



OBSERVATOIRE SUISSE
**DU MARCHÉ
DES VINS**

N°1
RAPPORT

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


CHANGINS
haute école de
viticulture et œnologie

A déguster avec modération

Suisse. Naturellement.


SWISS WINE

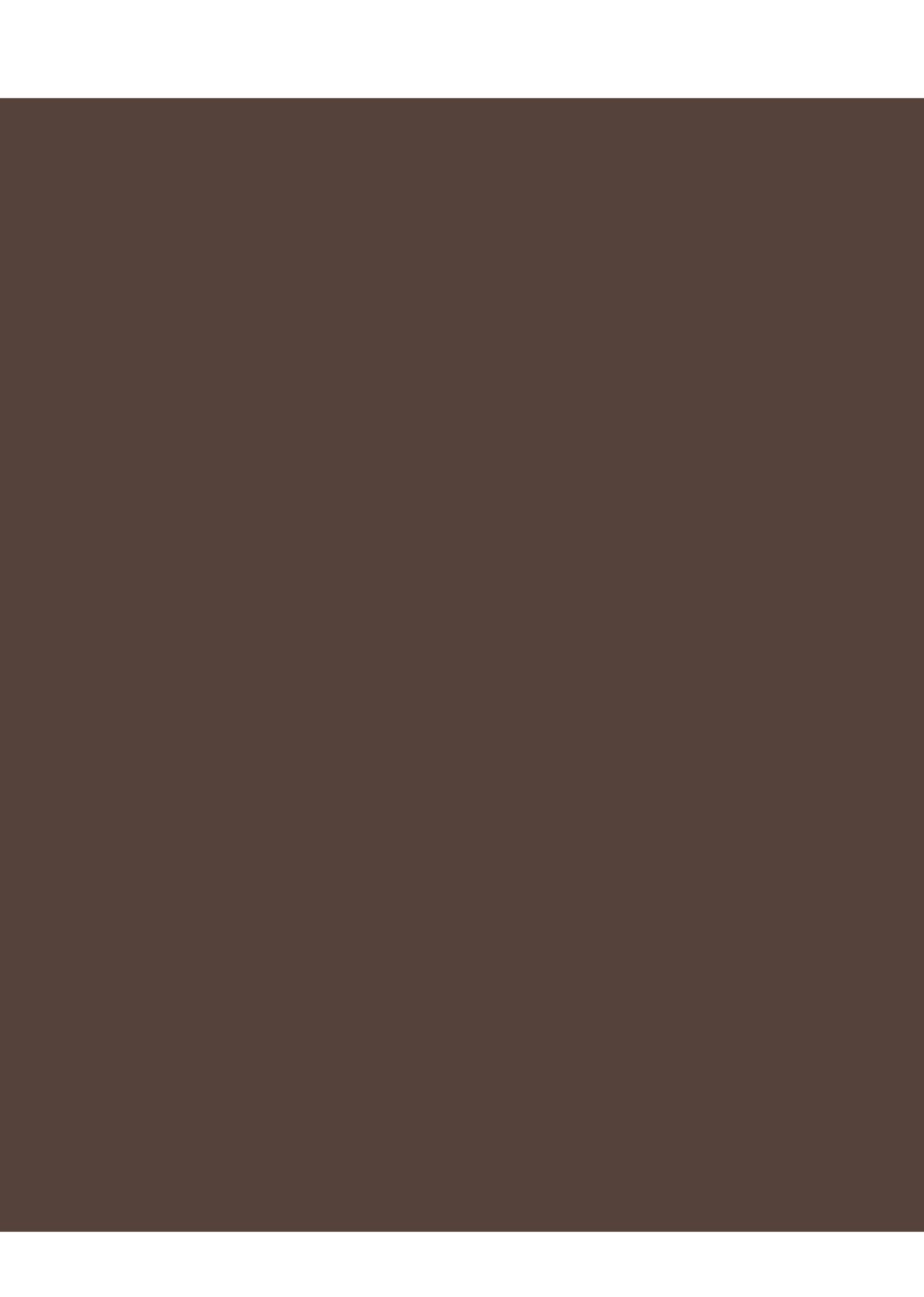


TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION	5
<hr/>	
SURVOL DU MARCHÉ SUISSE DES VINS	7
Volume de vente de vins en grande distribution	8
Part du marché des régions de production	10
Prix moyen par litre	11
Revenu des ventes	12
<hr/>	
MARCHÉS RÉGIONAUX DES VINS	15
Valais	16
Vaud	22
Suisse alémanique	25
Genève	30
Tessin	36
Région des 3 Lacs	42
<hr/>	
SPÉCIALE « MERCURIALE VAUD »	49
<hr/>	
MODÈLES DE PRÉVISION ÉCONOMIQUE DU MARCHÉ SUISSE DES VINS	55
Modélisation et prévision du marché suisse des vins	56
Modèle d'évaluation des risques de la branche vitivinicole suisse	58
<hr/>	
IMPRESSUM	60
<hr/>	

**Il est important pour la branche
vitivinicole suisse de disposer
d'un outil d'analyse neutre et fiable.**



INTRODUCTION

Depuis l'ouverture des frontières et la libéralisation des importations en 2001, les vins suisses sont confrontés à une concurrence toujours plus forte.

Malgré la brève embellie observée en 2013, la consommation de vins en Suisse en 2014 poursuit sa tendance à la baisse constatée depuis plusieurs années. Dans le contexte économique actuel fragilisé par le franc fort, le vin suisse lutte avec un certain succès pour maintenir sa part de marché.

Il est donc important pour la branche vitivinicole suisse de disposer d'un outil d'analyse neutre et fiable pour mieux comprendre et anticiper les facteurs d'influence de l'offre et de la demande de même que les attentes et besoins des consommateurs.

L'Observatoire suisse du marché des vins (OSMV) répond à ces exigences. Il a pour ambition de fournir à tous les acteurs de la branche vitivinicole suisse des clefs d'interprétation des marchés et des prévisions faisant ressortir les risques et opportunités de développement pour la branche.

Grâce à l'appui et l'implication des associations professionnelles et de leurs membres, l'OSMV

disposera très prochainement d'informations en ligne directe et d'avis d'experts permettant de raccourcir le temps de réaction par rapport à l'évolution des marchés.

L'OSMV a le plaisir de publier son premier rapport trimestriel. Cette première édition est consacrée essentiellement à l'évolution du marché des vins suisses AOC vendus en grande surface en 2014. Les résultats présentés sont basés sur les données fournies par la maison Nielsen, le spécialiste incontesté des études du comportement des consommateurs. Elles incluent les données des grands distributeurs suisses, tels que Coop, Denner, Manor, Globus et Volg, à l'exception de Landi, Lidl et Aldi, qui gagnent pourtant progressivement en signification.

Dans son analyse, le lecteur saura également garder à l'esprit la proportion des volumes de vins AOC vendus en grande surface par rapport au total des ventes dans la région vitivinicole considérée, afin de ne pas tirer des conclusions erronées sur les perspectives de développement du marché suisse des vins dans leur globalité.

L'OSMV se tient à votre entière disposition pour tous renseignements complémentaires ou nécessaires à la compréhension du présent rapport en vous souhaitant bonne lecture.

PHILIPPE DELAQUIS

Chef de projet

Observatoire suisse du marché des vins



SURVOL DU MARCHÉ SUISSE DES VINS

BAISSE GÉNÉRALE DU VOLUME DES VENTES EN GRANDE SURFACE EN 2014

Selon les données fournies par Nielsen, la grande distribution a vendu un total de 243'420 hl de vins AOC suisses en 2014¹, dont 51.1% étaient du vin blanc, 31.9% du vin rouge et 17.0% du vin rosé. Ce volume de vente a baissé de 2.7% par rapport à 2013 et se situe également à un niveau inférieur à celui enregistré en 2012 (-3820 hl).

Même si la baisse est générale pour toutes les couleurs de vin, le recul est le plus marqué pour les vins blancs (-3.1%), dont le volume baisse pour la 2^e année consécutive. Le volume de vin rouge diminue dans la même proportion que le total des ventes (-2.6% en 2014). Quant au volume de vin rosé, il subit un léger fléchissement (-1.3%) après une forte augmentation en 2013.

	2012	2013	2014
Rouge	7895	7980 ▲ 1.1%	7769 ▼ -2.6%
Blanc	12'837	12'830 ▶ -0.1%	12'427 ▼ -3.1%
Rosé	3992	4201 ▲ 5.2%	4146 ▼ -1.3%
Total	24'724	25'010 ▲ 1.2%	24'342 ▼ -2.7%

Fig. 1.1 Vin suisse AOC
Grande distribution - Volume de vente [1'000L] par année

CRITÈRES	CONSOMMATION				QUANTITÉS DISPONIBLES SUR LE MARCHÉ
	VINS CH GD NIELSEN	VINS CH ¹	VINS CH ET ÉTRANGERS ¹	VINS ÉTRANGERS ¹	VINS CH ¹
Consommation totale	-2.7%	-8.1%	-2.2%	+1.6%	-5.1%
Consommation vins rouges et rosés	-2.2%	-8.8%	-2.5%	+0.1%	-3.4%
Consommation vins blancs	-3.1%	-7.6%	-1.7%	+6.9%	-6.9%

Fig. 1.2. Comparaison de l'évolution du volume des ventes en grande surface entre 2013 et 2014 par rapport à la consommation globale sur le marché suisse des vins et par rapport aux quantités disponibles sur le marché [¹ Source: année viticole 2014, OFAG]

Cette évolution à priori défavorable doit toutefois être relativisée:

- Compte tenu des faibles récoltes dans la plupart des régions productrices en 2013 et en 2014, les quantités de vins suisses disponibles sur le marché ont globalement diminué de 5.1% en 2014, ouvrant une brèche supplémentaire aux vins étrangers, notamment blancs. Selon nos investigations, cette baisse des quantités disponibles est en grande partie

responsable de la baisse du volume des ventes dans la grande distribution.

- La baisse du volume des ventes de vins suisses AOC en grande surface est trois fois inférieure à celle de la consommation de vins suisses, tous canaux de distribution confondus.
- Toutefois, l'évolution du volume des ventes de vins suisses AOC en grande surface souffre de la comparaison avec celle du volume de vente des vins étrangers.

¹ Les statistiques de la vente de vins de pays en grande distribution seront disponibles dans le prochain rapport.

FORTE VARIATION SAISONNIÈRE DES VENTES DANS LA GRANDE DISTRIBUTION EN 2014

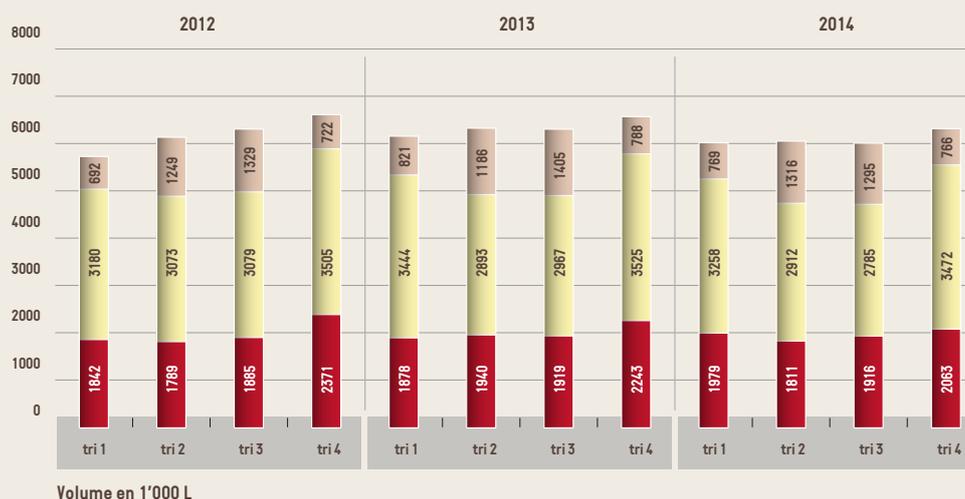


Fig. 1.3 Vin suisse AOC - Grande distribution - Volume de vente par trimestre - ● Rouge ● Blanc ● Rosé

En ce qui concerne la vente de vin rouge en grande surface, les résultats 2014 par trimestre sont plutôt contrastés. Alors que le volume de vente du dernier trimestre de l'année 2014 reste le plus élevé de l'année, son résultat est le moins bon des 3 dernières années. Celui du 1^{er} trimestre est par contre le meilleur. Le volume de vente généré au 2^e trimestre baisse fortement après une excellente année 2013. Le 3^e trimestre se situe dans la continuité des résultats des deux dernières années.

Comparé par trimestre, le volume de vin blanc vendu en grande surface varie fortement d'une période à l'autre. Il est le plus élevé au 4^e trimestre pour la 3^e année consécutive. Le niveau at-

teint en 2014 est toutefois le plus faible jamais enregistré depuis 2012. Le volume de vente du 1^{er} trimestre baisse par rapport à 2013, mais clôture à un niveau supérieur à celui atteint en 2012. Celui du 2^e trimestre est en hausse par rapport au trimestre correspondant de 2013. Le volume du 3^e trimestre est tendanciellement à la baisse.

La vente de vin rosé a un caractère plutôt saisonnier et se concentre principalement sur les trimestres 2 et 3. Le volume de vins rosés par trimestre évolue à la baisse dans le même sens que le total, à l'exception du 2^e trimestre qui lui, augmente.

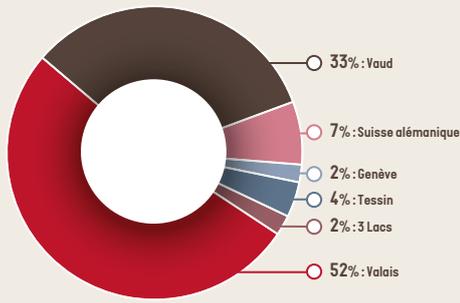


Fig. 1.4 Vin suisse AOC - Part du marché des régions de production en grande distribution en 2014

PART DU MARCHÉ DES RÉGIONS DE PRODUCTION

Au niveau régional, 52% du volume de vins suisses AOC vendus en grande distribution en 2014 proviennent du Valais et 33% du canton de Vaud, les 4 autres régions vitivinicoles suisses se partageant les 15% restants (Figure 1.4).

Cette répartition est globalement conforme au classement des régions par surface viticole à l'exception de Genève sous représentée (9.5% de la surface viticole pour une part de marché de 2%).

Les vins du Valais et du canton de Vaud sont toutefois largement surreprésentés dans les rayons des grandes surfaces par rapport aux quantités disponibles en 2014 (VS: 39.4%, VD: 28.4%)², à l'opposé des vins de Suisse alémanique peu présents dans la grande distribution (quantités disponibles de 13.7% en 2014).

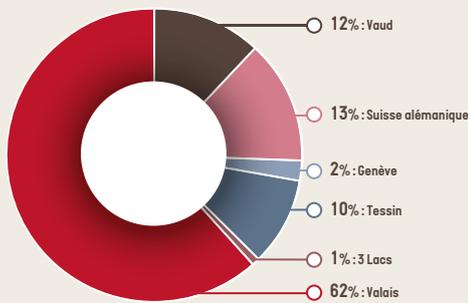


Fig. 1.4.1 Parts de marchés régionaux vins rouges grande distribution 2014

La part de marché par couleur des régions de production permet de nuancer ce classement. Tandis que le Valais écoule 62% du vin rouge vendu en grande surface, la région suisse alémanique se place en 2^e position, respectant en cela son rang en termes de surface viticole en cépages rouges.

Malgré une baisse significative de volume de ses ventes, le Canton de Vaud reste le plus grand partenaire de la grande distribution en termes de vente de vins blancs avec une part de marché de 55%.

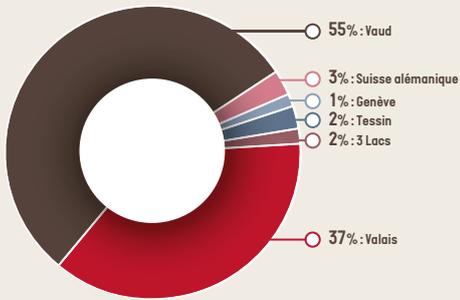


Fig 1.4.2 Parts de marchés régionaux vins blancs grande distribution 2014

Au niveau du vin rosé, 79% du volume de vin rosé vendu en grande surface provient du Valais, ce qui lui donne une position prédominante sur le marché.

