permis de combler le déficit accumulé au 1^{er} trimestre 2015.

En comparaison trimestrielle, les résultats enregistrés sont en hausse pour toutes les couleurs de vin (12.9%) et confirment le caractère saisonnier des ventes de vins au Tessin.

FORT IMPACT DE LA CANICULE SUR LES VENTES ESTIVALES

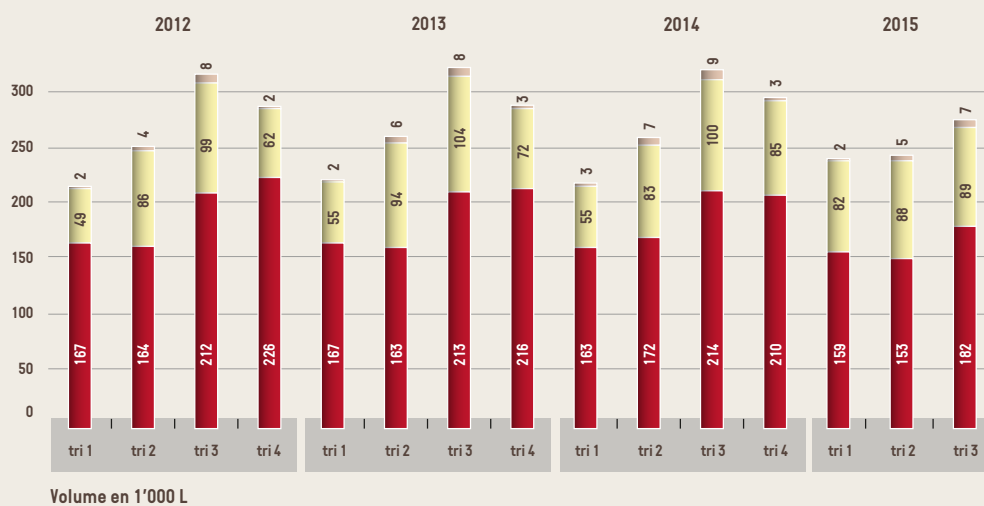


Fig. 2.5.2 Vin AOC Tessin - Grande distribution - Volume de vente (1'000L) par trimestre - ● Rouge ○ Blanc ○ Rosé

Trimestre	Rouge	Blanc	Rosé	Total
Tri 3 2014 - Tri 3 2015	-14.7%	-10.9%	-23.4%	-13.7%
Tri 2 2015 - Tri 3 2015	19.3%	1.2%	22.5%	12.9%

Fig. 2.5.3 Vin AOC Tessin - Grande distribution - Variation du volume de vente (1'000L) par trimestre - ● Rouge ○ Blanc ○ Rosé

LE PRIX MOYEN DU VIN AOC TESSINOIS PROGRESSE DE 0.9 % AU 3^E SEMESTRE 2015























































		ROUGE		BLANC		ROSÉ	
2012	Jan. - Mars		16.62		17.67		16.67
	Avr. - Juin		17.13		15.84		17.28
	Jul. - Sept.		17.04		15.88		16.72
	Oct. - Déc.		17.32		17.32		16.65
	Moyenne		17.05		16.47		16.86
2013	Jan. - Mars		16.73		17.27		16.25
	Avr. - Juin		17.16		15.85		15.99
	Jul. - Sept.		17.18		15.90		17.56
	Oct. - Déc.		17.19		16.81		16.00
	Moyenne		17.08		16.32		16.69
2014	Jan. - Mars		16.81		17.21		14.52
	Avr. - Juin		16.96		16.49		15.62
	Jul. - Sept.		17.17		16.23		14.81
	Oct. - Déc.		17.09		16.31		13.79
	Moyenne		17.02		16.48		14.87
2015	Jan. - Mars		16.69		15.58		14.57
	Avr. - Juin		17.13		16.07		15.64
	Jul. - Sept.		17.35		16.30		15.33

Fig. 2.5.4 Vin AOC Tessin - Grande distribution - Prix moyen [CHF/L] par trimestre - ● Rouge ● Blanc ● Rosé

Le prix moyen du vin AOC tessinois augmente de 0.9% au 3^e trimestre 2015 à un niveau légèrement supérieur à la moyenne suisse (0.7%).

Compte tenu de la chute des volumes, le prix moyen n'augmente pourtant que faiblement. C'est le cas notamment des vins rouges et du Merlot rouge en particulier soumis à une forte pression des vins étrangers et du tourisme d'achat. Le prix moyen des vins rouges tessinois n'augmente que de 1% (2.3% au niveau suisse) grâce à des quantités disponibles élevées qui permettent de garantir les actions promotionnelles en grande surface.

Le prix des vins blancs AOC tessinois augmente dans la même proportion (0.4%) qu'au niveau national (0.3%). La baisse des quantités disponibles en début d'année et le niveau des ventes particulièrement élevées au 1^{er} semestre 2015 expliquent le recul des volumes au 3^e trimestre 2015 et par conséquent l'augmentation du prix moyen par litre.

L'évolution du prix moyen du vin rosé tessinois est également liée à son faible niveau de quantités disponibles, ce qui semble avoir provoqué un repli vers la vente directe et empêcher la grande distribution d'effectuer des actions promotionnelles susceptibles de baisser le prix moyen.

Trimestre	Rouge	Blanc	Rosé	Total
Tri 3 2014 - Tri 3 2015	1.0%	0.4%	3.5%	0.9%
Tri 2 2015 - Tri 3 2015	1.3%	1.4%	-2.0%	1.5%

Fig. 2.5.5 Vin AOC Tessin - Grande distribution - Variation du prix moyen (CHF/L) par trimestre

Meilleures ventes de vins rouges (75cl) ¹	Btl 3 ^e trimestre 2015	Variation nb btl tri 14-15	Part de marché 3 ^e trimestre		Prix 3 ^e trimestre		Δ stock 2013-2014 ²
			2015	2014	2015	2014	
Merlot rouge AOC Tessin	239'344	-14.8%	64.6%	[65.4%]	12.92	[12.81]	0.7%
Merlot Blanc AOC Tessin	114'084	-11.1%	30.8%	[29.9%]	12.09	[12.04]	-7.7%
Merlot Rosé AOC Tessin	6'666	-34.3%	1.9%	[2.4%]	12.61	[11.35]	-7.1%
Assemblage rouge AOC Tessin	3'650	-7.0%	1.1%	[0.9%]	19.48	[18.18]	0.7%
Assemblage blanc AOC Tessin	2'522	-27.0%	0.8%	[0.8%]	16.87	[16.17]	-7.7%
Assemblage rosé AOC Tessin	2'306	47.8%	0.5%	[0.4%]	8.27	[9.49]	-7.1%
Chardonnay AOC Tessin	809	71.0%	0.3%	[0.1%]	13.10	[13.09]	-7.7%
Total meilleures ventes	369'382	-13.8%	99.7%	[99.8%]			
Total AOC TI (OSMV, Rapport n°4)	370'353	-13.7%					Blanc - 8.7% (12.7 mois) ³ Rouge - 1.4% (28.4 mois)

¹ Par mesure de simplification, tout le volume de vins vendu a été transformé en bouteille de 75 cl. Il faut toutefois être conscient qu'un certain nombre de bouteilles sont produites dans un autre format (70 cl ou 37,5 cl par exemple).

