

CONSOMMATION

Les vins suisses gagnent des parts de marché en grande distribution

Alain-Xavier Wurst

Les vins blancs suisses tirent la consommation de la production locale vers le haut, alors que les rosés locaux ne profitent pas de cette tendance.

L'Observatoire suisse du marché des vins (OSMV) de Changins (VD) a publié, il y a deux semaines, son rapport annuel sur les ventes de vin en grande distribution. Nouveauté importante à signaler d'emblée d'un point de vue méthodologique, Landi fait désormais partie du panel des enseignes dont les données sont analysées dans cette étude, au côté de Coop, Denner, Globus, Manor, Migros, Spar et Volg.

De fait, les comparaisons avec les années précédentes sont légèrement biaisées, puisque les rapports précédents de l'OSMV ne comptabilisaient pas les chiffres de Landi. «Mais nous avons constaté que, même en incluant les chiffres de Landi, les parts de marché des vins suisses ont augmenté plus que proportionnellement par rapport aux vins étrangers, ce qui nous permet de conclure que les vins suisses se sont bien comportés en 2019», explique Alexandre Mondoux, économiste et directeur de l'OSMV.

Les parts de marché des vins suisses en grande distribution étaient de 27,5% en 2019. En clair, sur 1000 bouteilles vendues dans ce circuit, 275 étaient des vins suisses. Ces derniers ont gagné +1,1% sur les vins étrangers par rapport à 2018, notamment sous l'impulsion des vins blancs.

Volumen et prix de vente par pays toutes couleurs confondues				
		Ventes en grande distribution 2019	Variation 2018-2019 ¹	Variation consommation OFAG 2018-2019
Suisse (AOC et VDP)	Volume ²	25 474	▲ 7,6%	▲ 5,9%
	Prix ³	12,32	■ -0,8%	
Etranger	Volume	67 022	▲ 1,4%	▲ 4,0%
	Prix	9,19	■ 0,5%	
Italie	Volume	26 185	▲ 3,2%	▲ 7,8%
	Prix	9,79	▲ 1,6%	
France	Volume	18 371	▲ 5,1%	▲ 9,0%
	Prix	8,66	■ -0,4%	
Espagne	Volume	10 266	■ -0,3%	▲ 14,6%
	Prix	9,51	■ -0,4%	
Reste du monde	Volume	12 200	▼ -5,9%	▼ -12,0%
	Prix	8,46	■ -0,1%	
Total	Volume	92 496	▲ 3,0%	▲ 4,7%
	Prix	10,06	■ 0,5%	

¹Introduction de Landi en 2019²En milliers de litres³En francs/litre

Source: OSMV

D'une manière générale, 2019 a été une bonne année pour la viticulture nationale. En grande distribution, le volume de vente des vins suisses a augmenté de +7,6% par rapport à 2018, alors que les vins étrangers n'enregistrent qu'une augmentation de +1,4%. Concernant les prix, on observe une légère baisse pour les vins suisses (-0,8%) et une quasi-stabilité de ceux des vins étrangers (+0,5%). Seuls les vins italiens enregistrent une hausse de prix importante de +1,6%.

«Ces chiffres s'expliquent par le fait que le millésime 2018 était une bonne vendange en Suisse. Il y a donc eu plus d'offres sur le marché et en conséquence, une légère baisse des prix», analyse Alexandre Mondoux.

«Un problème d'image»

Les chiffres de l'OSMV montrent que la hausse des ventes de vins suisses est surtout attribuée aux vins blancs AOC, qui augmentent de +10,9%. Les vins rouges sont également en progression (+6,8%), alors que les vins rosés stagnent (+0,2%). Ces derniers ne profitent donc pas de la consommation croissante de rosés que l'on observe dans le monde entier depuis plusieurs années. «Je pense qu'en Suisse, nous avons un problème d'image avec le rosé, qui est considéré simplement comme un vin d'apéritif, contrairement à la France, par exemple, où l'on boit également du rosé à table», explique Alexandre Mondoux.