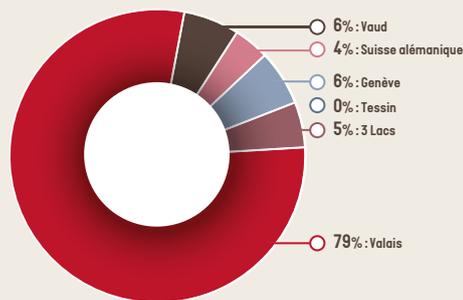


Fig 1.4.3 Parts de marchés régionaux vins rosés grande distribution 2014

² Quantités disponibles 2014 = stock initial + récolte 2014

AUGMENTATION GÉNÉRALE DU PRIX MOYEN PAR LITRE DE 1.1 % EN 2014

		ROUGE	BLANC	ROSÉ	TOTAL				
2012	Jan. - Mars		12.72		11.54		10.46		11.79
	Avr. - Juin		12.92		11.36		9.82		11.51
	Jul. - Sept.		13.03		11.68		9.86		11.70
	Oct. - Déc.		12.85		11.64		10.19		11.92
	Moyenne		12.88		11.56		10.01		11.73
2013	Jan. - Mars		13.11		11.32		9.91		11.68
	Avr. - Juin		12.46		11.86		9.83		11.65
	Jul. - Sept.		12.93		11.79		9.79		11.69
	Oct. - Déc.		13.34		11.66		9.82		12.01
	Moyenne		12.97		11.64		9.83		11.76
2014	Jan. - Mars		13.13		11.25		10.00		11.71
	Avr. - Juin		13.02		11.88		9.60		11.73
	Jul. - Sept.		13.38		11.90		9.74		11.91
	Oct. - Déc.		13.66		11.86		10.16		12.24
	Moyenne		13.31		11.71		9.82		11.90

Fig. 1.5 Vin suisse AOC - Grande distribution - Prix moyen (CHF/L) par trimestre - ● Rouge ● Blanc ● Rosé

Globalement, le prix moyen par litre du vin suisse vendu en grande surface a augmenté de 1.1% en 2014.

Le prix moyen du vin rouge par litre est en constante augmentation depuis 3 ans à l'échelle nationale (+2.6% par rapport à 2013) après une faible hausse en 2013 (+0.7% par rapport à 2012).

L'évolution des prix des vins rouges progresse également de manière régulière pour tous les trimestres 2014 par rapport à 2013 et 2012. L'année 2014 termine avec un prix moyen record de CHF 13.66 par litre.

Le prix moyen du vin blanc par litre est également en constante augmentation depuis 3 ans au niveau suisse. La hausse constatée en 2014 de 0.6% est comparable à celle enregistrée en 2013 (+0.7%).

L'évolution des prix du vin blanc par trimestre est quelque peu différente. Alors que le prix moyen au 1^{er} trimestre 2014 dégringole pour la

2^e année consécutive, le prix moyen enregistré pour les 3 autres trimestres augmente de manière constante avec une hausse très marquée enregistrée au 4^e trimestre.

En 2014, le prix moyen du vin rosé a baissé d'un centime par litre par rapport à 2013 et s'inscrit dans une tendance baissière (-1.9% par rapport à 2012). La volatilité des prix au cours de l'année 2014 (CHF 0.56 entre le prix trimestriel moyen le plus bas et le plus haut) est comparable à celle de 2012 après une année 2013 extrêmement stable.

Comparé par trimestre, l'analyse de l'évolution du vin rosé laisse entrevoir une reprise pour le 1^{er} trimestre, où le prix moyen repasse la barre des CHF 10.- après une forte baisse en 2013. Le prix du rosé plonge au 2^e trimestre de 2.4% par rapport au trimestre correspondant de 2013 et après deux années équilibrées. Le prix du rosé pour le 3^e trimestre chute pour la 2^e année consécutive. Il retrouve le niveau de 2012 au 4^e trimestre après une baisse importante subie en 2013.

REVENU DES VENTES DE VINS SUISSES EN GRANDE SURFACE EN BAISSÉ DE 1.6 % EN 2014

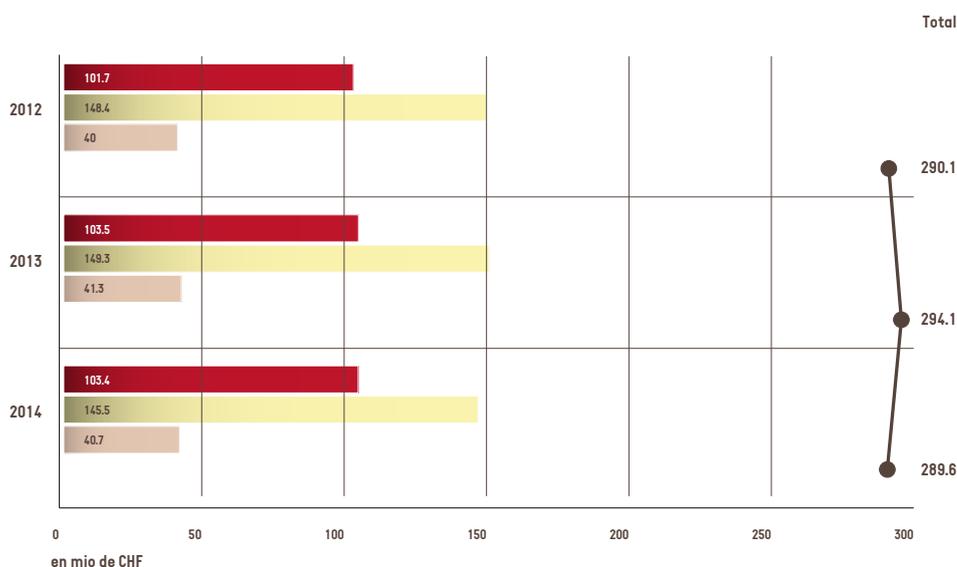


Fig. 1.6 Evolution du revenu des ventes de vins AOC suisses en grande distribution - ● Rouge ● Blanc ● Rosé

Selon nos estimations, le revenu des ventes auprès des grands distributeurs répertoriés par la société Nielsen s'élèvent à environ CHF 290 millions en 2014 (Fig. 1.6).

La baisse du volume des ventes (-2.7%) n'ayant pas été compensée par une augmentation équivalente des prix (+1.1%), le revenu des ventes en grande surface a diminué en 2014 de 1.6% (Fig. 1.7).

Le marché a réagi à une augmentation du prix moyen des vins rouges en 2014 (+2.6%) par une baisse de volume équivalente (-2.6%), tandis que l'augmentation du prix moyen en 2013 (+0.7%) avait été accompagnée d'une hausse du volume des ventes. Cette situation doit être analysée en détail et notamment en regard de l'offre de vins suisses disponibles sur le marché. Elle laisse supposer un réajustement de l'assortiment en cours d'année, une tendance à

acheter des vins plus chers à quantité constante ou un transfert vers la consommation de vins étrangers meilleurs marché.

La relation entre l'évolution du prix moyen de vins blancs par litre (+0.6%) et le volume des ventes de vins blancs en 2014 (-3.1%) révèle une forte élasticité des prix (5.16), ce qui signifie une baisse du chiffre d'affaire généré par la vente de vins blancs en grande surface en 2014. Cette forte réaction des consommateurs à une augmentation des prix fait suite à une faible

élasticité des prix en 2013 (0.14). La forte progression de la consommation de vins blancs étrangers (+6.9%) constitue certainement une part importante de l'explication.

La relation entre la variation du prix du vin rosé et la quantité vendue est anormale en 2014, dès lors que la légère baisse de prix (-0.1%) entraîne une baisse de volume (-1.3%). Cette situation fait suite à une année 2013 marquée par une forte élasticité des prix (2.9).

Cantons	Volume			Rouge			Blanc			Rosé		
	En litre	Prix	CAF	En litre	Prix	CAF	En litre	Prix	CAF	Vo-lume	Prix	CAF
Valais	-2.3%	1.2%	-1.1%	-3.2%	2.7%	-0.5%	-2.7%	0.6%	-2.1%	-0.3%	0.0%	-0.3%
Vaud	-3.5%	0.9%	-2.7%	-0.8%	6.9%	6.1%	-3.5%	-0.1%	-3.6%	-12.1%	3.3%	-9.2%
Suisse alémanique	-1.3%	1.8%	0.5%	-4.2%	2.2%	-2.1%	10.4%	0.5%	10.9%	-4.5%	2.1%	-2.5%
Genève	13.4%	-1.3%	11.9%	11.1%	-2.7%	8.2%	13.9%	-2.6%	10.9%	14.8%	2.8%	18.1%
Tessin	0.3%	-0.1%	0.1%	0.1%	-0.4%	-0.3%	-0.3%	1.2%	0.9%	18.9%	-11.4%	5.4%
3 Lacs	-23.2%	8.5%	-16.6%	-25.7%	6.9%	-20.6%	-28.1%	15.4%	-17.1%	-16.2%	1.9%	5.4%
Total	-2.7%	1.1%	-1.6%	-2.6%	2.6%	-0.1%	-3.1%	0.6%	-2.6%	-1.3%	-0.1%	-14%

Fig. 1.7 Elasticité des prix des vins AOC suisses en grande surface en 2014 par région vitivinicole



MARCHÉS RÉGIONAUX DES VINS

VINS DU VALAIS BAISSE GÉNÉRALE DES VENTES EN GRANDE SURFACE DE 2.3 % EN MOYENNE

Selon les données fournies par Nielsen, la grande distribution a vendu un total de 126'870 hl de vins AOC valaisans en 2014, dont 37.9% étaient du vin blanc, 36.3% du vin rouge et 25.8% du vin rosé. Ce volume de vente en grande surface a baissé de 2.3% par rapport à 2013 (Figure 2.1.1).

Alors même que la récolte 2013 fut la plus faible des 50 dernières années en Valais selon le rapport officiel des vendanges 2013 édicté par l'Etat du Valais avec un encavage cantonal de 32.65 mio l. alors que le volume moyen sur 10 ans se situe à 39.23 mio l, l'évolution des volumes vendus en grande distribution ne fait pas état d'une baisse aussi marquée.

Même si la baisse par couleur de vin est générale, le recul du volume des ventes de vins rouges (48'090 hl) est le plus fort (-3.2%).

A l'opposé, le prix moyen du vin rouge par litre n'a cessé d'augmenter depuis 3 ans, passant de CHF 12.25 en 2012 à CHF 12.74 en 2014 (Figure 2.1.3). La hausse de prix étant inférieure

à la baisse de volume, le produit des ventes a diminué, ce qui laisserait sous-entendre que l'élasticité des prix est plutôt forte pour les vins rouges valaisans. Il est également intéressant de constater que la volatilité des prix moyens par trimestre est plutôt forte en 2014 avec un pic au-dessus des CHF 13.- sur le dernier trimestre 2014. Une analyse plus poussée de l'offre et de la demande devrait permettre à l'OSMV d'évaluer si ce niveau de prix peut s'installer durablement sur les marchés.

	2012	2013	2014
Rouge	4929	4967 ▲ 0.8%	4809 ▼ -3.2%
Blanc	4724	4734 ▲ 0.2%	4605 ▼ -2.7%
Rosé	3253	3284 ▲ 1.0%	3273 ▼ -0.3%
Total	12'906	12'986 ▲ 0.6%	12'687 ▼ -2.3%

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

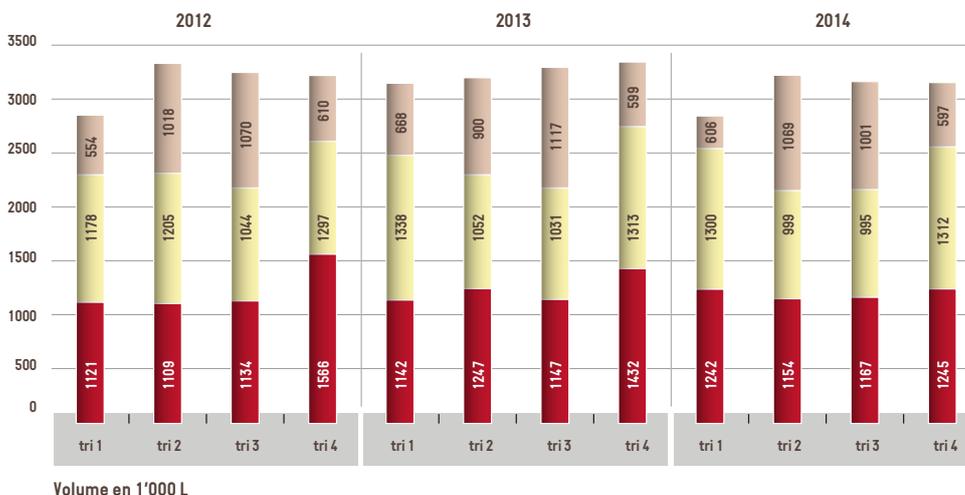


Fig. 2.1.2 Vin AOC Valais - Grande distribution - Volume de vente par trimestre - Rouge Blanc Rosé

PROGRESSION MARQUÉE DU PRIX MOYEN PAR LITRE PLUS PARTICULIÈREMENT POUR LE VIN ROUGE

En 2014, le marché du vin blanc en grande surface (46'050 hl) a connu une évolution opposée à celle du vin rouge avec une augmentation du prix moyen par litre de 0.6% et donc inférieure à la baisse du volume des ventes (-2.7%). Dans ce cas, l'augmentation des prix a entraîné une baisse du chiffre d'affaire. La volatilité par trimestre est toutefois légèrement moins marquée que pour le vin rouge.

Le volume de vins rosés (32'730 hl), qui inclut la Dôle Blanche, a subi une baisse moins import-

ante par rapport à 2013 (-0.3%). Le prix moyen annuel est resté stable en 2014 et reste inférieur au niveau atteint en 2012. Le volume de vente s'est avéré clairement le plus élevé pendant le trimestre où le prix moyen est le plus bas, en l'occurrence d'avril à juin 2014. Cette conclusion devra toutefois être vérifiée sur la base d'éléments statistiques plus précis permettant de mesurer l'efficacité des actions promotionnelles³.

³ Fonctionnalité prochainement disponible

		ROUGE		BLANC		ROSÉ	
2012	Jan. - Mars		12.32		11.53		10.18
	Avr. - Juin		12.35		10.74		9.31
	Jul. - Sept.		12.38		11.78		9.41
	Oct. - Déc.		12.03		11.64		9.73
	Moyenne		12.25		11.41		9.57
2013	Jan. - Mars		12.78		11.27		9.48
	Avr. - Juin		11.62		11.60		9.45
	Jul. - Sept.		12.29		11.72		9.31
	Oct. - Déc.		12.86		11.65		9.65
	Moyenne		12.40		11.55		9.45
2014	Jan. - Mars		12.68		11.21		9.77
	Avr. - Juin		12.24		12.07		9.13
	Jul. - Sept.		12.70		11.73		9.41
	Oct. - Déc.		13.29		11.62		9.76
	Moyenne		12.74		11.62		9.45

Fig. 2.1.3 Vin AOC Valais - Grande distribution - Prix moyen (CHF/L) par trimestre - ● Rouge ○ Blanc ○ Rosé

TREND CONFIRMÉ EN FAVEUR DES SPÉCIALITÉS

En 2014 les vins valaisans traditionnels continuent leur glissade au profit des spécialités. Alors qu'ils représentaient en 2012 79,8% du volume de vente en grande surface, ils ne représentent aujourd'hui plus que 79,3% du total des ventes. Dans le cas du Fendant et de la Dôle Blanche, la baisse ne concerne pas seulement le volume, mais également le prix moyen par litre.

Parmi les spécialités valaisannes, ce sont avant tout les assemblages de vins rouges qui rencontrent la plus grosse progression en grande surface (+10,4%). Le Cornalin et le Pinot Gris gagnent un peu de terrain également.

Il semble que les consommateurs soient prêts à

dépenser plus pour les spécialités telles que la Petite Arvine (+6%) et pour des vins issus de mono-cépages à forte notoriété tels que la Syrah (+14%) au dépens toutefois du volume (-10% pour la Petite Arvine, respectivement -19,1% pour la Syrah).