² Source: Contrôle suisse du commerce des vins (CSCV), stocks de vins tessinois en Suisse au 31 décembre 2014

³ Source: OFAG, année viticole 2014, différence de stock 2013 - 2014 et couverture de stock sur la base de la consommation de l'année 2014

Fig. 2.5.6 Meilleures ventes vins AOC tessinois au 3^e trimestre 2015

«Il est clair que les fortes chaleurs estivales enregistrée cet été au Tessin n'ont pas favorisé la vente et la consommation de vin, et en particulier celles des vins rouges, qui représentent près de 2/3 des vins tessinois écoulés en grande distribution.

Bien que le Merlot blanc accuse une baisse du volume de ses ventes de 10.9% au 3^e semestre 2015 par rapport au même trimestre de l'année précédente, le volume cumulé au 30 septembre 2015 reste largement supérieur à celui enregistré fin septembre 2014 (9.3%), qui plus est, à un prix moyen à la baisse de 3.4%.

Très peu de vins rosés tessinois sont référencés en grande distribution. L'augmentation du prix moyen par litre laisse supposer une activité promotionnelle inférieure à celle de l'année précédente.»

VINS DES 3 LACS

PROGRESSION SPECTACULAIRE DES VENTES DE VINS DES 3 LACS DE 23.5 % AU 3^E TRIMESTRE 2015

Selon les données disponibles de Nielsen², la région des 3 Lacs a réalisé des résultats fort encourageants au 3^e trimestre 2015. 1'450 hl ont ainsi été écoulés en période estivale, dont plus de 50% en rosé.

Globalement, l'augmentation du volume des ventes observée au 3^e trimestre 2015 est estimée à 23.5%, ce qui représente le meilleur taux de croissance au niveau suisse. En chiffre absolu, le volume des ventes au 3^e trimestre 2015 est de loin le plus élevé des 3 dernières années.

Le niveau des ventes enregistré au 3^e semestre 2015 constitue également le meilleur résultat pour chaque couleur de vin. Le volume de vins rouges des 3 Lacs est le seul en hausse au niveau suisse au 3^e trimestre 2015 (15.3% contre -14.1% à l'échelle nationale).

Le vin rosé augmente de 32.3%, ce qui représente un taux de croissance 4 fois supérieur à celui relevé au niveau suisse.

	3 ^E TRIM. 2013	3 ^E TRIM. 2014	3 ^E TRIM. 2015
Rouge	17	14 ▼ 19.6%	16 ▲ 15.3%
Blanc	55	45 ▼ 18.9%	51 ▲ 14.4%
Rosé	64	59 ▼ 7.4%	78 ▲ 32.3%
Total	136	117 ▼ 13.6%	145 ▲ 23.5%

Fig. 2.6.1 Vin AOC 3 Lacs - Grande distribution
Volume de vente (1'000L) par trimestre

La hausse du volume des ventes de vins blancs est estimée à 14.4% au 3^e trimestre 2015 alors qu'il a baissé de 0.6% à l'échelle nationale (-0.6%).

Cette forte progression est confirmée par les résultats du 3^e trimestre 2015 en croissance de plus de 20% par rapport au trimestre précédent.

² Actuellement, les données du Vully ne sont pas disponibles pour ce rapport.

«Après la grêle historique du 20 juin 2013, d'entente avec leurs partenaires de la grande distribution, les encavages des 3 Lacs ont augmenté leurs prix et, surtout, réduit les promotions de vente en 2013, puis en 2014, année de commercialisation du millésime 2013.

Disposant - avec la récolte 2014 - de volumes un peu plus consistants, bien qu'insuffisants, les activités de vente redémarrent dès le 2^e trimestre 2015 répondant à une attente certaine du marché. Une attente qui se concrétise au 3^e trimestre 2015: ainsi les 3 Lacs peuvent-ils se réjouir de retrouver au 3^e trimestre 2015 un niveau „normal“, comparable en termes de volumes à celui du 3^e trimestre 2012.»

CROISSANCE DES VENTES DE VINS AOC DES 3 LACS DE 22.2 % EN RYTHME TRIMESTRIEL

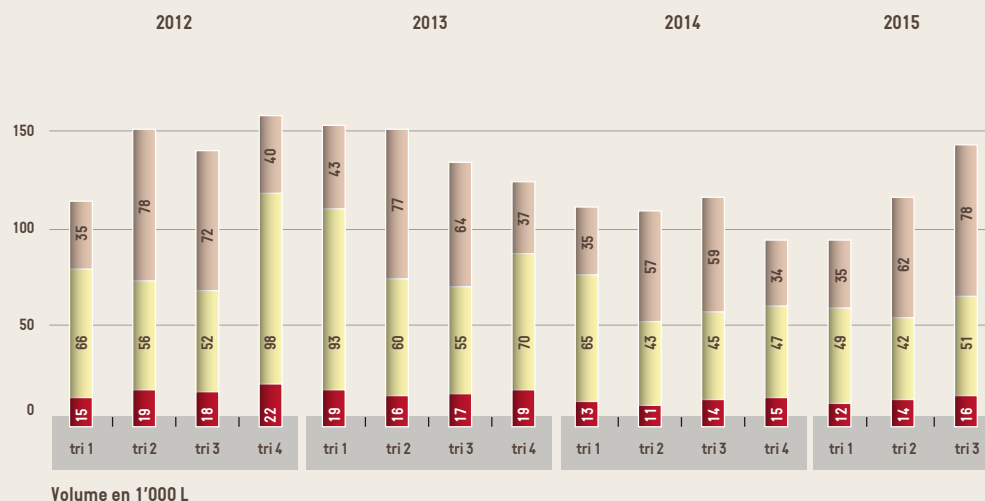


Fig. 2.6.2 Vin AOC 3 Lacs - Grande distribution - Volume de vente (1'000L) par trimestre - ● Rouge ○ Blanc ○ Rosé

Trimestre	Rouge	Blanc	Rosé	Total
Tri 3 2014 - Tri 3 2015	15.3%	14.4%	32.3%	23.5%
Tri 2 2015 - Tri 3 2015	13.2%	21.1%	24.9%	22.2%

Fig. 2.6.3 Vin AOC 3 Lacs - Grande distribution - Variation du volume des ventes (1'000L) par trimestre - ● Rouge ○ Blanc ○ Rosé

A L'EXCEPTION DU VIN ROUGE, LES PRIX POURSUIVENT LEUR PROGRESSION EN RYTHME ANNUEL

		ROUGE		BLANC		ROSÉ	
2012	Jan. - Mars		19.11		11.42		14.45
	Avr. - Juin		19.53		11.61		15.28
	Jul. - Sept.		19.65		12.27		16.25
	Oct. - Déc.		20.79		9.75		15.99
	Moyenne		19.85		11.02		15.59
2013	Jan. - Mars		19.40		9.90		16.01
	Avr. - Juin		20.68		11.29		15.34
	Jul. - Sept.		20.06		11.77		16.33
	Oct. - Déc.		21.02		11.48		15.72
	Moyenne		20.29		10.97		15.82
2014	Jan. - Mars		21.05		11.61		15.29
	Avr. - Juin		21.96		12.90		16.30
	Jul. - Sept.		21.56		13.09		16.03
	Oct. - Déc.		22.17		13.23		16.83
	Moyenne		21.68		12.60		16.12
2015	Jan. - Mars		20.71		13.14		16.18
	Avr. - Juin		19.82		13.34		16.58
	Jul. - Sept.		20.85		13.28		16.36

Fig. 2.6.4 Vin AOC 3 Lacs - Grande distribution - Prix moyen (CHF/L) par trimestre - ● Rouge ○ Blanc ○ Rosé

Selon la théorie économique, l'augmentation massive du volume des ventes au 3^e trimestre 2015 (23,5%) comme conséquence d'une offre plus abondante sur le marché aurait dû entraîner une baisse importante du niveau de prix.

