

07.05.2019, 19:28

Les supermarchés suisses vendent plus de chasselas de La Côte que de fendant

PREMIUM



Dans les supermarchés des six principales enseignes de Suisse, il se vend deux fois plus de chasselas de la Côte que de fendant valaisan.

Dans les supermarchés des six principales enseignes de Suisse, il se vend deux fois plus de chasselas de la Côte que de fendant valaisan. Sigfredo Haro

SIGFREDO HARO

PAR DIDIER SANDOZ

ECONOMIE VINICOLE Centre de compétence national issu de la Haute école de Changins, l'Observatoire suisse du marché des vins scrute notamment les ventes de bouteilles dans les grandes enseignes. Si les volumes écoulés sont en baisse, les crus vaudois s'en tirent plutôt bien avec un chiffre d'affaires en hausse. Sans l'aide des vigneron et négociants, les données restent lacunaires pour les autres canaux de vente.

Les Suisses boivent toujours moins de vin. La tendance, encore confirmée par les récents chiffres de l'Office fédéral de l'agriculture, se ressent dans les ventes de ce breuvage en grandes surfaces. Ce canal de commercialisation est particulièrement sous la loupe de l'Observatoire suisse du marché des vins (OSMV), une entité d'études économiques émanant de la Haute école de Changins et œuvrant depuis plusieurs années au service de la formation et de la profession.

Six principales enseignes sous la loupe

«La source la plus fiable de nos données est le panel Nielsen, un organisme qui collecte l'ensemble des ventes, en volume et en prix des principaux acteurs de la grande distribution», explique Alexandre Mondoux, professeur d'économie, responsable de l'OSMV.

Dans les six enseignes majeures que sont Coop, Denner, Globus, Manor, Spar et Volg – Landi, Lidl et Aldi ne participent volontairement pas à cette statistique –, les ventes de vin accusent un retrait de 1,1%, qui provient d'un recul de -2,9% pour les crus suisses et -0,5% pour les bouteilles étrangères. Si les tarifs en général dans ces grands magasins sont en baisse de 2,5%, les prix des vins suisses demeurent stables. Ils continuent donc à générer la plus grosse part du chiffre d'affaires des rayons vins.

Le chasselas de La Côte loin devant le fendant

Parmi les bouteilles suisses vendues en supermarché, les chasselas de La Côte ont toujours la cote. Il s'en est vendu 5,2 millions de cols, soit quasiment deux fois plus que le fendant valaisan avec 2,8 millions de flacons. L'ordre du classement n'est pas nouveau, mais l'écart s'est creusé en 2018, période de commercialisation du millésime 2017, où se sont ressentis les effets du gel sur la récolte valaisanne il y a deux ans.

Les chiffres révèlent d'ailleurs que si le canton de Vaud dans son ensemble tire bien son épingle du jeu, notamment en matière de chiffre d'affaires, les ventes de chasselas d'appellation d'origine contrôlée La Côte s'inscrivent en légère baisse de -3,1%. Dans le même temps, les blancs du Chablais et de Lavaux ont pris l'ascenseur, grignotant ainsi les parts de marché lâchées par les Valaisans.

Des places en rayon à ne surtout pas perdre

Ces recensements de volumes et de tarifs opérés depuis sept ans par les experts de Changins révèlent que les places perdues en rayon restent très difficiles à reconquérir. «La sécheresse et l'abandon du taux plancher du franc par rapport au franc suisse en 2015 ont provoqué une importante baisse de quantité vendue en grande distribution, laquelle n'a jamais pu être regagnée depuis», constate Bastien Christinet, nouveau collaborateur scientifique à l'OSMV.

La proportion des ventes de vin dans ces six grandes enseignes représente 3 à 4 bouteilles commercialisées sur 10. L'étude révèle encore un certain chauvinisme dans les rayons. Dans les supermarchés valaisans, les crus locaux sont surreprésentés et on n'y trouve pas une bouteille de vaudois. «Il se vend davantage de chasselas vaudois au Tessin qu'en Valais. C'est ce qu'indique une autre de nos analyses spécifiques», annonce Alexandre Mondoux.

Plus opaque, la vente directe a la cote

L'économiste est pleinement conscient que ses études, qui se basent essentiellement sur les ventes dans les grandes enseignes, restent partielles. C'est pourquoi il compte sur la collaboration des vigneron et marchands de vin dans la mise sur pied d'une Mercuriale, véritable baromètre en temps réel des volumes et des prix de ventes, pour pouvoir présenter un portrait économique plus correct du marché du vin suisse.

«Il est avéré que dans notre pays, la vente directe et via l'hôtellerie et restauration fonctionne plutôt bien, contrairement à nos voisins producteurs en Europe», note le responsable de l'OSMV qui, bien qu'il le scrute en permanence depuis plusieurs années, continue à penser que le vin est un bien très complexe. «Cela n'a rien à voir avec un produit standard tel le pétrole. Il a ses particularités locales, tant dans sa commercialisation que dans les motivations d'achat de ses clients.»

QUELQUES CHIFFRES CLÉS SUR LA VIGNE ET LE VIN

14800 hectares. Telle est la surface du vignoble dans notre pays, ce qui place la Suisse au 20e rang des producteurs mondiaux en termes de surface.

0,3% de la production mondiale pousse sur des coteaux helvétiques.

1,5% de la surface agricole est dévolue à la vigne. Mais le vin génère 6% du chiffre d'affaires de l'agriculture suisse.

29 litres environ sont consommés en moyenne par chaque habitant en Suisse.

111 millions de litres ont été encavés aux vendanges 2018. C'est une hausse de +40% par rapport à 2017.

DE L'IMPORTANCE D'UNE MERCURIALE

Mercurie, dieu romain du commerce, a laissé son nom aux documents d'un outil fort utile dans l'établissement des stratégies commerciales, notamment pour le vin. Une Mercuriale est le bulletin reproduisant les cours d'une denrée. En France, certaines régions, comme la Champagne, la Bourgogne ou le Bordelais, l'ont rendue obligatoire depuis longtemps.

«Les vigneron et négociants suisses sont plus difficiles à convaincre de livrer des chiffres sur leurs affaires, constate Conrad Briguet, directeur de l'école de Changins. Malgré la confidentialité garantie des données, ce n'est pas habituel de partager ces informations dans notre profession.»

VAUD ET VALAIS CONTRIBUENT, LES AUTRES À LA TRAÎNE

En Suisse, le concept de la Mercuriale existe et a été mis en place en 2012 par Changins pour l'observation des vins vaudois. Elle s'étend depuis 2017 aux 6 régions vitivinicoles suisses avec le soutien de l'Interprofession de la vigne et des vins suisses.

Les acteurs économiques du vin vaudois, sollicités plus tôt, contribuent suffisamment pour rendre cette base de données crédible et utilisable. Avec retard, les Valaisans s'y sont mis, mais les autres régions vinicoles du pays doivent encore être évangélisées.

«Les producteurs ne se dévoilent pas personnellement car les données sont anonymisées avant de nous être transmises. Et en échange, ils reçoivent un feedback personnalisé qui leur permet de connaître la situation de leur marché. Parfois, cela pourrait éviter de céder à un prix minimisé par un courtier», relève Alexandre Mondoux, responsable de l'Observatoire suisse du marché des vins.