Afin de tirer des conclusions plus robustes, l'analyse future de l'évolution des volumes et des prix des spécialités nécessitera toutefois de prendre en compte les données de production et d'évolution des stocks. En effet, les cépages de spécialités sont souvent plus sensibles aux années climatiques et les fluctuations de volumes produits sont plus marquées que sur les cépages courants.

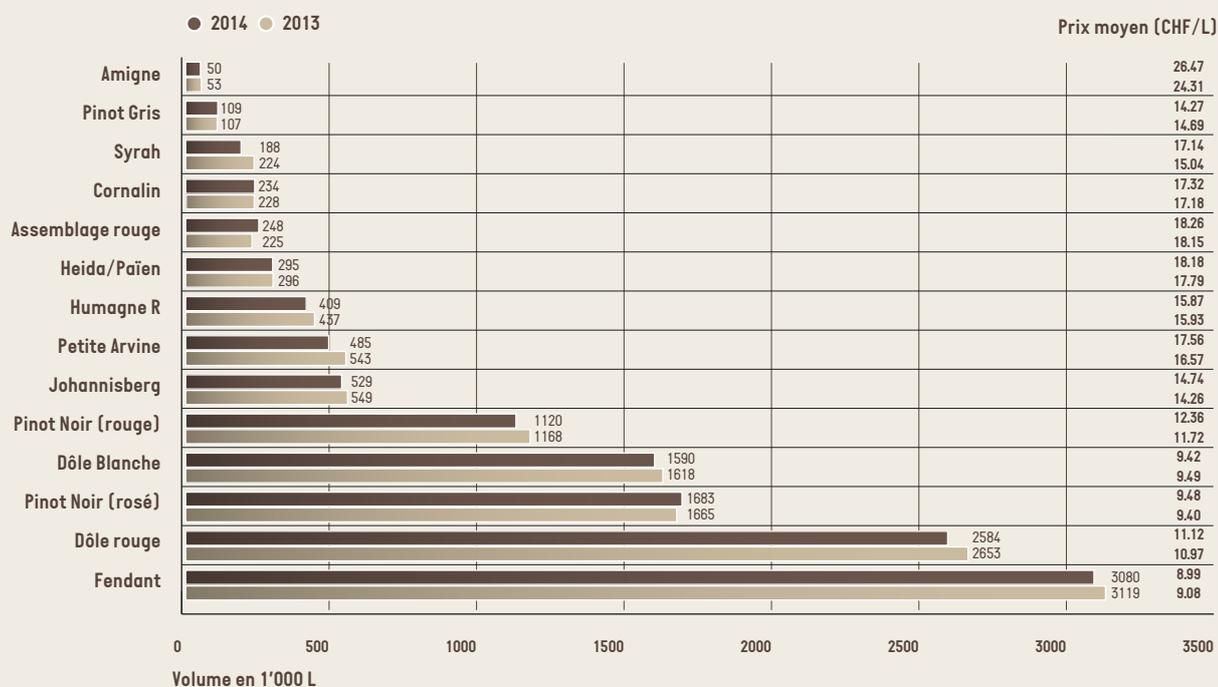


Fig. 2.1.4 Vin AOC Valais - Grande distribution - Volume vendu et prix moyen pour les principaux cépages/vins

PLUS DE 50 % DU VOLUME DES VENTES RÉALISÉES À UN PRIX MOYEN PAR CÉPAGE INFÉRIEUR À CHF 10.-

La figure 2.1.5 montre la répartition du volume des ventes en grande surface par cépage et par gamme de prix moyen. L'écart entre le prix moyen de la gamme de produits la meilleure marché (CHF 9.08 pour les Fendants) et celui de la gamme de produits la plus chère (CHF 44.48 pour un Cabernet franc) correspond à un multiplicateur de 4.9.

Sur les 29 cépages cultivés en Valais et offerts en grande surface, 3 sont vendus à un prix moyen par litre inférieur à CHF 10.- et 5 à un prix moyen situé entre CHF 10.- et CHF 15.-. Plus de la moitié sont offerts à un prix moyen inférieur à CHF 20.-. 7 produits de cépage sont tout de même offerts à un prix moyen entre CHF 20.- et CHF 25.-, mais seuls les produits de 3 cépages sont vendus à un prix moyen par litre supérieur à CHF 35.-.

La production de vins valaisans est écoulee en grande surface à un prix moyen par cépage plutôt bas, le commerce de détail n'étant de loin pas le réseau de distribution à plus forte valeur ajoutée. En effet, plus de 50% du volume des ventes de vins valaisans sont réalisées à un prix moyen par cépage inférieur à CHF 10.- par litre. A l'inverse, seul 0.6% du volume des ventes de vins valaisans en grande surface est issu de cépages écoulés à un prix supérieur à CHF 25.-.

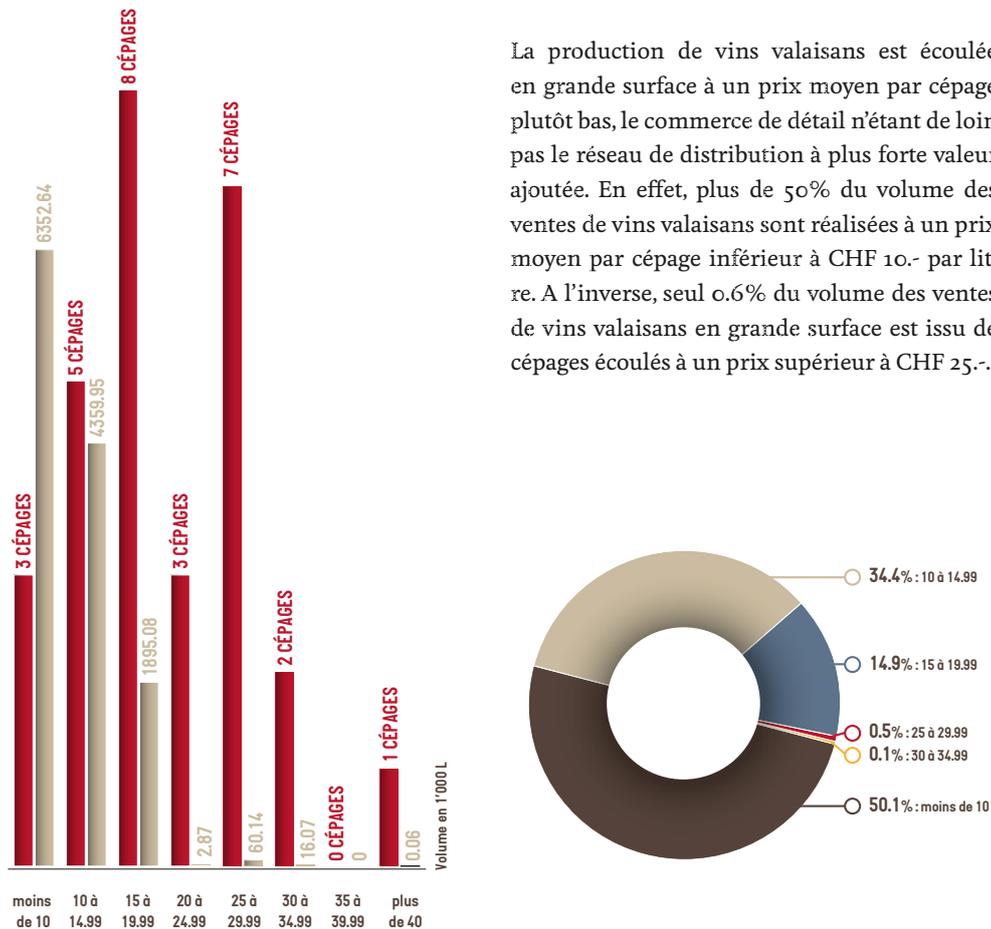


Fig. 2.1.5 Classification des cépages par gamme de prix moyen et par volume de vente

LES PLUS CONNUS ET LES MIEUX PERÇUS AU NIVEAU SUISSE

La grande distribution ne semble profiter que modérément de la vague de sympathie en faveur des vins valaisans mise en évidence dans l'étude M.I.S. Trend 2013.

Alors même que le volume de vente des vins valaisans en grande surface a tendance à baisser, les vins valaisans jouissent d'une cote de popularité supérieure à la moyenne suisse.

Le pourcentage de personnes qui citent spontanément le vin valaisan comme marque de référence est ainsi le plus élevé de Suisse. Il a même tendance à augmenter depuis 5 ans.

De même, le vin valaisan est le vin suisse le plus fréquemment cité comme consommé de manière régulière ou occasionnelle (39% en 2013, contre 29% en 2008).

Le vin valaisan est également le vin le plus souvent plébiscité comme objet de cadeau. Il est même perçu comme le meilleur, aussi bien en rouge qu'en blanc, avec une forte progression en 5 ans au niveau des vins rouges. Ce constat réjouissant est renforcé par le fait que le prix est de moins en moins considéré comme un frein à l'achat.

Il semblerait par contre que les consommateurs se montrent moins enthousiastes sur la qualité des produits offerts avec un taux d'évocation de la bonne qualité qui recule de 33 en 2008 à 27 en 2013 et que le rapport qualité-prix soit considéré comme moins favorable.

Même si les vins traditionnels sont les plus connus, la toujours plus forte présence de spécialités valaisannes en grande surface contribue à l'amélioration de leur notoriété.

	1999	2004	2008	2013	Trend
Notoriété spontanée	90	90	86	91	↕
Notoriété aidée	9	8	12	8	↘
Rythme consommation (régulière)	20	16	14	15	= ↕
Rythme consommation (temps en temps)	36	30	29	39	↕
Cadeau (vin suisse)		36	30	34	↕
Meilleurs vins rouges	57	57	51	57	↕
Meilleurs vins blancs	56	57	53	55	↕
Publicité vins suisses				25	1 ^{er}

PRINCIPALES ÉVOICATIONS SPONTANÉES

	1999	2004	2008	2013	Trend
Bonne qualité		30	33	27	↘↘
Grande qualité		15	16	14	↘
Cher		10	8	7	= ↘
Rapport qualité / prix intéressant		11	7	8	= ↕
Légers					
Finesse		9	6	4	↘
Moyenne qualité		5	5	3	↘
Terroir		6	5	5	=
Sympathiques		8	4	5	= ↕
Rareté					
Qualité médiocre					
Diversification (nombreux cépages)		6	3	7	= ↕
Fruités		2	3	8	= ↕
Ne sait pas / pas d'image précise		23	22	24	= ↕

CÉPAGES VALAISANS (NOTORIÉTÉ TOTALE)

	1999	2004	2008	2013	Trend
Fendant	93	94	91	94	↕
Dôle	93	95	91	94	↕
Chardonnay				93	
Pinot Noir du Valais		86	80	89	↕↕
Johannisberg	79	78	73	74	↕
Petite Arvine		34	36	49	↕↕
Humagne Rouge		34	33	45	↕↕
Heida / Païen		24	26	35	↕↕
Cornalin		21	25	38	↕↕
Syrah		55	57	72	↕↕
Pinot gris				72	
Amigne		30	26	33	↕

CÉPAGES VALAISANS (NOTORIÉTÉ SPONTANÉE)

	1999	2004	2008	2013	Trend
Fendant				41	
Dôle				29	
Pinot Noir du Valais				24	
Petite Arvine				17	
Johannisberg				16	
Humagne Rouge				14	
Heida / Païen				11	
Syrah				10	
Humagne Blanche				10	

ÉVOLUTION PLUS MARQUÉE (+%)

	1999	2004	2008	2013	Trend
Syrah				15	↕↕
Petite Arvine				13	↕↕
Cornalin				13	↕↕
Humagne Rouge				12	↕↕

Fig. 2.1.6 Indicateurs M.I.S. Trend
Source étude M.I.S. Trend 2013



VINS VAUDOIS

RECU DU VOLUME DES VENTES EN GRANDE SURFACE DE 3.5 %

Selon les données fournies par Nielsen, la grande distribution a vendu un total de 79'530 hl de vins AOC vaudois en 2014. Les vins blancs vaudois forment la majeure partie des ventes en grande distribution (85.4%). Ils sont surreprésentés en grande surface, si on considère qu'ils représentent un peu moins de 3/4 de la consommation totale de vins vaudois, au contraire du vin rouge.

Les vins rouges vaudois représentent 11.5% du volume total des vins vaudois vendus en grande distribution. Le volume vendu a baissé de 0.8% pour s'établir à 9170 hl.

Le volume de vente de vins vaudois en grande surface a reculé de 3.5% par rapport à 2013 (Figure 2.2.1). Cette baisse concerne toutes les couleurs de vin. Elle est toutefois plus marquée pour les vins rosés (-12.1%) et pour les vins blancs (-3.5%).

Ce recul doit toutefois être relativisé, notamment pour le vin blanc, où le volume de vente 2014 (67'910 hl) est supérieur de 230 hl à la moyenne annuelle des 6 dernières années et si on considère la baisse des quantités disponibles de vins vaudois de 10.2% en 2014, toutes couleurs de vin confondues.

	2012	2013	2014
Rouge	972	924	917
		▼ -4.9%	▼ -0.8%
Blanc	7115	7040	6791
		▼ -1.1%	▼ -3.5%
Rosé	213	279	245
		▲ 30.8%	▼ -12.1%
Total	8299	8242	7953
		▼ -0.7%	▼ -3.5%

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

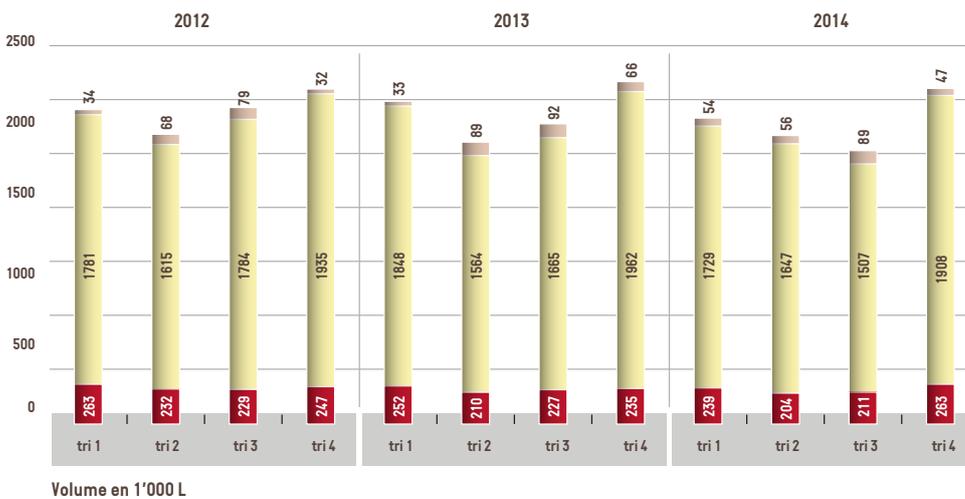


Fig. 2.2.2 Vin AOC Vaud - Grande distribution - Volume de vente par trimestre - Rouge Blanc Rosé

AUGMENTATION GÉNÉRALISÉE DES PRIX MOYENS PAR LITRE

En ce qui concerne le vin blanc, le prix moyen par trimestre suit un développement inverse à celui du volume vendu, à l'exception du 1^{er} trimestre de l'année 2014, où les prix moyens ont été anormalement bas pour les raisons liées aux déclassements de vins AOC en vue de réduire les stocks.

Depuis 3 ans, le prix moyen du vin blanc vaudois par litre est relativement stable. La volatilité des prix par trimestre est très similaire, ce qui donne l'impression d'une forte concertation entre distributeurs et producteurs sur la stratégie commerciale adoptée.

Une analyse plus poussée des facteurs d'influence de l'offre et de la demande devra permettre d'évaluer si la tendance observée à l'augmentation du prix moyen du vin blanc peut raisonnablement se poursuivre en 2015.

Le prix moyen par litre de vin rouge vaudois progresse pour la deuxième année consécutive (+6.9%), augmentant de CHF 1.01 en 3 ans. Il

a passé la barre symbolique des CHF 12.- avec une pointe à CHF 12.40 lors du 2^e trimestre de l'année 2014. Il y aurait lieu d'analyser l'offre en détail pour être en mesure d'établir si le prix moyen par litre peut durablement s'installer au-dessus de CHF 12.-.