Or, le niveau de prix des vins AOC des 3 Lacs n'a augmenté que de 1,3% au 3^e trimestre 2015. Dans les faits, seul le prix mo-

yen du vin rouge diminue (-3,3%), alors qu'il augmente partout ailleurs en Suisse.

Dans le cas du vin rosé et du vin blanc, le prix et le volume augmentent conjointement, ce qui laisse supposer une hausse des ventes des produits de gamme supérieure (ex: Pinot noir rosé) et une politique de prix restrictive (moins d'actions promotionnelles).

Trimestre	Rouge	Blanc	Rosé	Total
Tri 3 2014 - Tri 3 2015	-3.3%	1.5%	2.0%	1.3%
Tri 2 2015 - Tri 3 2015	5.2%	-0.4%	-1.3%	-0.3%

Fig. 2.6.5 Vin AOC 3 Lacs - Grande distribution - Variation du prix moyen (CHF/L) par trimestre

Meilleures ventes de vins rouges (75cl) ¹	Btl 3 ^e trimestre 2015	Variation nb btl tri 14-15	Part de marché 3 ^e trimestre		Prix 3 ^e trimestre		Δ stock 2013-2014 ²
			2015	2014	2015	2014	
Pinot Noir Rosé AOC Neuchâtel	100'636	28.2%	61.3%	[54.6%]	12.36	[12.02]	32.0%
Chasselas AOC Neuchâtel	43'371	-9.4%	26.4%	[33.3%]	9.28	[9.19]	3.2%
Pinot Noir rouge AOC Neuchâtel	15'848	19.1%	9.6%	[9.3%]	14.82	[15.69]	24.9%
Pinot Gris AOC Neuchâtel	1'915	14.9%	1.2%	[1.2%]	14.94	[14.66]	33.7%
Assemblage rouge AOC Neuchâtel	1'321	17.9%	0.8%	[0.8%]	20.97	[21.41]	-15.4%
Chardonnay AOC Neuchâtel	645	-32.8%	0.4%	[0.7%]	19.72	[18.01]	14.7%
Total meilleures ventes	163'735	14.1%	99.7%	[99.8%]			
Total AOC Neuchâtel (OSMV, Rapport n°4)	164'260	14.2%					Blanc 21.4% (22.3 mois) ³ Rouge 31.1% (21.5 mois)

¹ Par mesure de simplification, tout le volume de vins vendu a été transformé en bouteille de 75 cl. Il faut toutefois être conscient qu'un certain nombre de bouteilles sont produites dans un autre format (70 cl ou 37,5 cl par exemple).

² Source: Service de la consommation et des affaires vétérinaires de la République et canton de Neuchâtel, statistique des vins au 31 décembre 2014

³ Source: OFAG, année viticole 2014, différence de stock 2013 - 2014 et couverture de stock sur la base de la consommation de l'année 2014

Fig. 2.6.6 Meilleures ventes vins AOC 3 Lacs au 3^e trimestre 2015

Le volume des meilleures ventes de vins neuchâtelois augmente dans la même proportion que celui pour l'ensemble des vins AOC du canton.

Le Pinot Noir rosé représente 61.3% des vins neuchâtelois vendus en grande distribution. Son volume et son prix augmentent conjointement au 3^e trimestre 2015.

Autre pilier de la vitiviniculture neuchâteloise, le volume de ventes de Chasselas chute de 9.4%. Cette baisse est accompagnée d'une hausse des prix de plus de 1% ou de 9 centimes en l'espace d'un an, ce qui démontre une élasticité-prix relativement élevée.

«L'excellent 3^e trimestre des produits des 3 Lacs annonce un très bon 4^e trimestre 2015. La faiblesse des stocks impactera toutefois sensiblement les ventes de fin d'année: le risque de ruptures de stock est hélas bien réel.»



SURVOL DU MARCHÉ SUISSE DES VINS

ÉTAT DE SITUATION AU 30 SEPTEMBRE 2015

BAISSE DE VOLUME DES VENTES DE VINS SUR LE MARCHÉ SUISSE DE 3.6 % AU 30 SEPTEMBRE 2015

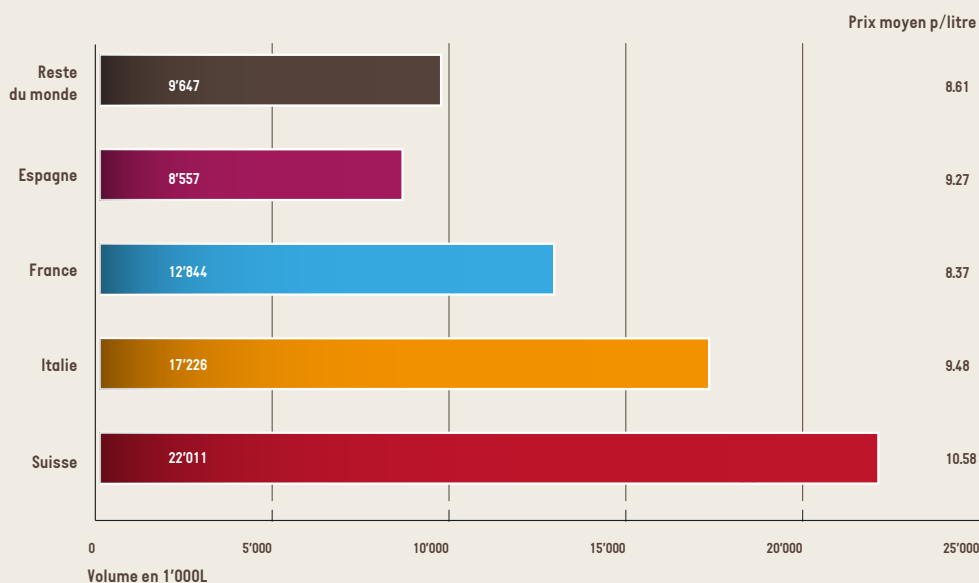


Fig. 3.1 Marché suisse des vins - Grande distribution - Volume [1'000L] et prix moyen par litre au 30 septembre 2015

Le volume des ventes de vins indigènes et étrangers dans les grandes surfaces suisses est estimée à 702'850 hl au 30 septembre 2015.

La part des vins AOC suisses et de pays à ce total s'élève à 31.3%, en progression de 0.3% par rapport aux résultats à la fin du 1^{er} semestre 2015.