Si l'introduction des données de Landi en 2019 est l'une des raisons pouvant expliquer la hausse significative des volumes pour les vins suisses, il n'en demeure cependant pas moins que le total des ventes reste, en volume, inférieur à celui de 2015, qui représente une sorte de cassure pour le commerce du vin suisse.

En effet, la branche peine encore à se remettre de cette année au cours de laquelle on a conjointement assisté à un choc de l'offre, en raison de la sécheresse, et à un choc de la demande, en raison de l'abandon du taux de change fixe du franc. Ces conditions ont entraîné des pertes de parts de marché au profit des vins étrangers, pertes qui, en volume, n'ont toujours pas été

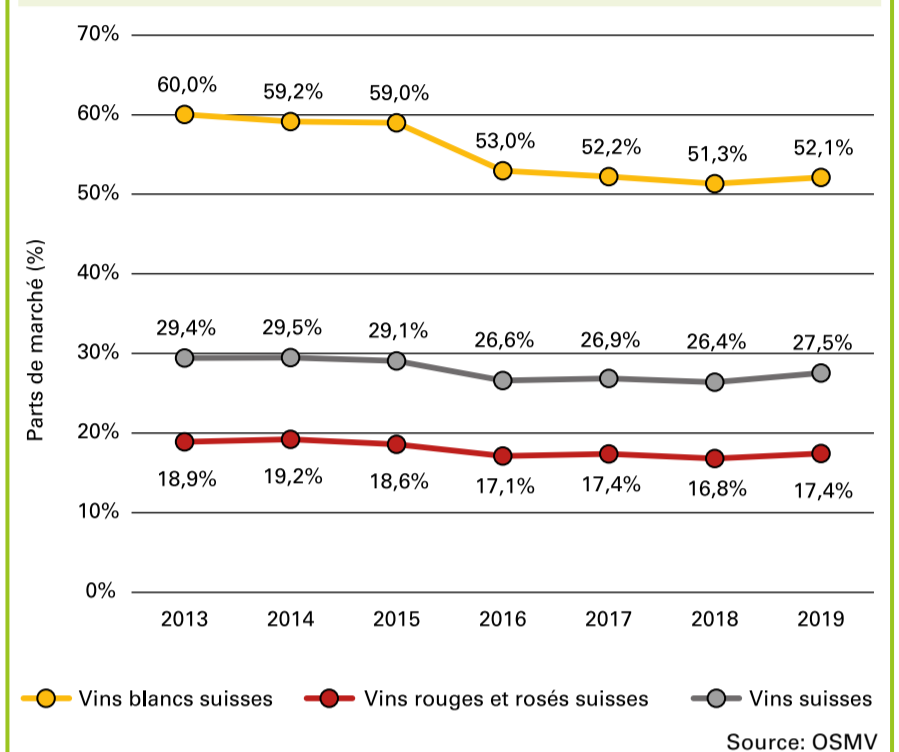
compensées, même si les chiffres de 2019 sont encourageants. En valeur absolue, la grande distribution a vendu, pour les vins suisses AOC, 4,2 millions de litres de rosés, 7,1 millions de rouges et 14 millions de blancs.

En revanche, et c'est une bonne nouvelle, si l'on considère le chiffre d'affaires, les vins suisses AOC ont rattrapé leur niveau de 2015, avec un total en grande distribution pour l'année 2019 de 313 millions de francs (45 millions de francs pour les rosés, 96 millions pour les rouges et 172 millions pour les blancs, à comparer avec les vins étrangers, respectivement 57 millions de francs pour les rosés, 453 millions pour les rouges et 107 millions pour les blancs).

Parallèlement à la publication du rapport de l'OSMV, la parution de l'Année viticole 2019 de l'Office fédéral de l'agriculture (OFAG) montre une stabilisation des parts de marché des vins suisses tous canaux de distribution confondus (+0,4%). «On peut donc en conclure, par déduction, que les vins suisses se portent bien, surtout en vente directe», analyse Alexandre Mondoux.