L'augmentation du prix moyen par litre de vin rouge étant largement supérieure à la baisse du volume des ventes, il y a tout lieu de penser que la réaction du consommateur à une augmentation des prix est relativement faible.

En 2013, la vente de vin rosé fut très élevée (2'790 hl) malgré une météo difficile. Le volume de vin rosé vendu en 2014 (2'450 hl) n'a pas pu être maintenu à ce niveau. Calculée sur les 6 dernières années, la moyenne de volume de vente annuelle de rosé se situe à 2'396 hl. Quant au prix moyen par litre en 2014, il est 3,3% plus élevé qu'en 2013. La volatilité des prix moyens du vin rosé est redescendue au niveau 2012 après une année 2013 mouvementée.

		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		11.05		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.		11.62		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

Fig. 2.2.3. Vin AOC Vaud - Grande distribution - Prix moyen [CHF/L] par trimestre - ● Rouge ● Blanc ● Rosé

HÉGÉMONIE DU VIN BLANC DE LA CÔTE EN GRANDE SURFACE

Les appellations Chablais, Lavaux et La Côte offrent avant tout du vin blanc en grande surface.

Les résultats 2014 confirment l'hégémonie des vins de la Côte dans la grande distribution.

La disparité au niveau des prix moyens de vente par litre de vin blanc est particulièrement marquée. Alors que les vins blancs de la Côte s'écoulaient en 2014 à un prix moyen de CHF 9.20 par litre, les vins blancs du Chablais étaient vendus à un prix supérieur à CHF 16.-.

Le prix moyen par litre de vin rouge vaudois est particulièrement élevé à l'échelle suisse. C'est le cas notamment des vins du Chablais (CHF 20.67) et de Lavaux (CHF 20.35). A titre comparatif, le prix des vins rouges de la Côte (CHF 11.96) se situe entre celui de la Dôle (CHF 11.12) et du Pinot noir (CHF 12.36).

Les données disponibles ne permettent pas à l'OSMV d'établir une classification par cépage et par gamme de prix moyen.

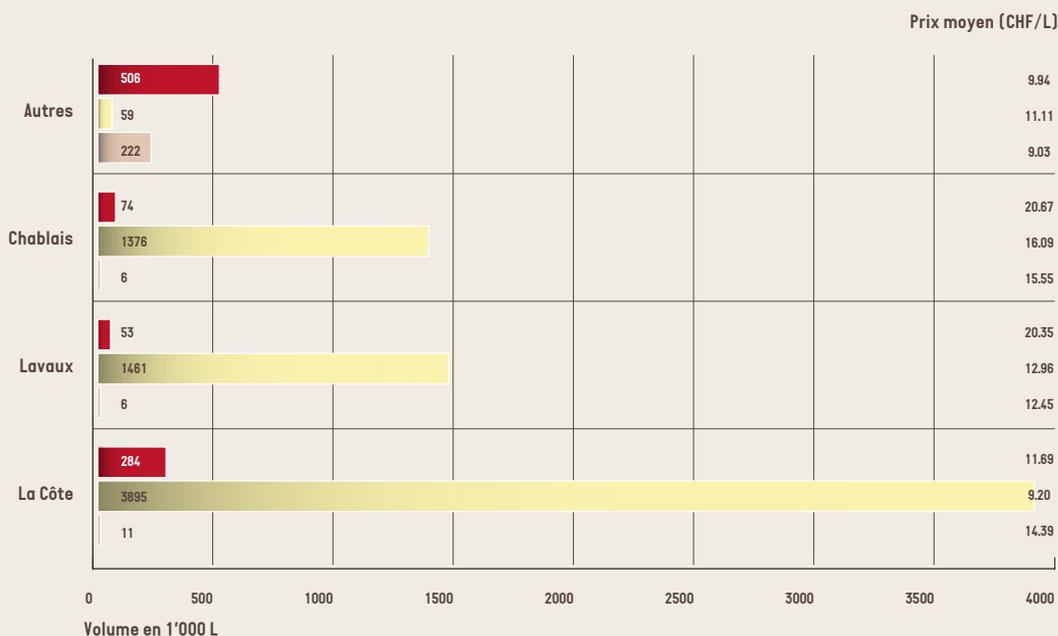


Fig. 2.2.4 Vin AOC Vaud - Grande distribution - 2014 Volume de vente et prix moyen par région - ● Rouge ○ Blanc ○ Rosé

DÉFICIT D'IMAGE EN LIEN AVEC LA GRANDE DISTRIBUTION ?

Même s'il est difficile d'établir une corrélation précise entre les résultats de l'étude de marché M.I.S. Trend 2013 et ceux observés auprès de la grande distribution, un certain nombre d'éléments comparatifs paraissent néanmoins révélateurs d'une forme de déficit d'image.

Le vin blanc vaudois, longtemps considéré comme le meilleur du pays a perdu 17 points en 14 ans.

La perception de qualité est moins bonne (-7 points entre 2008 et 2013).

Des études plus fouillées permettront à l'OSMV de vérifier s'il y a une corrélation entre l'offre en grande surface et la baisse de la qualité perçue.

Le choix d'un vin vaudois comme produit de consommation régulière stagne. Le choix d'un vin vaudois comme produit de consommation occasionnelle poursuit son recul certes moins marqué.

En termes de notoriété spontanée, les gros efforts promotionnels entrepris par l'Office des vins vaudois semblent combler la baisse de notoriété des 5 dernières années, même si aucune appellation ne se distingue véritablement.

Le prix ne semble pas être un élément déterminant. Ce facteur est pourtant plus critique au niveau de la grande distribution.

	1999	2004	2008	2013	Trend
Notoriété spontanée	82	80	74	79	↕
Notoriété aidée	15	16	20	16	↘
Rythme consommation (régulière)	15	11	11	11	=
Rythme consommation (temps en temps)	33	29	26	25	= ↘
Cadeau (vin suisse)		20	19	16	↘
Meilleurs vins rouges	37	33	25	28	↕
Meilleurs vins blancs	67	57	52	50	↘
Publicité vins suisses				13	2*

PRINCIPALES ÉVOCATIONS SPONTANÉES

Bonne qualité			27	20	↘ ↘
Grande qualité			13	9	↘
Cher			6	5	= ↘
Rapport qualité / prix intéressant			4	5	= ↕
Légers			3	3	=
Finesse			5	5	↘
Moyenne qualité			6	4	↘
Terroir			2	2	=
Sympathiques			5	5	= ↕
Rareté					
Qualité médiocre					
Diversification (nombreux cépages)			1	4	= ↕
Fruités			2	4	= ↕
Ne sait pas / pas d'image précise			31	33	= ↕

RÉGIONS VAUDOISES (NOTORIÉTÉ SPONTANÉE)

Lavaux				17	
La Côte				15	
Aigle				14	
Épesses				13	
St-Saphorin				12	

Fig. 2.2.6 Indicateurs M.I.S. Trend
Source étude M.I.S. Trend 2013

VINS DE SUISSE ALÉMANIQUE

FORTE PROGRESSION EN 2013, LÉGER FLÉCHISSEMENT EN 2014

Selon les données fournies par Nielsen, la grande distribution a vendu un total de 15'860 hl de vins AOC issus des vignobles de Suisse alémanique en 2014.

Le volume de vente de vins de Suisse alémanique en grande surface a fléchi de 1.3% par rapport à 2013 (Figure 2.3.1) après une année de forte progression (+12.4% en 2013) due à une plus large distribution des vins rouges et des vins rosés.

La part du marché de vin rouge constitue 66,5% de l'offre de vins de Suisse alémanique en grande surface, le vin blanc 22% et le vin rosé 11,5%.

Le volume de vin rouge a reculé de 4.2% en 2014. La chute a été particulièrement marquée au 2^e trimestre, accompagnée d'une hausse du prix moyen par litre, ce dernier atteignant un niveau similaire à la moyenne 2012. Le volume vendu au 3^e trimestre et au 4^e est remonté à un niveau de prix similaire. En 2014, le volume de vin rosé issu des cépages de Suisse alémanique est en recul de 4.5%. En 2 ans, le volume de vin rosé issu des vignobles suisses alémaniques a toutefois progressé de 58%. Le prix moyen par

litre a certes baissé dans le même laps de temps, mais seulement de 1.6%.

Le volume de vin blanc a enregistré une progression spectaculaire en 2014 (+10.4%) avec un volume jamais atteint de 960 hl lors du 3^e trimestre et des scores trimestriels supérieurs à ceux enregistrés en 2013.

La proportion de vins suisses alémaniques vendus en grande distribution étant assez faible, l'évolution des chiffres ci-dessus prennent une signification toute relative.

	2012	2013	2014
Rouge	993	1'100	1'054
		▲ 10.8%	▼ -4.2%
Blanc	324	317	350
		▼ -1.9%	▲ 10.4%
Rosé	115	190	182
		▲ 65.5%	▼ -4.5%
Total	1'431	1'608	1'586
		▲ 12.4%	▼ -1.3%

Fig. 2.3.1 Vin AOC Suisse alémanique Grande distribution Volume de vente [1'000L] par année

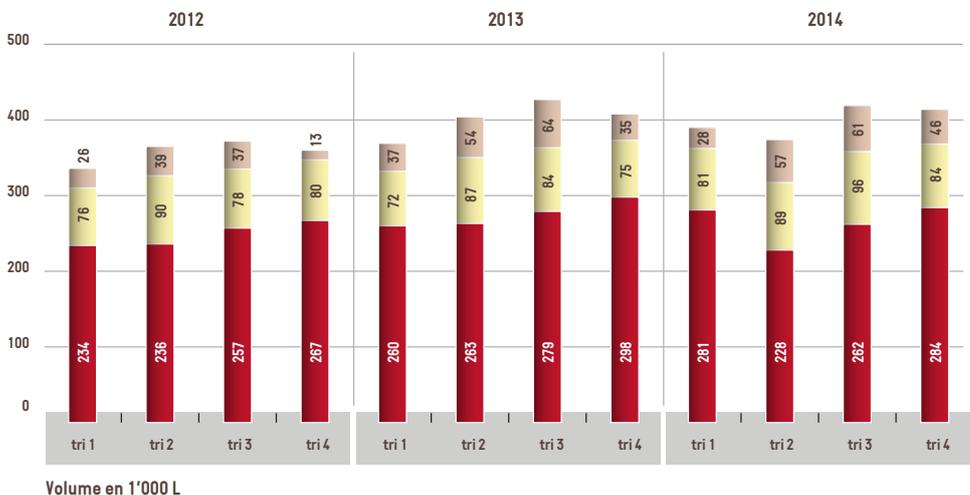


Fig. 2.3.2 Vin AOC Suisse alémanique - Grande distribution - Volume de vente par trimestre - ● Rouge ● Blanc ● Rosé

HAUSSE GÉNÉRALE DES PRIX MOYENS PAR LITRE

Les prix annuels pour toutes les couleurs de vin sont supérieurs aux prix moyens 2013, mais inférieurs à ceux pratiqués en 2012, à l'exception du vin blanc.

La baisse du volume des ventes des vins rouges (-4.2%) étant supérieure à l'augmentation du prix moyen par litre, le chiffre d'affaire généré par la grande distribution a donc baissé. Même constat pour les vins rosés, dont le prix moyen a reculé de 2.1%.

Les vins blancs suivent une évolution inverse avec l'augmentation à la fois du volume vendu et du niveau de prix (+0.5%).

Le prix moyen pour les vins rouges et pour les vins blancs affiché pour le dernier trimestre 2014 est identique. Il s'approche de la barre jamais atteinte des CHF 14.- pour les vins blancs.

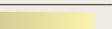
		ROUGE		BLANC		ROSÉ	
2012	Jan. - Mars		13.74		12.31		12.05
	Avr. - Juin		13.74		12.62		11.78
	Jul. - Sept.		13.68		13.31		12.28
	Oct. - Déc.		14.16		13.46		12.67
	Moyenne		13.84		12.92		12.10
2013	Jan. - Mars		13.66		13.24		11.89
	Avr. - Juin		13.59		13.55		11.58
	Jul. - Sept.		13.26		13.46		11.61
	Oct. - 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		13.91		11.89
	Moyenne		13.76		13.56		11.91

Fig. 2.3.3 Vin AOC Suisse-almannique - Grande distribution - Prix moyen (CHF/L) par trimestre - ● Rouge ● Blanc ● Rosé

LES VINS ROUGES DE SCHAFFHOUSE LES PLUS PRÉSENTS EN GRANDE DISTRIBUTION

Avec un volume de 6'910 hl, les vins rouges de Schaffhouse sont les plus présents en grande surface, alors même que sa surface viticole (482 ha) est inférieure à celle de Zurich, le plus grand canton viticole de Suisse alémanique avec 661 ha. Le prix de vente moyen des vins rouges schaffhousois est toutefois inférieur de CHF 2.49 à la moyenne des vins rouges de Suisse alémanique.

Le volume de vente issu du vignoble zurichois est plus équilibré par couleur, avec le volume de vin blanc le plus élevé de Suisse alémanique (2020 hl).

Le niveau de prix des vins des Grisons (452 ha) est largement supérieur à la moyenne suisse alémanique aussi bien pour le vin rouge (19.32 CHF/L) que pour le vin blanc (20.92 CHF/L).

Les autres régions viticoles de Suisse alémanique, couvrant environ 700 ha, vendent leurs vins surtout par d'autres canaux de distribution, raison pour laquelle la quantité vendue en grande surface est relativement faible.

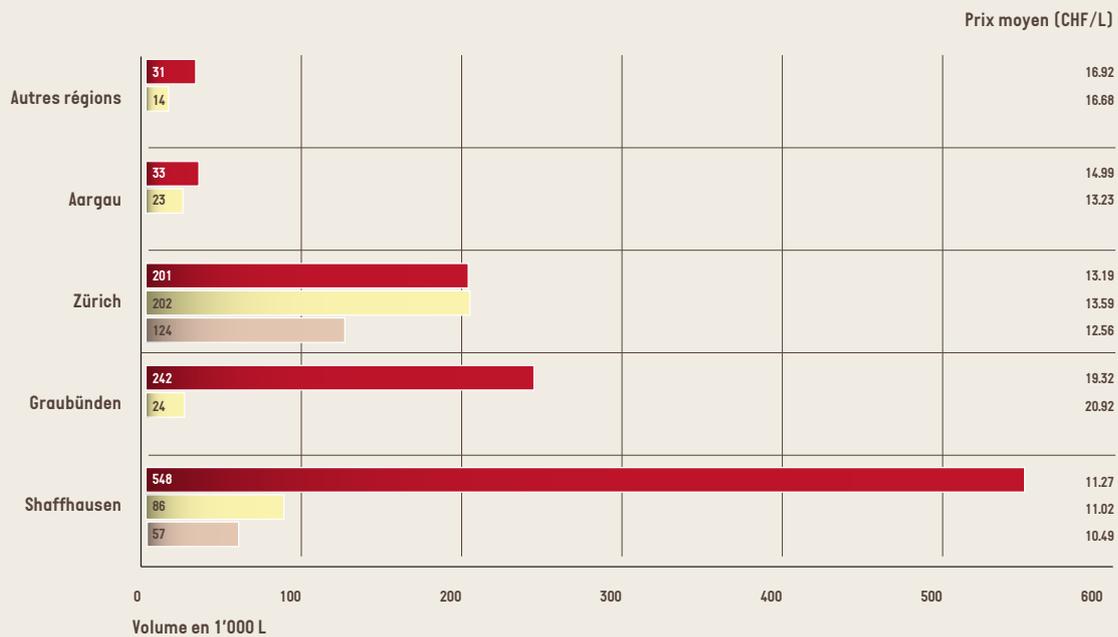


Fig. 2.3.4 Vin AOC Suisse alémanique - Grande distribution - 2014 Volume vendu et prix moyen par vin/région - ● Rouge ● Blanc ● Rosé

TOUTES LES RÉGIONS DE SUISSE ALÉMANIQUE GAGNE EN NOTORIÉTÉ DEPUIS 5 ANS

Compte tenu des faibles volumes de production, le vin de Suisse alémanique est peu présent en grande surface.

Pourtant la grande distribution profite certainement aussi des progrès accomplis par les régions viticoles de Suisse alémanique en termes de promotion. Il est réjouissant de constater que toutes les régions viticoles de Suisse alémanique ont gagné en notoriété spontanée depuis 5 ans.