Les vins italiens restent les vins étrangers les plus populaires au 30 septembre 2015 avec une part du marché global de 24.5% (-0.2%). Celle des vins français est estimée à 18.3% (0.3%), celle des vins espagnols à 12.2% (0.2%).

Le prix moyen par litre des vins suisses vendus en grande distribution s'établit à CHF 10.58 au 30 septembre 2015, ce qui représente un écart de CHF 1.61 ou de 17.9% par rapport au prix moyen des vins étrangers.

Sur la moyenne des 9 premiers mois de l'année 2015, le prix moyen par litre du vin suisse est de 11.6% supérieur à celui des vins italiens importés et de 26.4% à celui des vins français vendus sur le marché suisse.

BASSE DU VOLUME DES VENTES DE VINS SUISSES INCLUANT LES VINS DE PAYS DE 5.8 % AU 30 SEPTEMBRE 2015

Le volume des ventes de vins sur le marché suisse au 30 septembre 2015 est inférieur de 3,6% à celui enregistré un an plus tôt. Il baisse pour la 2^e année consécutive.

Après 9 mois d'activité en 2015, la baisse du volume des vins suisses est supérieure à celle des vins étrangers (5,8% contre 2,6%). A l'exception des vins espagnols qui progressent de 2% par rapport aux résultats de l'année précédente, tous les vins des autres pays considérés régressent à fin septembre 2015.

Contrairement aux vins suisses, dont la baisse est 2 fois plus élevée qu'entre 2013 et 2014, le volume de vins étrangers diminue dans les mêmes proportions en 2015 qu'en 2014 sur les 9 premiers mois de l'année.

La baisse du volume des ventes de vins suisses concerne aussi bien les vins AOC (4,8%) que les vins de pays dont le volume estimé à 47'480 hl ou 21,6% du total chute de 9,5% en grande surface.

La baisse du volume des ventes de vins suisses est actuellement 2 fois supérieure à la diminution du stock total (-2,8%), inventorié au 31 décembre 2014 selon l'OFAG. La baisse des ventes de vins AOC suisses respectivement des vins de pays dépasse également celle du stock de vins AOC (-2,7%) et de vins de pays (-4,2%).

	VOLUME AU 30.09.2013	VOLUME AU 30.09.2014	VOLUME AU 30.09.2015
Suisse	23'935	23'377 ▼ -2.3%	22'011 ▼ -5.8%
Italie	17'597	17'792 ▲ 1.1%	17'226 ▼ -3.2%
France	14'225	13'502 ▼ -5.1%	12'844 ▼ -4.9%
Espagne	8'893	8'387 ▼ -5.7%	8'557 ▲ 2.0%
Reste du monde	10'196	9'860 ▼ -3.3%	9'647 ▼ -2.2%
Total étranger	50'910	49'541 ▼ -2.7%	48'274 ▼ -2.6%
Total	74'845	72'917 ▼ -2.6%	70'285 ▼ -3.6%

Fig. 3.2 Marché suisse des vins - Grande distribution - Variation de volume [1'000L] au 30 septembre 2015

REVENU DES VENTES DE VINS SUR LE MARCHÉ SUISSE DE LA GRANDE DISTRIBUTION EN BAISSÉ DE 2.8 % EN VALEUR NOMINALE AU 30 SEPTEMBRE 2015

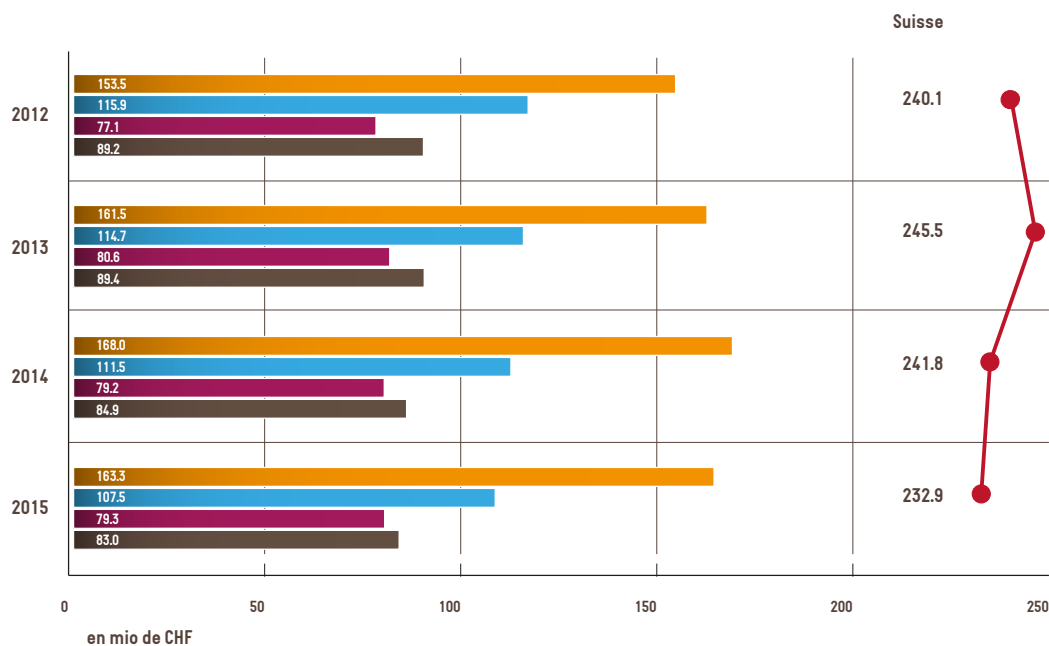


Fig. 3.3 Marché suisse des vins - Grande distribution - Revenu des ventes au 30 septembre 2015

● Suisse ● Italie ● France ● Espagne ● Reste du monde

Le revenu généré par les ventes de vins dans les grandes surfaces en Suisse est estimé à CHF 666 millions de francs suisses au 30 septembre 2015.

Ce niveau de revenu est inférieur de 2.8% en valeur nominale à celui réalisé fin septembre 2014.

Le recul du revenu des ventes est général pour tous les acteurs majeurs sur le marché suisse, à l'exception de l'Espagne qui se maintient au niveau des résultats de l'année précédente.

La baisse du volume des ventes de vins suisses n'ayant pu être compensée par une augmentation équivalente des prix, le revenu des ventes de vins AOC suisses et de pays en grande distribution a diminué de 3.7%.

A titre comparatif, la baisse du revenu des ventes de vins italiens et des vins français est estimée à 2.8%, respectivement 3.6%.