Enfin, le rapport de l'OSMV indique sans surprise que le Valais et le canton de Vaud restent les deux plus gros vendeurs de vins AOC en grande distribution et représentent, à eux seuls, presque trois quarts des vins suisses, avec respectivement 41% et 32% des parts de marché.

Evolution de la part de marché des vins suisses par couleur, AOC et VDP inclus (2013-2019)



BIO SUISSE

Les consommateurs romands consacrent près de 10,5% de leur budget alimentaire au bio

Martine Romanens

En 2019, chaque Suisse a dépensé en moyenne 377 francs pour des produits alimentaires bios.

Près de 300 nouvelles entreprises agricoles, dont 84 en Suisse romande ont entrepris, début 2020, leur reconversion vers l'agriculture biologique. Au total, ce sont environ 7300 exploitations qui produisent selon le cahier des charges de Bio Suisse, en Suisse et au Liechtenstein. Ces chiffres ont été annoncés par Bio Suisse lors de sa conférence média annuelle qui a eu lieu par visioconférence, le 6 mai dernier.

«En regard de nos objectifs stratégiques, nous sommes sur la bonne voie», a expliqué Balz Strasser, directeur de Bio Suisse, qui a cependant relevé le goulet d'étranglement qui

se profile au niveau de certaines productions malgré la poussée de croissance due à la crise du coronavirus.

Bonne nouvelle pour le lait

Toutefois, «les acteurs du lait ont analysé la situation et décidé d'annuler les listes d'attente pour les nouvelles fermes Bio Suisse», a poursuivi le directeur. Celles-ci seront donc rémunérées au prix Bourgeon dès le 1^{er} juin 2020.

Une surface similaire à celle du canton de Zurich, soit pratiquement 169 360 hectares de surface agricole utile (SAU) (+8750 ha), est désormais cultivée en bio, ce qui représente environ 16% de l'ensemble de la SAU suisse. Cette proportion est beaucoup plus élevée en montagne (24%).

Il a par ailleurs été rappelé que les petits fruits et les baies biologiques restent une

culture de niche au potentiel intéressant.

Côté consommation, de façon générale, le bio a dépassé la barre des 10% de part de marché en 2019 pour croître de 5,6%. Le chiffre d'affaires réalisé par le commerce des denrées alimentaires bios atteint 3,23 milliards de francs (2,20 milliards en 2014). «Près de deux tiers de ces parts de marché sont remportées par les produits estampillés Bourgeon suisse et étranger», explique Pascal Olivier, responsable romand de Bio Suisse.

Pour la première fois, les consommateurs suisses romands montrent plus d'intérêt pour les produits bios (10,5%) que les Alémaniques (10,3%). Cet engouement est expliqué en partie par l'évolution de leur sensibilité ainsi que le travail de promotion des organisations membres. Certains cantons ont aussi soutenu la production bio ou prévoient de le faire (postulat pour un

plan d'action bio en Valais, par exemple).

Selon Bio Suisse toujours, chaque Suisse dépense en moyenne 377 francs pour des aliments bios. Les produits récoltant le plus de succès sont les œufs (28,7%), le pain (26,1%) et les légumes (23,1%). Les produits préemballés (convenience food) enregistrent une croissance trois fois supérieure à celle des produits frais.

Les objectifs stratégiques de Bio Suisse, à l'horizon 2025, visaient d'atteindre le seuil d'un quart de toutes les entreprises agricoles suisses et une part de marché de près de 15%. L'association sou-

haite se placer au sein de la restauration collective, à l'emporter, des kiosques et stations-service. Enfin, l'association tiendra son assemblée des délégués le 12 juin prochain, par correspondance.

Avec nous, vous faites valoir vos droits: AGRI-protect!

agrisano

Pour l'agriculture!

Toutes les assurances à portée de main.

Nous vous conseillons avec compétence.

JU: Prestaterra CJA 032 426 83 01
 JB: BEBV 031 938 22 54
 NE: CNAV 032 889 36 50
 FR: UPF 026 467 30 10