Les vins des Grisons sont non seulement les plus connus, mais également considérés de loin comme les meilleurs au niveau du vin rouge, atteignant des scores tout à fait honorables à l'échelle nationale. Ils sont également les plus souvent cités comme objet de consommation régulière ou occasionnelle.

Malgré certaines dénominations bien connues et bien profilées (Blauburgunder, Hallauer, Müller Thurgau), l'image des vins de Suisse alémanique reste encore floue aux yeux des consommateurs.

L'index de qualité recule comme partout ailleurs en Suisse, même si une partie de la population sondée considère de moins en moins le vin de Suisse alémanique comme moyen à médiocre.

Le facteur prix ne semble pas être un frein à l'achat de vins de Suisse alémanique.

	Rég.	1999	2004	2008	2013	Trend
Notoriété spontanée	GR	41	40	41	46	↗
	ZH	40	36	35	42	↗
	SH		30	27	32	↗
	AG		16	17	19	↗
	TG		24	22	27	↗
Notoriété aidée	GR	28	27	28	26	↘
	ZH	27	24	25	22	↘
	SH		30	27	32	↗
	AG		24	24	23	= ↘
	TG		27	30	30	↔
Rythme consommation (régulière)	GR	3	2	2	3	= ↗
	ZH	3	2	3	1	↘
	SH		1	2	1	= ↘
	AG		1	2	1	= ↘
	TG		1	1	1	=
Rythme consommation (temps en temps)	GR	14	12	14	14	=
	ZH	8	6	7	8	= ↗
	SH		7	6	4	↘
	AG		4	6	3	↘
	TG		4	5	4	= ↘
Cadeau (vin suisse)	GR		7	6	6	=
Meilleurs vins rouges	GR	13	16	17	21	↗
	ZH		3	3	3	=
	SH	4	4	4	4	=
	AG	5	2	3	2	= ↘
Meilleurs vins blancs	GR	2	3	3	4	= ↗
	ZH			3	4	= ↗
	SH	1	2	3	3	=
Publicité vins suisses	GR				3	

PRICIPALES ÉVOCATIONS SPONTANÉES EN SUISSE ALÉMANIQUE

Bonne qualité				18	12	↘ ↘
Grande qualité				6	4	↘
Cher				5	4	= ↘
Rapport qualité / prix intéressant				2	3	= ↗
Légers					7	
Finesse				5	2	↘
Moyenne qualité				9	4	↘
Terroir				4	2	↘
Sympathiques				3	3	=
Rareté				3	3	=
Qualité médiocre				3	2	= ↘
Diversification (nombreux cépages)						
Fruités					2	
Ne sait pas / pas d'image précise				41	43	↗

CÉPAGES SUISSE ALÉMANIQUE (NOTORIÉTÉ TOTALE)

Blauburgunder					65	
Hallauer		62	62	60	62	↗
Müller Thurgau, Riesling Sylvaner					62	
Malanser		41	53	53	55	↗
Pinot Noir					52	
Chardonnay					47	
Merlot					42	
Chasselas / Gutedel					37	
Pinot Gris					37	
Zweigelt					35	
Fläscher			27	26	32	↗ ↗
Wilchinger		40	32	30	31	= ↗
Zizerser			27	28	31	↗
Stein am Rhein			20	21	29	↗ ↗

Fig. 2.3.6 Indicateurs M.I.S. Trend
Source étude M.I.S. Trend 2013

VINS DE GENÈVE

VOLUME DE VENTE DE VINS AOC GENEVOIS EN GRANDE SURFACE EN HAUSSE DE 13.4%

Selon les données fournies par Nielsen, la grande distribution a vendu un total de 5'870 hl de vins AOC genevois en 2014.

Le volume vendu de vins genevois en grande surface a progressé d'une manière spectaculaire avec une augmentation de 13.4% en 2014, après un accroissement des ventes de 15.5% en 2013.

Genève est la seule région viticole où la part du marché du rosé en grande distribution (41.4%) est comparativement supérieure à celle du vin rouge (30.5%) et du vin blanc (28.1%).

L'augmentation des ventes de vin rosé concerne tous les trimestres à l'exception du dernier, en léger fléchissement après un 3^e trimestre record (880 hl). L'évolution trimestrielle du mar-

ché des vins blancs genevois est similaire à celle des vins rosés, avec un volume de vente jamais atteint au 2^e trimestre 2014 (530 hl). La volatilité des volumes de vente des vins rouges genevois en 2014 est similaire à celle de l'année 2013 avec également un 3^e trimestre record (490 hl).

	2012	2013	2014
Rouge	160	161	179
		▲ 0.3%	▲ 11.1%
Blanc	114	145	165
		▲ 26.5%	▲ 13.9%
Rosé	173	212	243
		▲ 22.5%	▲ 14.8%
Total	448	517	587
		▲ 15.5%	▲ 13.4%

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

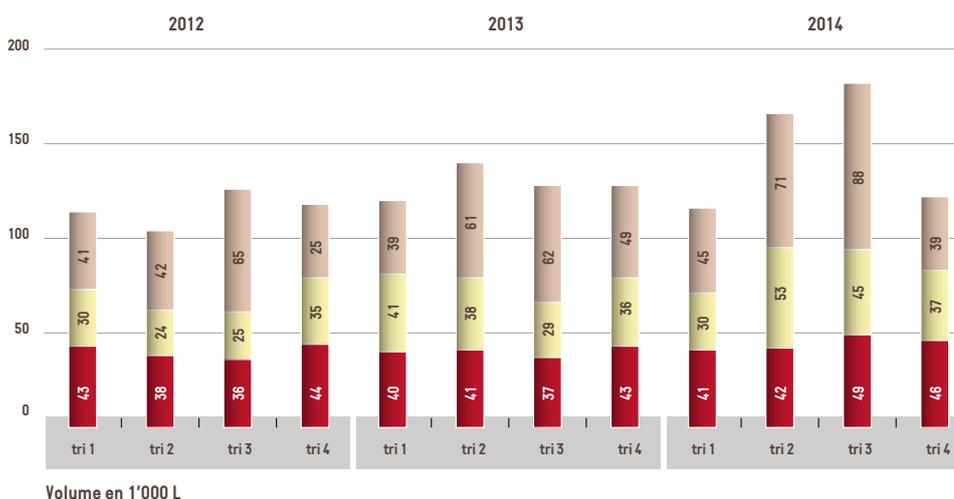


Fig. 2.4.2 Vin AOC Genève - Grande distribution - Volume de vente par trimestre - ● Rouge ● Blanc ● Rosé

PRIX MOYEN PAR LITRE DU VIN ROSÉ LE PLUS BAS DE SUISSE

Les prix moyens annuels moyens du vin blanc (+14.8%) et le prix de vente moyen par litre et du vin rouge sont les plus bas de ces 3 dernières années, tandis que le niveau de prix du vin rosé se redresse à CHF 8,38, à un niveau certes de 1.8% inférieur à 2012.

Même si la percée est fulgurante pour toutes les couleurs de vin, la relation entre prix et quantité ne suit pas la même logique. Alors que l'augmentation des volumes de vins rouges (+11.1%) et de vins blancs vendus (+13.9%) s'accompagne logiquement d'une baisse de prix de 2.7%, respectivement de 2.6%, les producteurs de vins rosés genevois ont réussi le joli tour de force d'augmenter à la fois la quantité vendue

(+14.8%) et le prix de vente moyen par litre (+2.8%). Il faut toutefois relever que le prix moyen du rosé est le plus bas de Suisse.

La forte variabilité des prix moyens par litre, plus particulièrement pour le vin blanc (écart de CHF 2.26 entre les prix trimestriels extrêmes) et pour le vin rouge (écart de CHF 1.83), laisse plutôt entrevoir une politique commerciale agressive qu'une véritable tendance au niveau de la consommation.

Le relevé des promotions prévu dans le prochain rapport permettra de mieux évaluer les facteurs liés à l'élasticité des prix des vins genevois.

		ROUGE		BLANC		ROSÉ	
2012	Jan. - Mars		13.79		12.86		8.26
	Avr. - Juin		14.90		13.41		9.04
	Jul. - Sept.		13.98		12.74		8.13
	Oct. - Déc.		14.92		13.50		9.14
	Moyenne		14.41		13.15		8.53
2013	Jan. - Mars		14.61		11.83		7.91
	Avr. - Juin		14.36		11.89		8.25
	Jul. - Sept.		13.93		12.83		8.48
	Oct. - Déc.		15.21		13.70		7.81
	Moyenne		14.55		12.51		8.15
2014	Jan. - Mars		14.63		13.56		8.11
	Avr. - Juin		14.18		11.07		8.44
	Jul. - Sept.		13.05		11.60		8.24
	Oct. - Déc.		14.88		13.33		8.89
	Moyenne		14.16		12.18		8.38

Fig. 2.4.3 Vin AOC Genève - Grande distribution - Prix moyen [CHF/L] par trimestre - ● Rouge ○ Blanc ○ Rosé

ROSÉ DE GAMAY MONTE EN FLÈCHE

Le vin de Gamay est le véritable gagnant de l'année 2014 avec une progression aussi bien en volume (+13,4%) qu'en franc par litre (+2,5%). Dans ce contexte, il s'agit de noter que la plupart des rosés de Genève sont issus de Gamay, cépage de moins en moins utilisé pour les vins rouges de mono-cépages.

Les résultats 2014 confirment également une forte tendance en faveur des vins d'assemblage (rouge +36,4%; blanc +72,2%; rosé +55,6%) au

détriment des vins traditionnels mono-cépages, tels que le Chasselas (-7%), le Chardonnay (-5,1%) et le Gamay rouge (-8,3%). Seul le Gamaret échappe à cette tendance, mais à un niveau toutefois plutôt confidentiel (+77,8%).

En 2014, 41,9% des vins rouges vendus sont des assemblages. La proportion d'assemblages dans les vins blancs a fortement progressé également (+81%), atteignant une part de 37,6% dans les ventes de vin blanc genevois.

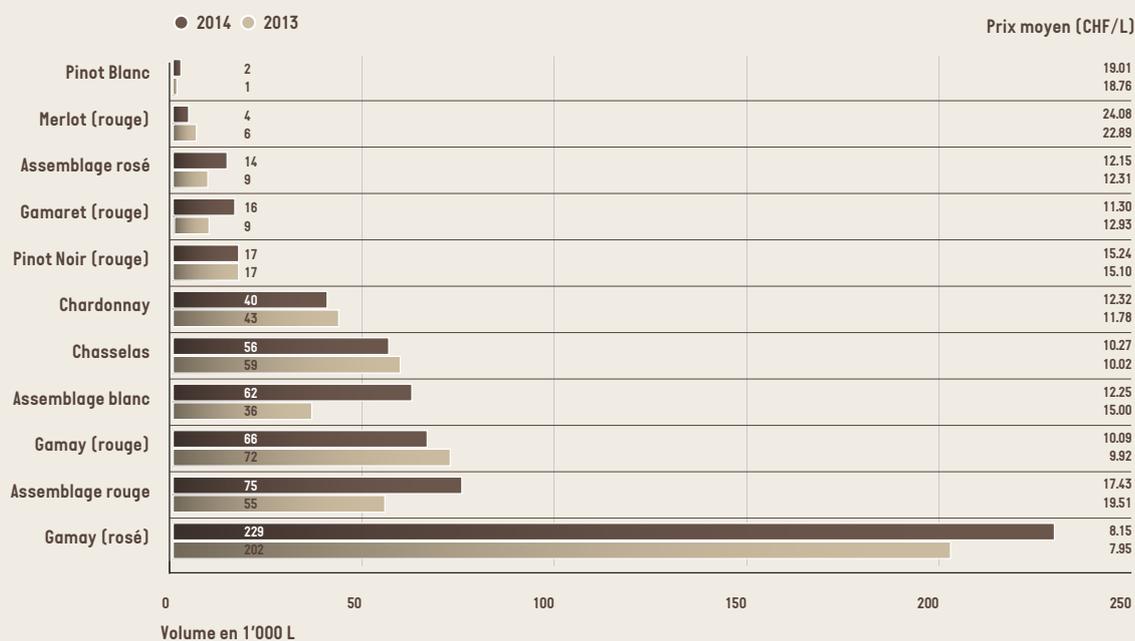


Fig. 2.4.4 Vin AOC Genève - Grande distribution - Volume vendu et prix moyen par cépage/vin

83 % DU VOLUME DES VENTES GÉNÉRÉ PAR DES VINS OFFERTS AU PRIX MOYEN ANNUEL INFÉRIEUR À CHF 15.-

En 2014, les producteurs de vins genevois ont proposé des vins issus de 20 cépages ou gammes de produits.

8 autres cépages proposent des vins à un prix moyen par litre se situant entre CHF 15.- et CHF 20.-. Ils ont généré 43,6% du volume des ventes.

Les vins issus d'un cépage, en l'occurrence du Gamay, représentant à lui seul 39,2% du volume des ventes de vins genevois ont été vendus à un prix inférieur à CHF 10.-

Enfin les produits de 6 cépages sont vendus à un prix moyen oscillant entre CHF 20.- et CHF 25.-.

L'écart entre le prix moyen le plus élevé et le plus bas correspond à un multiple de 4.

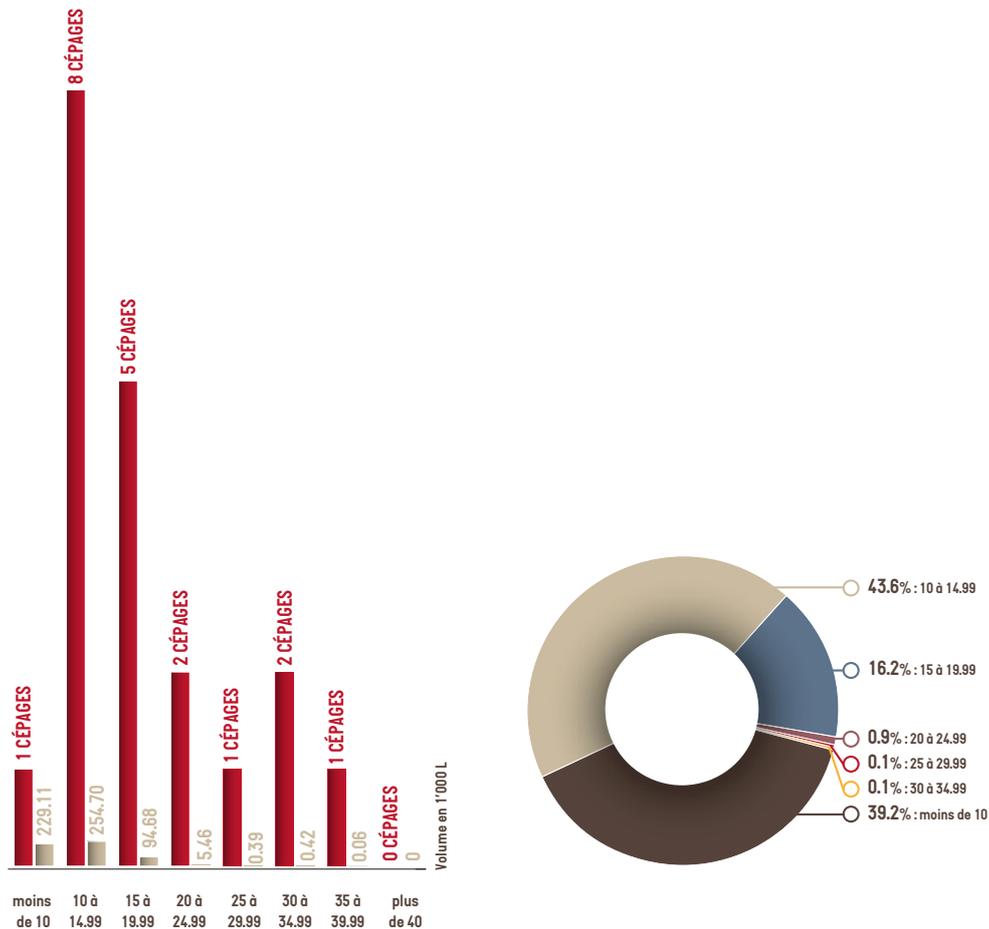


Fig. 2.4.5 Classification des cépages par gamme de prix

DYNAMISME DES VINS GENEVOIS NON REFLÉTÉ DANS L'ÉTUDE M.I.S. TREND

Le dynamisme et le succès commercial des vins genevois en grande surface ne se reflètent que partiellement dans les indicateurs de l'étude de marché M.I.S. Trend 2013, si ce n'est à travers l'augmentation du taux de notoriété spontanée, qui traduit une certaine forme d'efficacité des actions promotionnelles.