BAISSE DES ACTIVITÉS DE 5.5 % SUR LE MARCHÉ SUISSE DES VINS AU COURS DU 3^E TRIMESTRE 2015

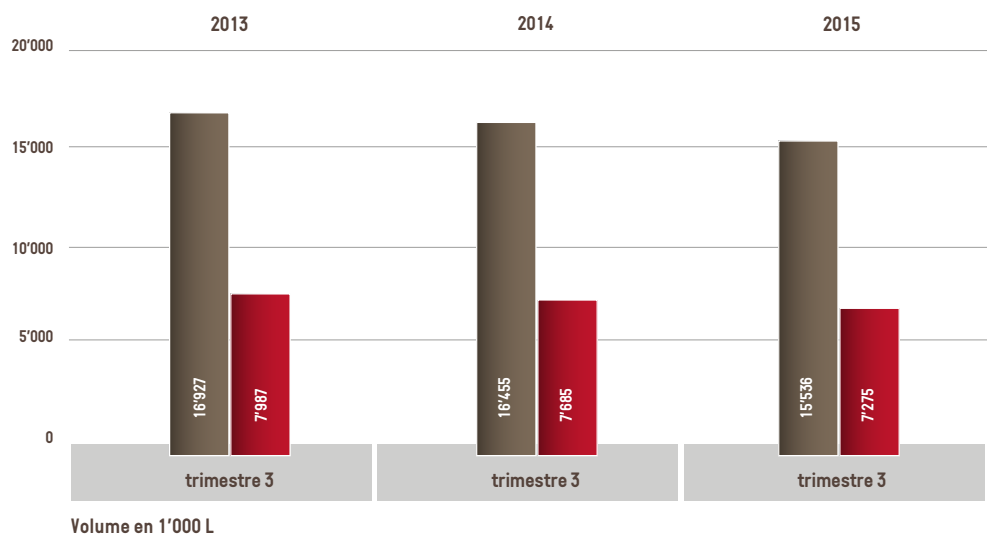


Fig. 3.4. Marché suisse des vins en grande distribution au 3^e trimestre 2015 - ● Etranger ● Suisse

Selon les données fournies par Nielsen, le marché suisse des vins en grande distribution a écoulé 228'110 hl de vins au 3^e trimestre 2015³.

Ce volume total des ventes sur le marché suisse est inférieur de 5.5% par rapport au 3^e trimestre 2014. Il diminue pour la 2^e année consécutive (recul de 3.2% entre le 3^e trimestre 2014 et 2013), confirmant ainsi une forte tendance à la baisse observée depuis plusieurs années.

Le recul du volume de vente concerne aussi bien les vins suisses que les vins étrangers. Alors que la baisse du volume s'est révélée plus forte pour les vins indigènes que pour les vins étrangers au 1^{er} semestre 2015, la tendance s'est

inversée au 3^e trimestre avec une diminution plus élevée pour les vins étrangers (-5.6%) que pour les vins suisses (-5.3%).

Le volume de vente des vins indigènes au 3^e trimestre 2015 est inférieur de 4.9% à la moyenne trimestrielle des 3 dernières années. A titre comparatif, le volume de vins étrangers ne baisse que de 4.7% sur la période sous revue.

La part de marché des vins AOC suisses et des vins de pays en grande distribution au 3^e trimestre 2015 est estimée à 31.9%. Elle augmente de 0.1% par rapport au 3^e trimestre 2014 et de 0.8% par rapport au niveau atteint au 3^e trimestre 2013.

³ Le volume de vin indigène inclut les vins de pays portant sur un volume de 14'830 hl, ce qui représente environ 19.8% du total des vins suisses écoulés en grande distribution

Pour la première fois en 3 ans, le volume de vins étrangers vendus dans la grande distribution en Suisse a passé sous la barre des 160'000 hl lors du 3^e trimestre 2015. Le volume de vente de toutes les régions étrangères baisse, à l'exception du reste du monde (0.6%).

Même si le 3^e trimestre est généralement la période la plus faible de l'année, le recul de 5.6% des vins étrangers peut être considéré comme une conséquence directe du franc fort et du tourisme d'achat, qui incitent les consommateurs à s'approvisionner hors des frontières en vins étrangers de proximité.

Même si les vins italiens baissent en volume au 3^e trimestre 2015 (-8.2%), ils maintiennent leur part de marché à 36.7% au sein des vins étrangers.

Le volume de vente des vins français (-5.6%) régresse fortement pour la 2^e année consécu-

tive. Par rapport au 3^e trimestre 2013, le vin français a perdu l'équivalent de 7'950 hl. Après un premier semestre 2015 positif, les vins espagnols marquent le pas au 3^e trimestre 2015.

Au contraire, la part de marché des vins du reste du monde progresse après un 1^{er} semestre 2015 à la baisse.

En comparaison trimestrielle, le volume total des ventes de vins sur le marché suisse a baissé de 3.6%. Le volume de vins suisses augmente de 3.1%, celui des vins étrangers baisse de 6.5%.

Le recul du volume de vente de vins étrangers s'explique principalement par la baisse massive des ventes de vins italiens (-13.4%) et du reste de monde (-9.0%), seule la France limitant la baisse à moins d'un pourcent.

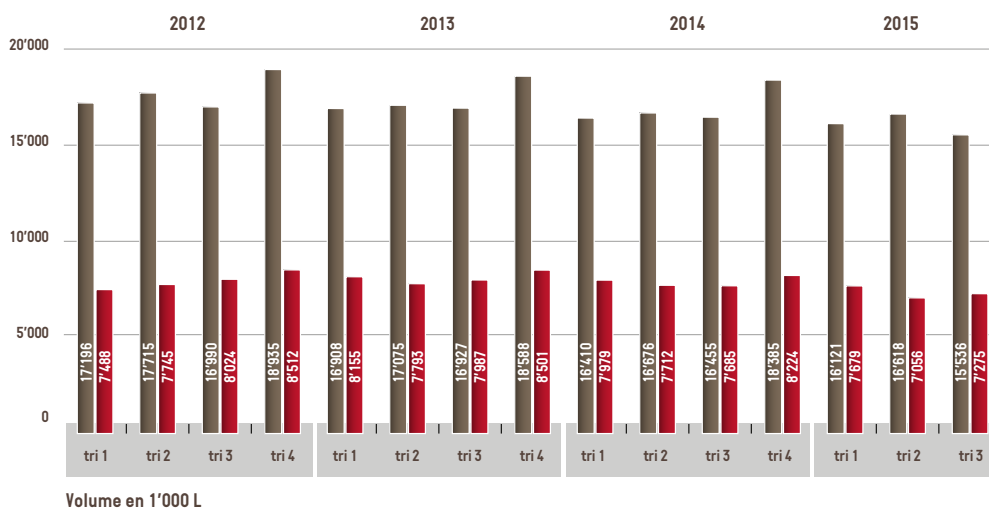


Fig. 3.5. Part de marché des vins suisses et étrangers sur le marché de la grande distribution par trimestre - ● Etranger ● Suisse