Au contraire, les évocations spontanées laisseraient entrevoir une baisse de qualité qui passerait de 15 à 7 points.

Le choix d'un vin genevois comme produit de consommation régulière ou occasionnelle semble également baisser.

Comme partout en Suisse, le prix ne semble pas être un frein à l'achat de vins genevois.

Même si le rosé de Gamay peut être considéré comme le fer de lance de la viticulture genevoise, le consommateur ne semble pas posséder une image précise des vins de cette région.

Une étude plus fouillée permettra à l'OSMV d'évaluer l'impact de l'augmentation du volume des ventes sur le facteur qualité.

	1999	2004	2008	2013	Trend
Notoriété spontanée	51	47	41	45	↕
Notoriété aidée	36	34	38	35	↘
Rythme consommation (régulière)	3	3	4	3	= ↘
Rythme consommation (temps en temps)	36	28	26	24	↘
Cadeau (vin suisse)		3	4	3	= ↘
Meilleurs vins rouges		3	4	3	= ↘
Meilleurs vins blancs	56	57	53	55	↘
Publicité vins suisses				2	

PRINCIPALES ÉVOCATIONS SPONTANÉES

Bonne qualité			15	7	↘↘
Grande qualité			5	3	↘
Cher			3	2	= ↘
Rapport qualité / prix intéressant			2	2	=
Légers					
Finesse			3	1	↘
Moyenne qualité			3	2	= ↘
Terroir			2	1	= ↘
Sympathiques			1	1	=
Rareté			2	1	= ↘
Qualité médiocre					
Diversification (nombreux cépages)					
Fruités					
Ne sait pas / pas d'image précise			64	71	↕

CÉPAGES GENEVOIS (NOTORIÉTÉ SPONTANÉE)

Gamay				6	
Pinot Noir				5	
Gamaret				3	
Chasselas				3	
Pinot Gris				3	
Satigny				4	

Fig. 2.4.6 Indicateurs M.I.S. Trend
Source étude M.I.S. Trend 2013



VINS TESSINOIS

GRANDE STABILITÉ DU MARCHÉ DES VINS TESSINOIS

Selon les données fournies par Nielsen, 10'950 hl de vin AOC tessinois ont été vendus en grande surface en 2014, ce qui représente une légère progression de +0.3% par rapport à 2013.

En 2014, le vin rouge représente 69.1% du volume des ventes de vins tessinois en grande distribution, le blanc 29.2% et le rosé seulement 1.7%.

Tandis que le volume de vente des vins rouges stagne en 2014 à 7'570 hl (+0.1%), celui du vin blanc baisse légèrement (-0.3%) pour s'établir à 3'200 hl après une forte progression en 2013 (+10.7%), principalement dû au Merlot bianco. Bien que le volume de vins rosés tessinois soit très faible, la quantité vendue a grimpé de 18.9%, atteignant 190 hl.

plus saisonnier en ce qui concerne le volume de vente en grande surface. Les vins rouges sont vendus principalement pendant la deuxième moitié de l'année. Les vins blancs sont écoulés principalement de juillet à septembre.

	2012	2013	2014
Rouge	767	756	757
		▼ -1.4%	► 0.1%
Blanc	289	320	320
		▲ 10.7%	▼ -0.3%
Rosé	13	16	19
		▲ 16.0%	▲ 18.9%
Total	1070	1093	1095
		▲ 2.1%	▲ 0.3%

De toutes les régions vitivinicoles suisses, le marché tessinois est le plus stable, mais aussi le

Fig. 2.5.1 Vin AOC Tessin
Grande distribution - Volume de vente [1'000L] par année

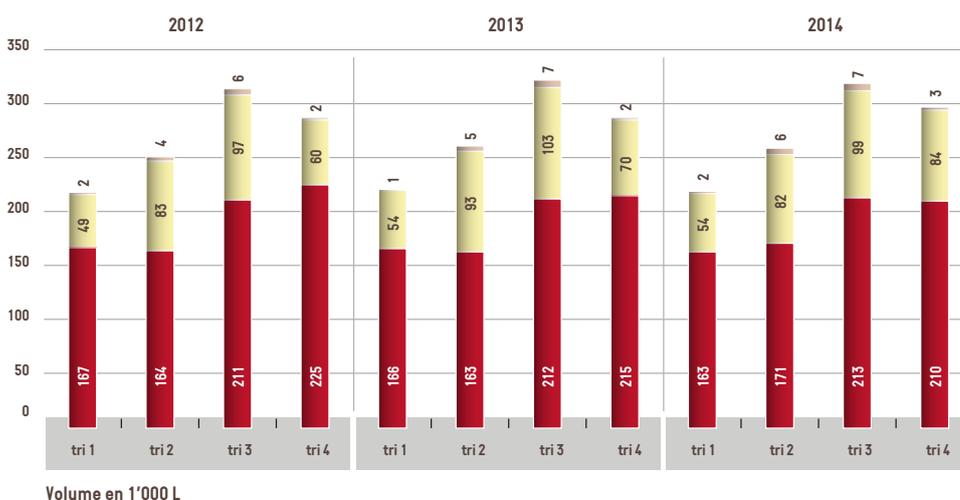


Fig. 2.5.2 Vin AOC Tessin - Grande distribution - Volume de vente par trimestre - ● Rouge ● Blanc ● Rosé

VARIATION CONTRASTÉE DES PRIX MOYENS PAR LITRE DES VINS TESSINOIS

L'évolution du prix moyen par litre des vins tessinois varie fortement d'une couleur à l'autre. Tandis que le prix moyen par litre de vin rouge (17.02 CHF/L) est resté relativement stable en 2014 (-0.4%), celui du vin blanc tessinois a augmenté de 1.2% pour se situer au niveau de 2012. Le prix du vin rosé chute fortement pour la deuxième année consécutive (-11.4%).

La baisse du prix moyen du vin rouge étant supérieure à l'augmentation du volume des ventes, le revenu des ventes a légèrement di-

minué. A l'opposé, l'augmentation du prix moyen par litre du vin blanc de 1.2% n'a entraîné une baisse de volume des ventes que de 0.3%. Dans ce cas, la demande peut être qualifiée de plutôt inélastique à la variation des prix.

Bien que négligeable en volumes par rapport aux vins rouges et aux vins blanc, la forte baisse du prix moyen des vins rosés tessinois fait face à une hausse encore plus forte des quantités vendues, raison pour laquelle le chiffre d'affaire du vin rosé a augmenté en 2014.

		ROUGE		BLANC		ROSÉ	
2012	Jan. - Mars		16.62		17.67		16.67
	Avr. - Juin		17.13		15.81		18.21
	Jul. - Sept.		17.05		15.81		17.30
	Oct. - Déc.		17.33		17.26		17.49
	Moyenne		17.05		16.43		17.48
2013	Jan. - Mars		16.73		17.20		17.11
	Avr. - Juin		17.17		15.79		16.37
	Jul. - Sept.		17.20		15.84		17.95
	Oct. - Déc.		17.20		16.76		15.85
	Moyenne		17.09		16.26		17.03
2014	Jan. - Mars		16.83		17.17		14.18
	Avr. - Juin		16.97		16.45		15.76
	Jul. - Sept.		17.17		16.19		15.14
	Oct. - Déc.		17.08		16.27		14.22
	Moyenne		17.02		16.45		15.09

Fig. 2.5.3 Vin AOC Tessin - Grande distribution - Prix moyen (CHF/L) par trimestre - ● Rouge ○ Blanc ○ Rosé

DÉVELOPPEMENT DU VIN TESSINOIS FORTEMENT ASSOCIÉ AU MERLOT

Le développement du vignoble tessinois reste fortement associé au Merlot.

Les spécialités représentent des quantités négligeables à un niveau de prix relativement élevé.

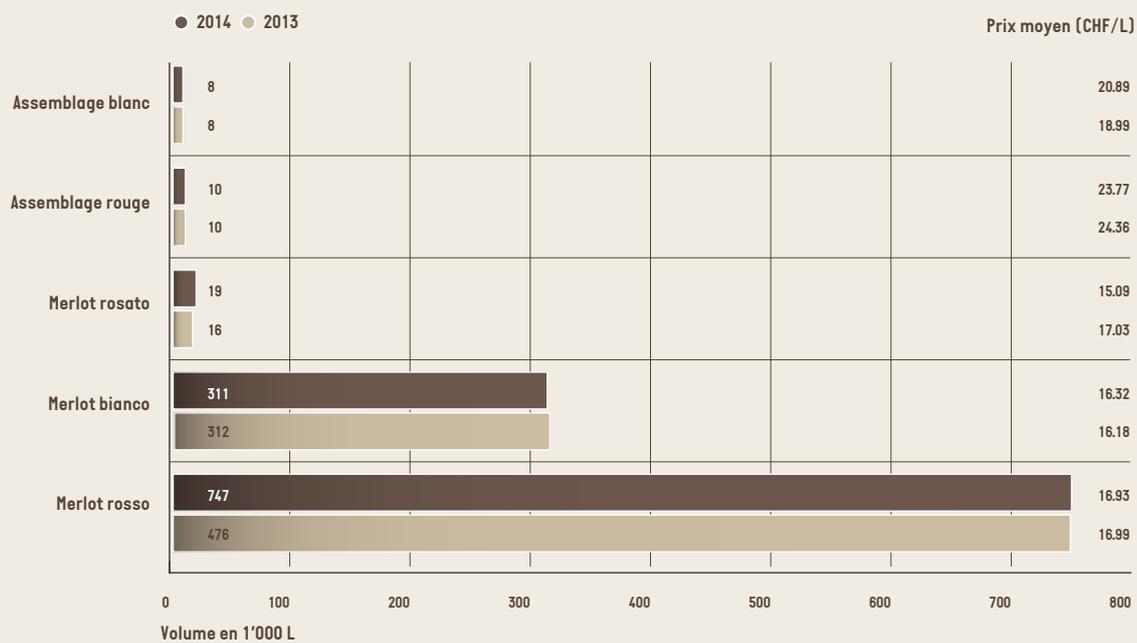


Fig. 2.5.4 Vin AOC Tessin - Grande distribution - Volume de vente et prix [CHF/L] par cépage/vin

AUCUN CÉPAGE TESSINOIS EN-DESSOUS DE CHF 15.- AU PRIX MOYEN

Les producteurs de vins tessinois proposent 6 cépages. Les 3 cépages produisant du Merlot ont un prix moyen situé entre CHF 15.- et 20.-. Ils génèrent 98.3% du volume des ventes.

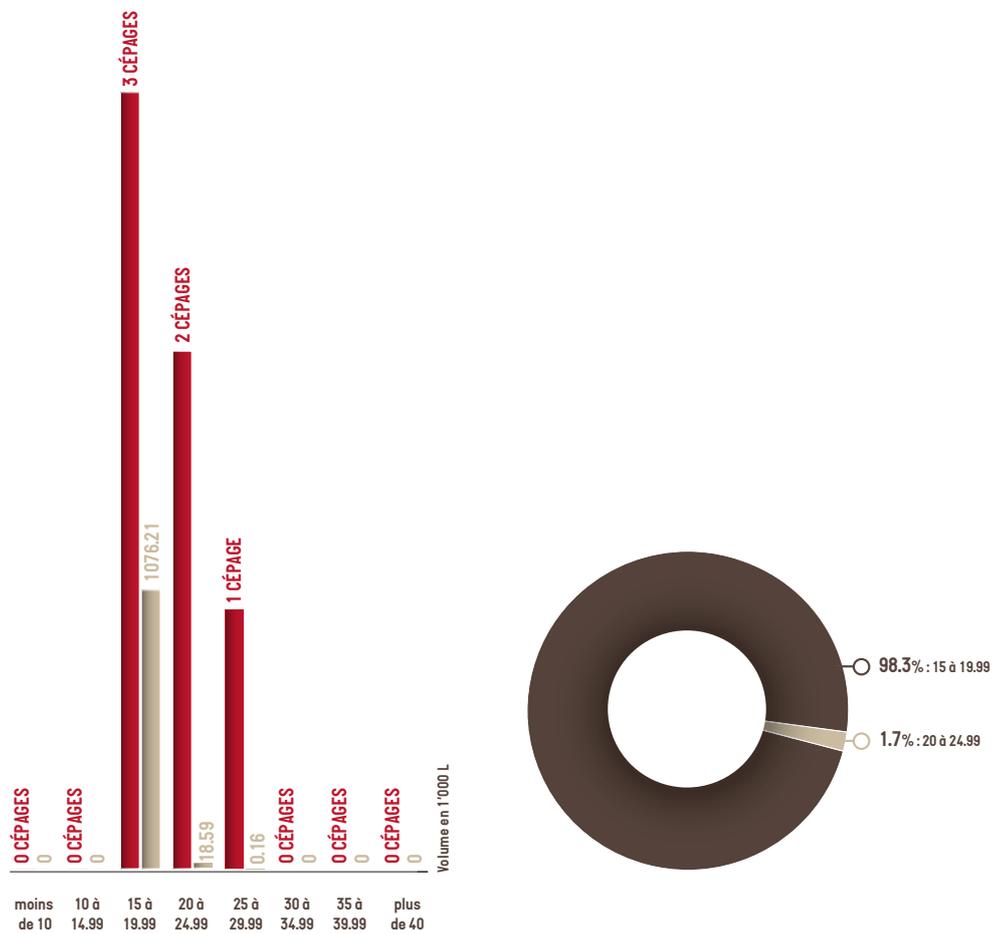


Fig. 2.5.5 Classification des cépages par gamme de prix

NOTORIÉTÉ GÉNÉRALE PERÇUE EN CONSTANTE PROGRESSION

Les vins tessinois et plus particulièrement les vins rouges, semblent continuer leur progression qualitative.

Le Tessin, en tant que canton producteur de vin, est beaucoup plus connu qu'il y a 5 ans et si on y ajoute la notoriété aidée, quasiment personne en Suisse ignore que le Tessin produit du vin.

Le vin tessinois figure au 3^e rang parmi les vins les plus bus de Suisse (au 5^e au niveau du vin vendu en grande surface).

A la question «quel canton produit le meilleur vin rouge de Suisse», le Tessin arrive au 2^e rang et talonne le Valais grâce à une forte progression depuis 5 ans.

Le Merlot reste le cépage associé au Tessin.

Comme pour l'ensemble de la Suisse, le prix des vins tessinois n'est pas un frein à l'achat, alors même que c'est au Tessin que le budget pour l'achat de vins semble être le plus limité selon l'étude M.I.S. Trend 2013.

L'évocation spontanée de la bonne ou grande qualité baisse comme partout en Suisse.

	1999	2004	2008	2013	Trend
Notoriété spontanée	56	53	54	60	↕
Notoriété aidée	39	40	38	37	↘
Rythme consommation (régulière)	6	5	6	5	= ↘
Rythme consommation (temps en temps)	29	19	24	26	↕
Cadeau (vin suisse)		8	10	8	↘
Meilleurs vins rouges	24	37	39	48	↕↕
Meilleurs vins blancs	3	4	5	7	↕
Publicité vins suisses				6	

PRINCIPALES ÉVOICATIONS SPONTANÉES

Bonne qualité			27	19	↘↘
Grande qualité			10	7	↘
Cher			5	4	= ↘
Rapport qualité / prix intéressant			4	5	= ↕
Légers				2	
Finesse			4	3	= ↘
Moyenne qualité			5	2	↘
Terroir			3	3	=
Sympathiques			5	5	=
Rareté			2	2	=
Qualité médiocre			1	1	=
Diversification (nombreux cépages)					
Fruités			7	10	↕
Ne sait pas / pas d'image précise			34	37	↕

CÉPAGES TESSINOIS (NOTORIÉTÉ TOTALE)

Merlot		88	85	91	↕↕
Merlot Blanc		50	51	54	↕
Cabernet Sauvignon				50	
Nostrano				47	
Sauvignon Blanc				40	
Cabernet Franc				34	
Americana		14	17	19	↕
Bondola /autochtone		9	11	10	↘

Fig. 2.5.6 Indicateurs M.I.S. Trend
Source étude M.I.S. Trend 2013



VINS DES 3 LACS

VOLUME DE VENTE EN REcul DE 23.2% EN 2014 SUITE À LA GRÊLE

Les effets de la grêle subie en 2013 se font clairement ressentir dans les résultats des ventes enregistrés en grande surface en 2014.

Le volume de vente de vins AOC des 3 Lacs, qui s'établit à 4'340 hl, est en effet inférieur de 23.2% par rapport à 2013.

Le vin blanc est le plus affecté avec une baisse de 28.1%, puis le vin rouge (-25.7%) et le vin rosé (-16.2%).

En 2014, la contribution du Lac de Biemme au volume des ventes en grande distribution s'élève à 13.0% pour le vin blanc, à 17.8% pour le vin rouge. Elle est nulle pour le vin rosé.

La structure des données de ventes en possession de l'OSMV ne permet pas encore d'intégrer

les données du Vully. Celles du Lac de Biemme sont intégrées seulement dans les graphiques 2.6.1 et 2.6.2. Les travaux permettant de rectifier cette situation sont en cours.

	2012	2013	2014
Rouge	74	71	53
		▼ -3.8%	▼ -25.7%
Blanc	271	273	196
		▲ 0.8%	▼ -28.1%
Rosé	226	221	185
		▼ -2.1%	▼ -16.2%
Total	570	565	434
		▼ -0.9%	▼ -23.2%

Fig. 2.6.1 Vin AOC 3 Lacs
Grande distribution - Volume de vente [1'000L] par année

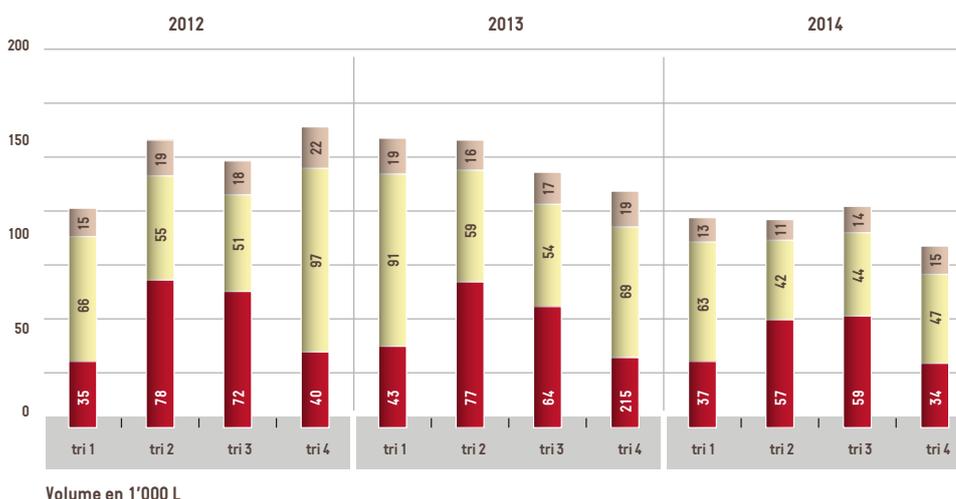


Fig. 2.6.2 Vin AOC 3 Lacs - Grande distribution - Volume de vente par trimestre - ● Rouge ● Blanc ● Rosé

HAUSSE GÉNÉRALE DES PRIX INSUFFISANTE POUR COMPENSER LA BAISSÉ DE VOLUME

La hausse généralisée du prix des vins suisses provenant de la région des 3 Lacs n'a pas pu compenser la baisse du volume des ventes en grande distribution.

Compte tenu de la rareté de l'offre, le prix moyen annuel du vin rouge par litre est supérieur de 6.9% au prix moyen annuel en 2013. Il passe pour la première fois le cap des CHF 21.-.

Comparé par trimestre, la volatilité des prix du vin rouge est plus faible en 2014 que lors des deux années précédentes.

Le prix moyen du vin blanc par litre des 3 Lacs a progressé de 15.3% ou de CHF 1.67 en 2014 par rapport à 2013 pour s'établir à CHF 12.54.

La volatilité des prix est particulièrement élevée en 2014 avec un pic lors du dernier trimestre 2014 supérieur à CHF 13.-.

Le prix moyen du vin rosé par litre, qui s'établit à CHF 16.12, connaît également une belle progression en 2014 (+1.8%) avec un prix moyen record au dernier trimestre 2014.

		ROUGE		BLANC		ROSÉ	
2012	Jan. - Mars		19.11		11.42		16.04
	Avr. - Juin		19.53		11.52		15.28
	Jul. - Sept.		19.65		12.16		16.25
	Oct. - Déc.		20.79		9.67		15.99
	Moyenne		19.85		10.95		15.84
2013	Jan. - Mars		19.40		9.80		16.01
	Avr. - Juin		20.68		11.19		15.34
	Jul. - Sept.		20.06		11.66		16.33
	Oct. - Déc.		21.02		11.39		15.72
	Moyenne		20.29		10.87		15.82
2014	Jan. - Mars		21.05		11.52		15.29
	Avr. - Juin		21.96		12.79		16.30
	Jul. - Sept.		21.56		13.01		16.03
	Oct. - Déc.		22.17		13.22		16.83
	Moyenne		21.68		12.54		16.12

Fig. 2.6.3 Vin AOC 3 Lacs - Grande distribution - Prix moyen (CHF/L) par trimestre - ● Rouge ● Blanc ● Rosé

LES VINS TRADITIONNELS RESTENT DES VALEURS SÛRES

Le pinot noir (rosé) et le chasselas composent l'essentiel des ventes de la région vitivinicole des 3 Lacs.

Les vins rouges neuchâtelois figurent parmi les plus chers de Suisse.

Les données du Vully et du Lac de Biemme ne sont pas encore disponibles pour ce graphique. Elles seront intégrées dans le prochain rapport.

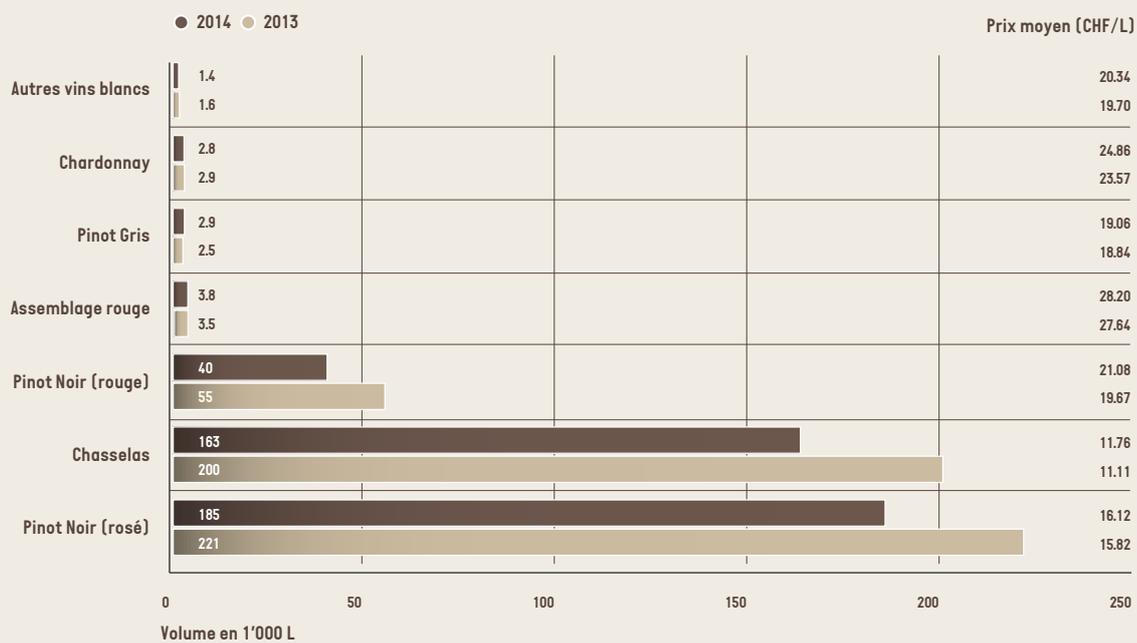


Fig. 2.6.4 Vin AOC Neuchâtel - Grande distribution - Volume vendu, prix moyen pour les principaux cépages/vins

POSITIONNEMENT MOYEN DE GAMME DES VINS DES 3 LACS

A ce stade, 10 cépages sont répertoriés dans la région des 3 Lacs.

88% du volume des ventes sont générés par des cépages dont le prix moyen annuel se situe entre CHF 10.- et CHF 20.-.

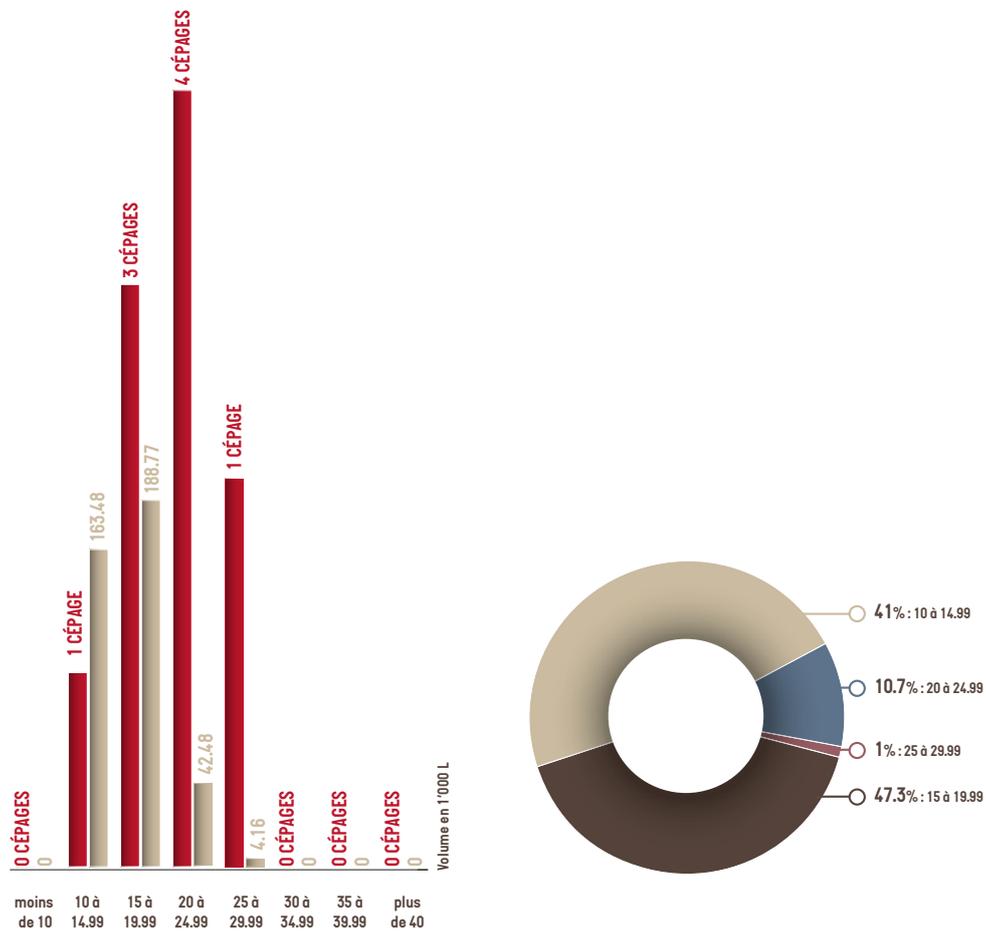


Fig. 2.6.5 Classification des cépages par gamme de prix

NOTORIÉTÉ RETROUVÉE DES VINS DES 3 LACS

La notoriété des vins des 3 Lacs a retrouvé son niveau d'il y a 10 ans.

Même si le vin neuchâtelois, à travers des vins comme l'Œil de Perdrix est particulièrement connu et apprécié, les consommateurs sondés dans l'étude M.I.S. Trend 2013 n'ont pas une idée très précise des vins des 3 Lacs.

	Rég.	1999	2004	2008	2013	Trend
Notoriété spontanée	NE	54	47	39	45	↕
Notoriété aidée	NE	38	39	47	44	↘
Rythme consommation [régulière]						
Rythme consommation [temps en temps]						
Cadeau [vin suisse]						
Meilleurs vins rouges	NE	6	10	8	8	
Meilleurs vins blancs	NE	11	19	16	15	
Publicité vin suisses	NE				2	

PRINCIPALES ÉVOICATIONS SPONTANÉES (S. ALL.)

Bonne qualité					12	
Grande qualité					4	
Cher					2	
Rapport qualité / prix intéressant					3	
Légers						
Finesse					3	
Moyenne qualité					4	
Terrair					2	
Sympathiques					3	
Rareté					2	
Qualité médiocre						
Diversification [nombreux cépages]						
Fruités						

CÉPAGES 3 LACS (NOTORIÉTÉ TOTALE)

Œil-de-Perdrix			69	62	70	↕↕
Riesling Sylvaner, Müller Thurgau					57	
Gewürtzraminer					54	
Chardonnay de Neuchâtel			42	38	45	↕↕
Pinot Noir de Neuchâtel			36	36	44	↕↕
Sauvignon Blanc					42	
Pinot Gris de Neuchâtel			28	28	36	↕↕
Pinot Blanc					36	
Gamaret					26	
Appellation Neuchâtel Blanc			17	17	25	↕↕
Blanc non filtré			10	11	16	↕
Garanoir					15	
Viognier					12	
Dornfelder					11	
Doral					9	
Freisamer fribourgeois					6	

Fig. 2.6.6 Indicateurs M.I.S. Trend
Source étude M.I.S. Trend 2013





SPÉCIALE
« MERCURIALE
VAUD »

LES INFORMATIONS EN LIGNE DIRECTE DU PRODUCTEUR

QU'EST-CE QU'UNE MERCURIALE ?

Selon une définition communément admise, une mercuriale est une représentation des prix courants des denrées alimentaires publiée périodiquement.

Dans le domaine du vin en Suisse, le concept de la mercuriale existe. Il a été mis en place avec succès en 2012 par l'école de Changins pour l'observation des vins vaudois. Actuellement les données de la mercuriale des vins vaudois englobent entre 25 et 30% de la production to-

tale des vins vaudois.

L'OSMV ambitionne d'étendre le concept aux 6 régions vitivinicoles suisses avec le soutien de l'IVVS.

La mercuriale suisse du marché des vins a pour objectif de récolter, agréger, analyser, puis commenter les données recueillies en ligne directe des producteurs et encaveurs suisses volontaires selon le modèle suivant:

Année: ----- Région: Vaud
 Trimestre: -----

Catégorie de vin	Grossistes		HORECA		Vente directe		Total
	Prix moyen	Volume	Prix moyen	Volume	Prix moyen	Volume	
Vins blancs							
AOC Chablais - bouteille							
AOC Chablais - flaconné							
AOC Chablais - vrac							

Fig. 3.1 Exemple de grille de saisie de la mercuriale

Afin de s'assurer de la pertinence des données à récolter, les interprofessions régionales collaboreront à l'élaboration du tableau de saisie des données par appellation.

A QUOI ÇA SERT ?

A l'échelle de la branche vitivinicole, la mercuriale doit permettre de dresser un état de situation trimestrielle sur les marchés et de dégager les tendances en termes de consommation. Grâce à l'analyse des différents facteurs d'influence de l'offre et de la demande, l'OSMV sera en mesure de bâtir des prévisions du marché fiables et bien documentées.

A l'échelle individuelle, le producteur ou l'encaveur participant à la mercuriale disposera

tous les trois mois d'informations sur les prix courants pratiqués et d'indicateurs sur l'évolution des marchés qui le concernent, lui permettant ainsi de mieux se positionner sur les marchés et plus particulièrement par rapport à la concurrence de vins étrangers.

Le participant aura également la possibilité de demander une fois par année un rapport d'analyse personnalisé.

COMMENT ÇA MARCHE ?

Les entreprises qui participent sur une base volontaire annoncent trimestriellement, via un site internet protégé, leurs ventes en volume et valeur aux grossistes et revendeurs, à la restauration (HORECA) et aux consommateurs finaux (vente directe).