BAISSE DES VENTES DE VINS ÉTRANGERS SUPÉRIEURE À CELLE DES VINS SUISSES AU 3^E TRIMESTRE 2015

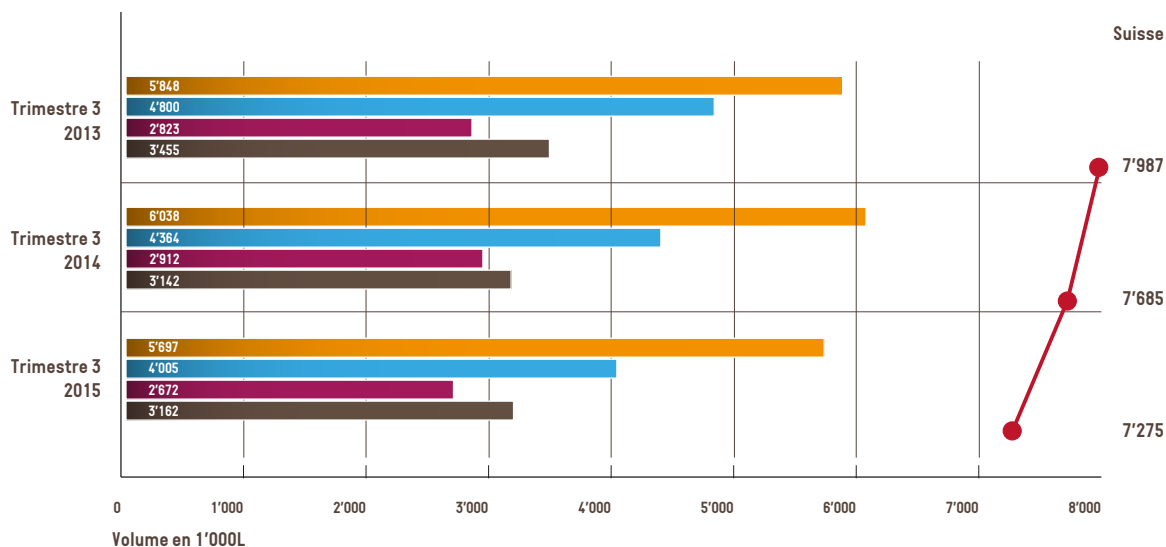


Fig. 3.6. Evolution du volume de vente sur le marché suisse des vins en grande distribution au 3^e trimestre 2015

● Suisse ● Italie ● France ● Espagne ● Reste du monde

Trimestre	Total vin	Suisse	Total étranger	Italie	France	Espagne	Reste du monde
Tri 3 2014 - Tri 3 2015	-5.5%	-5.3%	-5.6%	-8.2%	-5.6%	-8.2%	0.6%
Tri 2 2015 - Tri 3 2015	-3.6%	3.1%	-6.5%	-13.4%	-0.9%	-3.4%	-9.0%

Fig. 3.7. Variation périodique du volume de vente de vins suisses et étrangers sur le marché de la grande distribution au 3^e trimestre 2015

L'ÉCART DE PRIX ENTRE VINS SUISSES ET VINS ÉTRANGERS S'EST CREUSÉ AU 3^E TRIMESTRE 2015

	TOTAL VIN	SUISSE	TOTAL ÉTRANGER	ITALIE	FRANCE	ESPAGNE	
2012	Jan. - Mars	9.25	10.37	8.75	9.17	8.21	8.92
	Avr. - Juin	8.90	10.27	8.30	8.74	7.63	8.39
	Jul. - Sept.	9.08	10.37	8.48	8.92	7.77	8.79
	Oct. - Déc.	9.73	10.46	9.42	9.72	9.27	9.50
	Moyenne	9.25	10.37	8.75	9.17	8.21	8.92
2013	Jan. - Mars	9.31	10.12	8.93	9.23	8.18	9.63
	Avr. - Juin	9.21	10.25	8.74	9.18	8.03	9.04
	Jul. - Sept.	9.19	10.40	8.62	9.13	7.98	8.50
	Oct. - Déc.	9.94	10.52	9.66	9.85	9.49	10.23
	Moyenne	9.42	10.32	9.01	9.37	8.42	9.39
2014	Jan. - Mars	9.41	10.15	9.04	9.50	8.34	9.63
	Avr. - Juin	9.36	10.37	8.89	9.47	8.12	9.29
	Jul. - Sept.	9.44	10.52	8.93	9.36	8.32	9.41
	Oct. - Déc.	10.09	10.68	9.82	10.12	9.68	10.47
	Moyenne	9.59	10.43	9.19	9.63	8.62	9.73
2015	Jan. - Mars	9.54	10.50	9.08	9.55	8.38	9.52
	Avr. - Juin	9.40	10.54	8.91	9.50	8.20	9.24
	Jul. - Sept.	9.50	10.71	8.93	9.38	8.55	9.00

Fig. 3.8. Prix moyens sur le marché suisse des vins en grande distribution par trimestre

En dépit de la pression du franc fort sur le marché suisse des vins et de la baisse des volumes, le prix global du vin en grande surface a même légèrement augmenté en rythme annuel au 3^e trimestre 2015 (0.6%). Le prix des vins étrangers reste globalement stable, alors que celui des vins suisses augmente de 1.7%.

La plus faible disponibilité des vins suisses en grande surface maintient en effet leur prix à un niveau plus élevé que celui des vins étrangers, le prix moyen de CHF 10.71 est le plus élevé des trois dernières années, tous trimestres confondus.

En comparaison annuelle, l'écart de prix moyen par litre entre vins indigènes et vins étrangers se creuse pour s'établir en moyenne au 3^e trimestre 2015 à CHF 1.78 contre CHF 1.59 une année plus tôt, ce qui correspond à une aug-

mentation de 11.9%.

Pour compléter l'analyse, une étude approfondie auprès des grands distributeurs devrait permettre de mieux cerner leurs politiques de prix et de produits (assortiments) en réaction à la faiblesse de l'euro.

En variation trimestrielle, le prix moyen des vins suisses augmente de 19 centimes, celui du vin français de 23 centimes et celui du vin italien de 2 centimes. Le vin espagnol baisse en quantité et prix au 3^e trimestre 2015.

Les principaux vins étrangers affichent une élasticité-prix toujours relativement élevée, dès lors que la hausse des prix moyens trimestriels (Italie -41, France -2.1) a provoqué des baisses de volume supérieures.

Trimestre	Total vin	Suisse	Total étranger	Italie	France	Espagne	Reste du monde
Tri 3 2014 - Tri 3 2015	0.6%	1.7%	0.0%	0.2%	2.7%	-4.4%	0.4%
Tri 2 2015 - Tri 3 2015	1.1%	1.6%	0.2%	-1.3%	4.2%	-2.7%	-0.9%

Fig. 3.9. Evolution des prix moyens par litre sur le marché suisse des vins en grande distribution au 3^e trimestre 2015



DOSSIER THÉMATIQUE

VITIVINICULTURE EN SUISSE ET
EN AUTRICHE – DONNÉES COMPARATIVES

Le présent dossier thématique reproduit de manière synthétique les principales observations et analyses effectuées par Mme Chloé Fontannaz, diplômée de la Haute Ecole de Viticulture et d'œnologie de Changins, dans le cadre de son travail de bachelor sur le thème «marketing générique du vin suisse. Comparaison avec le cas de l'Autriche».

Revenue de loin après le scandale des vins frelatés en 1985, l'Autriche est aujourd'hui considérée comme un exemple de réussite pour la promotion des vins indigènes tant au niveau national qu'international.

Réalisé sous la direction de M. Gilles Besse, président de Swiss Wine Promotion et de Phil-

ippe Delaquis, ce travail avait pour objectif de:

- Déterminer dans quelle mesure la promotion régionale telle que pratiquée au niveau suisse est conciliable avec une méthode de promotion générique
- Etudier le modèle autrichien afin d'évaluer s'il peut être une source d'inspiration pour la Suisse
- Identifier les forces et les faiblesses du marketing générique du vin suisse
- Dessiner les pistes à explorer afin de construire une image forte et conférée du vin suisse à l'exemple du vin autrichien.

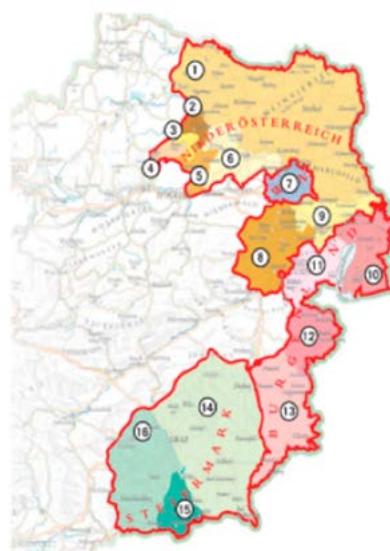
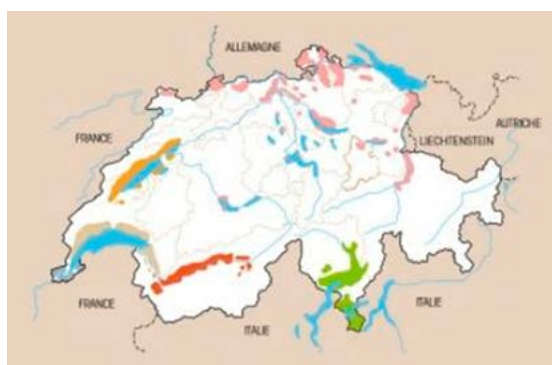
Certains chiffres présentés dans cette étude ont été mis à jour sur la base des sources d'information à disposition de l'OSMV.



Fig. 4.1 Campagnes publicitaires actuelles pour la promotion des vins suisses et autrichiens

PRODUCTION

	SUISSE	AUTRICHE
Superficie du territoire	41'285 km ²	83'855 km ²
Surface du vignoble	14'835 ha	44'786 ha
Régions viticoles	6 (selon SWP)	4 décomposée en 16 zones viticoles
AOC/AOP	85 AOC	16 DAC (Districtus Austriae Controllatus)



La superficie du vignoble autrichien est trois fois supérieure à celle du vignoble suisse. Malgré cette différence sensible de taille, la Suisse compte 2 régions viticoles de plus et surtout 5 fois plus d'AOC.

	SUISSE	AUTRICHE
Production totale de vin (2014)	93.4 millions de litres	250 millions de litres
Classement mondial	19 ^e rang	16 ^e rang
Production par cépage	48% blanc et 52% rouge	66% blanc et 34% rouge

La Suisse est un pays majoritairement producteur de vins rouges. L'Autriche, elle, produit une plus grande partie de vins blancs.

CONSOMMATION

	SUISSE	AUTRICHE
Population (2013)	8.08 millions	8.47 millions
Consommation totale (2014)	266 millions de litres	250 millions de litres
Croissance consommation par rapport à 2013	-2.2 %	+7.6 %
Consommation par habitant	35.9 l/habitant	31.3 l/habitant (+ 2l)
Couverture de la consommation totale par les vins indigènes	36.8 %	76 %
Consommation de vin indigène par couleur (2014)	Blanc : 50.2 % Rouge : 49.8 %	Blanc : 62 % Rouge : 37 % Rosé : 1 %
Prix moyen par litre	CHF 9.11 (2009)	€ 4.76 (2014)

La consommation de vin en Autriche correspond globalement à la production de vin indigène. L'Autriche est donc potentiellement capable de s'auto-suffire en ce qui concerne la consommation.

En Suisse, le volume de production est trois fois plus faible que la consommation de vins en Suisse. Une forte importation est donc nécessaire afin de répondre à la demande.

COMMERCE EXTÉRIEUR



EXPORTATION

	SUISSE	AUTRICHE
Exportation en mio de litres (2014)	1.4 millions	50 millions
Structure par couleur	0.6 mio blancs (43 %) 0.8 mio rouges (57 %)	26 mio blancs (53 %) 19 mio rouges (38 %) 1 mio mousseux (2 %) 4 mio divers (7 %)
Exportation en valeur	CHF 107.4 mio	€ 145 mio
Part des exportations à la production nationale	environ 1.5 %	environ 24 %
Principaux pays de destination en volume	Allemagne (33 %) France (10 %) Royaume-Uni (8 %)	Allemagne (72 %) Suisse (5 %)
Prix moyen par litre des exportations	Ex : Allemagne (CHF 9.60/l)	€ 2.92/litre Suisse € 5.91/litre



IMPORTATION

	SUISSE	AUTRICHE
Importation en litres (2014)	160 millions	75 millions
Part des importations à la consommation	65 %	24 %
Importation par habitant	19.9 kg/habitant	8.9 kg/habitant
Principaux pays importateurs (en volume)	Italie (72 mio) France (40 mio) Espagne (35 mio)	Allemagne (47 mio) Italie (13 mio) France (4 mio)
Prix moyen par litre des importations	n/d	€ 2.21/litre

ORGANISATION DE LA PROMOTION DES VENTES

	 SWISS WINE	 ÖSTERREICH WEIN
Fondation	Swiss Wine Promotion 2007	Oesterreich Wein Marketing 1986
Objectifs	<p>Promouvoir l'image du vin suisse en Suisse et à l'étranger</p> <p>Aider à positionner le vin suisse en tant que produit à forte valeur ajoutée et à augmenter la création de plus-value au niveau de la branche vitivinicole dans son ensemble</p> <p>Gérer la stratégie marketing, de communication, de médias et d'image ainsi que son implémentation pour le compte de l'interprofession de la vigne et des vins suisses.</p>	<p>Soutenir l'économie vitivinicole en matière de qualité et de vente</p> <p>Faire dominer le segment des « Qualitätswein » sur le marché indigène</p> <p>Augmenter les exportations de vin en bouteille</p> <p>Travailler activement sur l'image et les relations publiques</p> <p>Mettre un accent principal sur les régions viticoles, et les origines des vins (DAC)</p> <p>Concevoir la publicité pour les vins provenant d'Autriche et pour les régions viticoles.</p>
Budget organisme national (2014)	CHF 6.37 mio	€ 9.03 mio
Budget par ha	CHF 424.6/ha	€ 196/ha
Budget par litre produit	CHF 0.068/l	€ 0.036/l
Financement	<p>50 % OFAG</p> <p>50 % Fonds propres: 0.455 centime/m² inscrite au cadastre 0.55 centime par kg de raisin encavé</p>	<p>Economie vitivinicole : 1.1 centime/l à la récolte et 1.1 centime/l en stock (entre € 3.5 et 4.5 mio)</p> <p>Contribution des « Länder » en fonction de la surface (env. € 3.3 mio)</p> <p>Contribution de l'Etat à titre de compensation (env. € 0.7 mio)</p> <p>Aide de l'UE pour la promotion à l'export dans les pays-tiers (entre € 0.6 et 0.9 mio)</p>
Budget régional	CHF 7 mio	€ 2 mio