Ces données sont ensuite traitées par l'OSMV de manière confidentielle et anonyme: la pub-

lication d'une donnée ne peut se faire que si 3 annonces au moins ont été enregistrées sur la position correspondante.

Basé sur l'expérience de la mercuriale des vins vaudois, le temps nécessaire pour l'entreprise à la saisie des données est estimé à une heure par trimestre, soit quatre heures par an.

COMMENT PARTICIPER ?

L'OSMV doit pouvoir compter sur une participation suffisamment représentative à l'échelle régionale, tant au niveau du nombre d'exploitations que de la surface en hectares représentées et des volumes vendus par appellation, couleur et canal de distribution.

En ce sens, l'OSMV attend un engagement fort de la part de chaque interprofession régionale

afin qu'elle communique les bénéfices d'une telle démarche et encourage la participation à la mercuriale auprès de ses membres.

L'inscription et la saisie des données se feront directement sur le site internet de l'OSMV à partir du 1^{er} septembre 2015.

ÉVOLUTION DES PRIX DES VINS VAUDOIS VENDUS À LA RESTAURATION ET AUX GROSSISTES

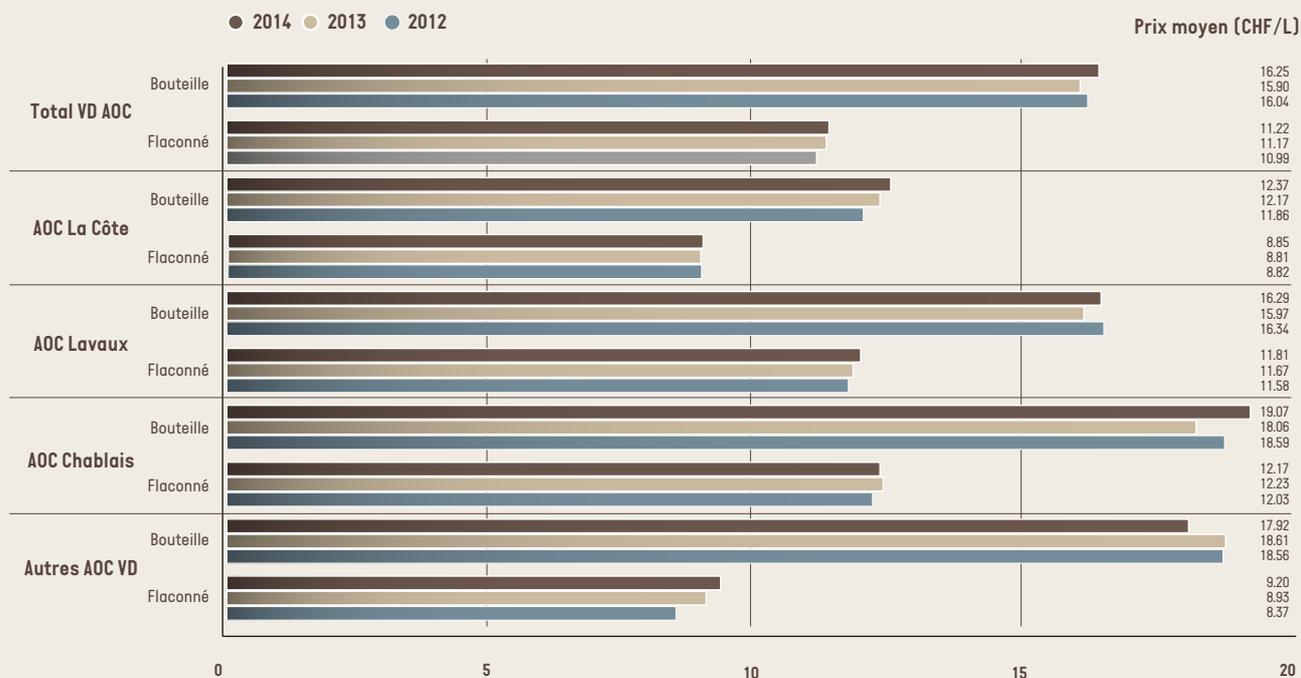


Fig. 3.2 Vin blanc vaudois - Mercuriale - Vente à la restauration - Prix moyen (CHF/L)

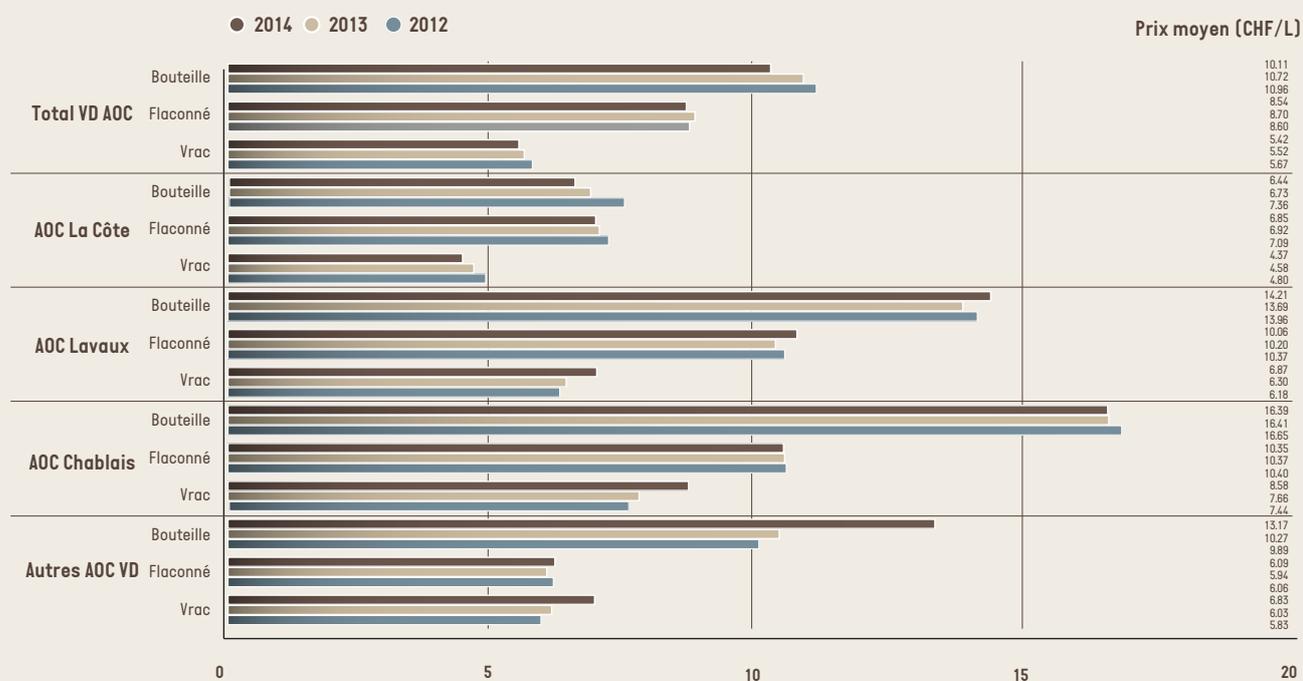


Fig. 3.3 Vin blanc vaudois - Mercuriale - Ventes aux grossistes - Prix moyen (CHF/L)



MODÈLES DE PRÉVISION ÉCONOMIQUE DU MARCHÉ SUISSE DES VINS

MODÉLISATION ET PRÉVISION DU MARCHÉ SUISSE DES VINS ⁴

L'un des objectifs principaux de l'Observatoire suisse du marché des vins (OSMV) est de modéliser puis de faire des prévisions en termes de quantités et de prix pour chaque segment de marché existants dans les 6 régions vitivinicoles de Suisse.

Pour ce faire, l'OSMV utilisera les données disponibles telles que le volume de vente, le prix moyen par litre, la région de production et la région de consommation et les exploitera sous formes de séries temporelles afin de constituer une banque de données en panel, permettant un suivi de toutes ces variables au cours du temps.

Pour être en mesure d'élaborer des prévisions pour le marché suisse du vin, deux approches complémentaires sont envisageables d'un point de vue économétrique:

- L'analyse technique des données historiques qui permet d'établir des tendances prévisionnelles (variables de production et de consommation du vin suisse).

- L'analyse de facteurs qui influencent l'offre et la demande tels que le PIB par habitant, la structure de l'âge de la population et d'autres grandeurs macroéconomiques pour une région viticole suisse donnée, de même que l'analyse de facteurs techniques tels que le temps, la température et leurs influences sur la récolte et sur l'offre

À ce stade de la recherche, l'OSMV estime que le modèle le plus adapté à ses exigences est le *Panel vector autoregressive model* ⁵ (VAR). Celui-ci permet à priori d'intégrer les deux dimensions citées ci-dessus dans un seul modèle.

Le modèle VAR part de l'hypothèse que l'année de prévision (ex: 2015) dépend de manière linéaire des années précédentes. Le vin suisse étant un bien économique hétérogène, la prévision du marché des vins s'apparente à une analyse micro-économique qui utilise plus de variables, contrairement à celle effectuée pour des biens non différenciables tels que le blé ou le pétrole, mais avec des séries temporelles plus limitées dans la durée.

⁴ Le modèle sera développé et testé en vue d'être opérationnel en 2016

⁵ Vecteur autorégressif en panel

CONSTRUCTION DU MODÈLE

La 1^{re} étape de construction du modèle consiste à faire des prévisions sur les deux variables: $P_{t,i}$ (prix du vin de type i à l'instant t) et $Q_{t,i}$ (quantité de vin de type i à l'instant t), rassemblées dans un vecteur:

$$X_{t,i} = \begin{bmatrix} P_{t,i} \\ Q_{t,i} \end{bmatrix} \quad (1)$$

L'équation suivante permet d'estimer ces deux valeurs, par exemple pour l'année 2015 ($X_{t,i}$) en fonction d'une constante ($C_{t,i}$), des prix et quantités historiques pour les années 2014, 2013,... ($X_{t-p,i}$) en lien au paramètre Θ_p , d'autres variables telles que le PIB par habitant, la structure de l'âge,... (Z_t) en lien au paramètre β_i , et un terme d'erreur $\varepsilon_{t,i}$.

$$X_{t,i} = C_{t,i} + \sum_{p=1}^p \Theta_p X_{t-p,i} + \beta_i Z_t + \varepsilon_{t,i} \quad (2)$$

La 2^e étape consiste à identifier les chocs sur la demande (changement de préférences des consommateurs, du revenu des ménages, etc.) et sur l'offre (effets climatiques, ensoleillement,...) et à les analyser en tant qu'effets causaux.

En parallèle, l'OSMV s'intéressera à l'impact des changements de réglementation au niveau cantonal, fédéral et international sur le marché suisse des vins. La libéralisation du marché du vin en 2001 (importation professionnelle) et l'augmentation de 2 à 5 litres de la franchise douanière par personne en 2014 (importation privée) sont des exemples qui illustrent ce genre de choc.

Dans le même ordre d'idée, l'OSMV prendra également en considération d'autres facteurs importants tels que le tourisme d'achat, spécialement pour les régions limitrophes, l'exportation et l'importation de vin en Suisse.

Dans un 3^e temps, l'OSMV évaluera les chocs externes de nature économique, tels que le franc fort, ou de nature sociétale (par exemple, l'impact des flux migratoires sur le marché suisse des vins, les mesures de santé publique).

Enfin, le modèle analysera les externalités positives et négatives sur le marché suisse du vin, comme par exemple l'impact du mauvais temps dans le canton du Tessin sur les récoltes de raisin et la production de vin d'une part et sur le prix du vin produit dans les autres cantons d'autre part (élasticité croisée).

MODÈLE D'ÉVALUATION DES RISQUES DE LA BRANCHE VITIVINICOLE SUISSE ⁶

Le modèle d'évaluation des risques mis en place par l'Observatoire suisse du marché des vins cherche à déterminer les perspectives de développement de la branche vitivinicole à moyen terme et plus particulièrement l'attractivité du marché et la compétitivité de la branche. Le modèle indique uniquement des tendances, mais ne donne aucune prévision en termes de croissance absolue pour la branche vitivinicole suisse.

Le modèle d'évaluation des risques repose sur la comparaison des opportunités offertes et des dangers encourus par la branche vitivinicole suisse dans un horizon temporel de 3 ans d'un point de vue macro-économique.

Il intègre à la fois une analyse quantitative de l'offre et de la demande sur la base de chiffres historiques et l'avis d'experts sur les tendances de développement des vins suisses.

L'analyse historique de la demande inclut des données des 5 dernières années en lien avec le volume de vente et les prix moyens par litre, et par couleur de vins. Celle de l'offre inclut des données permettant de définir la compétitivité de la branche par rapport à celle des vins étrangers en Suisse.

Les avis d'experts seront récoltés de manière systématique, sur une base annuelle, selon la méthode Delphi. Cette méthode d'interrogation d'experts vise à obtenir un avis aussi consensuel que possible sur une prévision grâce à un protocole de production et d'agrégation des données fournies de manière anonyme par des experts indépendants.

Dans le modèle, l'offre et la demande sont pondérées à parts égales. Les données prévisionnelles ont par contre un poids supérieur aux données historiques (60% contre 40%).

⁶ Le modèle sera mis en place début 2016

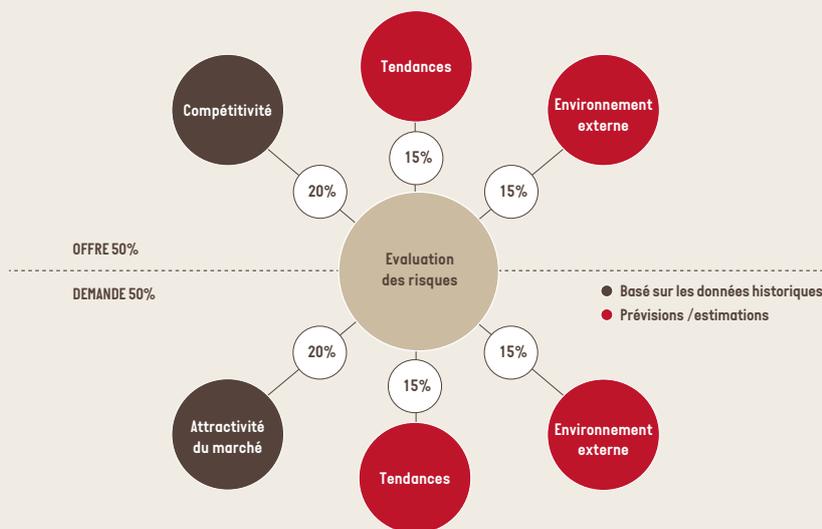


Fig. 4.1 Modèle d'évaluation des risques de la branche vitivinicole suisse à moyen terme



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

JOCHEM SCHELLENS

Collaborateur scientifique Changins
+41(0)22 363 40 72
jochem.schellens@osmv.ch

osmv@changins.ch
www.osmv.ch

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

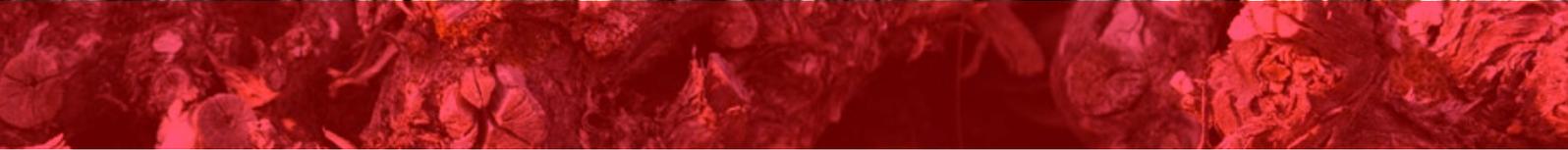
- Agroscope
- ANCV, Association nationale des coopératives vitivinicoles suisses
- ASCV, Association suisse du commerce des vins
- CHANGINS haute école de viticulture et œnologie
- CSCV, Contrôle suisse du commerce des vins
- FSV, Fédération suisse des vignerons
- IVVS, Interprofession de la vigne et 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

AGENDA DES PUBLICATIONS 2015

1^{er} septembre 2015

15 novembre 2015





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


CHANGINS
haute école de
viticulture et œnologie

A déguster avec modération

Suisse. Naturellement.



SWISS WINE