MARKETING IDENTITAIRE DU VIN

	SUISSE	AUTRICHE
Identité visuelle	<p>Corporate Guide</p> 	<p>Concept Qualitäts- und Prädikatwein</p> 
Concept	Swiss Wine Promotion propose aux vignerons d'apposer une collerette ou une bande adhésive sur leurs bouteilles de vins AOC	Les « vins de qualité » autrichiens sont reconnaissables grâce à l'identification donnée par les capsules couronnées du drapeau autrichien et du certificat qui l'accompagne
Caractère obligatoire	Non	Oui
Marketing générique - dernière campagne (voir image en 1 ^{er} page du dossier)	« Le Débat » - Le vignoble suisse est plein de caractères, de spécificités, de cépages et de régions différents. Malgré ces différences, tout le monde est unanime sur la qualité	« La singularité » - campagne basée sur les 7 éléments qui marquent le caractère unique de l'Autriche (climat, terroir, raisins, culture, les gens, liens avec la nature, mariage entre cuisine et vins)
Autres éléments d'image	Participation à l'organisation de nombreux concours professionnels nationaux ou internationaux	Co-fondateur de la Weinakademie, qui fait un travail de diffusion de la culture du vin auprès des professionnels et des consommateurs (25'000 participants depuis sa création en 2001)

Les «vins de qualité» sont contrôlés par l'Etat. 22 cépages blancs et 13 cépages rouges sont autorisés pour leur élaboration.

Selon l'auteur de l'étude, la campagne «le débat» est centrée sur les préoccupations internes. Elle est donc difficilement exportable, au contraire de la campagne autrichienne.

PRINCIPALES CONCLUSIONS DE L'AUTEUR DE L'ETUDE

La comparaison effectuée entre la Suisse et l'Autriche montre que l'identité régionale est beaucoup plus forte en Suisse qu'en Autriche. Bien que nettement plus petite, l'Helvétie doit composer avec des cultures hétérogènes qui ne laissent que peu de place à une promotion commune.

Le fédéralisme suisse induit également une

multitude d'AOC et d'appellations dont les règlements sont majoritairement régionaux ou cantonaux. Ceci peut donc conduire à beaucoup de difficultés de compréhension de la part des consommateurs qui se sentent parfois perdus. L'absence d'image du vin suisse est renforcée par la faible proportion d'exportations qui nécessitent moins une image nationale qu'une image régionale forte.

Constats	Recommandations pour la Suisse
<p>Une gamme de produits complexes en Suisse</p> <p>Un manque de cohérence dans la communication à l'échelle suisse</p> <p>Communauté fidèle aux vins suisses à l'instar de celle de l'Autriche fière de ses vins locaux</p>	<p>Etablir un langage collectif pour les vins suisses afin de faire valoir la créativité et la complexité de son offre</p> <p>Investir dans les médias sociaux pour enrichir la relation avec la communauté fidèle aux vins suisses</p> <p>Développer de meilleurs outils de formation pour les futurs prescripteurs et professionnels de la branche ainsi qu'une approche plus didactique de l'univers « Swiss Wine » pour les consommateurs</p>

Les succès que la promotion autrichienne récolte depuis maintenant près de 30 ans incitent à vouloir évaluer dans quelle mesure ce modèle est transposable en Suisse. Si l'intention est de le répliquer tel quel, la réponse est négative. En effet, l'Autriche, à l'inverse de la Suisse, ne communique qu'en une seule langue, possède une identité nationale très marquée et une culture commune très robuste.

De plus, le scandale des vins à l'antigel dans les années 80 a forcé la branche à se lier en vue de remonter la pente. La branche vitivinicole suisse ne traverse pas une période

de crise comparable à celle de l'Autriche à l'époque de la création de l'ÖWM.

Le fait que l'ÖVM gère toute la publicité pour la promotion des vins autrichiens et qu'il soit responsable du budget et de la coordination des publicités régionales permet d'éviter que les régions viticoles ne se fassent concurrence.

Malgré ses spécificités, la Suisse vitivinicole serait donc bien inspirée de suivre cet exemple d'unité et de cohérence dans la communication.

IMPRESSUM

ÉQUIPE CŒUR DU PROJET

PHILIPPE DELAQUIS

Chef de projet Changins
+41(0)22 363 40 74
philippe.delaquis@osmv.ch

CHRISTIAN MAURER

Professeur Changins
+41(0)22 363 40 41
christian.maurer@osmv.ch

ALEXANDRE MONDOUX

Partenaire scientifique KOF
+41(0)44 633 88 37
alexandre.mondoux@osmv.ch

ANNE PLANQUART

Assistante de projet Changins
+41(0) 22 363 40 97
anne.planquart@osmv.ch

osmv@changins.ch
www.osmv.ch

GROUPE DE RELECTURE

ANDREA CONCONI

ANDRÉ FUCHS

PIERRE ALAIN JEANNET

PHILIPPE VARONE

THOMAS WETTACH

MARTIN WIEDERKEHR

AGENDA DES PUBLICATIONS

26 février 2016
29 avril 2016
29 juillet 2016
31 octobre 2016
24 février 2017

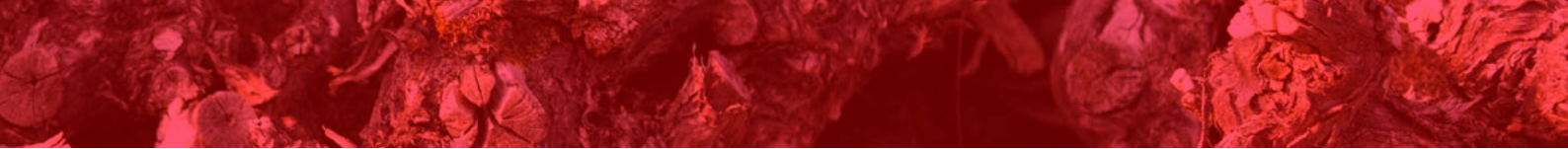
DOSSIERS THÉMATIQUES

(dates de parution non encore connues)

- L'impact du franc fort sur le marché suisse des vins
- L'exportation de vin suisse - bilan et perspectives
- La capacité d'innovation de la branche vitivinicole
- Le tourisme d'achat
- L'influence des flux migratoires sur le marché suisse des vins
- L'impact du vieillissement de la population sur le marché suisse des vins

PARTENAIRES DU PROJET

- Agroscope
- ANCV, Association nationale des coopératives vitivinicoles suisses
- ASCV, Association suisse du commerce des vins
- CHANGINS haute école de viticulture et œnologie
- CSCV, Contrôle suisse du commerce des vins
- FSV, Fédération suisse des vignerons
- IVVS, Interprofession de la vigne et des vins suisses, ainsi que les interprofessions cantonales et régionales y affiliées
- KOF, Centre de recherches conjoncturelles de l'Ecole polytechnique fédérale de Zurich
- OFAG, Office fédéral de l'agriculture
- Services cantonaux de l'agriculture / de la viticulture (en l'état: VD & VS)
- SEVS, Société des encaveurs de vins suisses
- SWP, Swiss Wine Promotion
- USOE, Union suisse des œnologues




CHANGINS
haute école de
viticulture et œnologie

Hes·SO
Haute Ecole Spécialisée
de Suisse occidentale
Fachhochschule Westschweiz
University of Applied Sciences and Arts
Western Switzerland

A déguster avec modération

Suisse. Naturellement.



SWISS WINE