

QUELLE RELÈVE POUR LA VITICULTURE DE DEMAIN?



De gauche à droite : Eric Germanier, pépiniériste et viticulteur, président de la Fondation Vitis Aequitas (voir V&V n° 12_2023), Mélanie Besse, viticultrice et œnologue, Jean-Paul Schwindt, sociologue, économiste, et auteur du livre « Vins et vigneronnes suisses à l'épreuve de la mondialisation » (voir V&V n° 09_2022), Véronique Besson-Rouvinez, responsable qualité et membre de la direction chez Famille Rouvinez, sous la modération de Frédéric Filippin, Rédacteur en chef de Canal9. Photo : Musée du Vin / Charly Cavin.

Du 9 mars au 1^{er} décembre, le Musée du Vin à Sierre interroge l'avenir de la viticulture valaisanne. Intitulée « Dessine-moi la vigne de demain », cette exposition présente différentes pistes et envies pour le futur dans une démarche participative et artistique, combinée à des apports historiques et scientifiques. C'est dans ce cadre-là qu'a eu lieu la table ronde « Quelle relève pour la viticulture de demain ? » le 11 avril dernier.

Cette discussion, ouverte au public, s'est tenue à l'École d'agriculture du Valais, à Châteauneuf. Accueillis par Raphaël Gaillard, le directeur de cette école, les intervenants provenaient de différents horizons.

L'état des lieux en quelques chiffres

En guise de préambule, Raphaël Gaillard, directeur de Châteauneuf, rappelle quelques chiffres. Certes en 1993, il n'y avait que 5 lauréats viticulteurs mais les effectifs étaient plus bas qu'aujourd'hui. En effet, l'école ne comptait que 60 apprentis pour l'ensemble du champ professionnel. En 2010 il y a eu 29 diplômés du CFC en viticulture, et en 2022, 15 personnes ont obtenu ce titre.

En Valais, la surface viticole travaillée par des professionnels titulaires du CFC est de plus de 4000 hectares. Ainsi les quelques 257 professionnels titulaires d'un CFC travaillent en moyenne 15 ha de vigne. En considérant qu'un viticulteur CFC travaille en moyenne 30 ans, il faudrait environ 10 nouveaux CFC par an. Aux 10 CFC, il est nécessaire de prendre en compte les changements d'orientation ainsi il faudrait idéalement 15 nouveaux lauréats CFC en viticulture chaque année. En conclusion, il manque actuellement environ 50 % de la relève.

Le métier de la vigne – quelle image auprès du public ?

Véronique Besson-Rouvinez relève que le lien à la vigne se perd et ce, même en Valais. La famille Rouvinez transforme

les raisins en provenance de 150 ha de vignoble. De plus, elle prend en charge également le raisin de quelques 1000 vigneronnes différents. Elle signale qu'il y a 20 ans, il y avait 800 familles vigneronnes de plus qui livraient leur récolte. C'est autant de personnes qui ne pratiquent plus la vigne de loisir, et au moment d'un choix de carrière, souvent on n'y pense pas.

Toutefois, Véronique Besson-Rouvinez pointe du doigt la mauvaise publicité pour les travaux des vignobles. Les médias relèvent souvent les aspects négatifs plutôt que le positif en relatant par exemple les mauvaises années viticoles alors qu'il serait possible de mettre en avant le renouvellement annuel, l'évolution aux fils des saisons.

Les trois praticiens s'accordent sur le fait que l'embauche est problématique depuis environ 10 ans. Même des postes à responsabilités comme chef d'équipe peinent à être pourvus. Quid des salaires ; ils ne sont pas mauvais mais annualisés. Ainsi en saison les journées sont plus longues alors qu'hors saison, il est possible de bénéficier de pas mal de temps libre.

Mélanie Besse qui exploite 5 ha, en reconversion en biodynamie, sur un coteau non-mécanisable, constate aussi un problème à l'embauche, bien qu'elle gère une plus petite structure. Elle évoque aussi la mauvaise publicité, et pas uniquement dans les médias mais également de la part des parents.

Jean-Paul Schwindt observe que, bien que la filière investisse considérablement dans la publicité et le marketing pour vendre ses crus, elle échoue à attirer de la main-d'œuvre, alors qu'elle pourrait valoriser cet aspect humain comme un argument d'authenticité.

Eric Germanier suppose également que la vigne entre en contradiction avec l'actuelle société « du tout de suite ». En effet, le résultat du travail s'obtient après un an... ! Il faut pouvoir se montrer patient tout en apportant une attention de chaque instant.

Quelles pistes pour promouvoir le métier de la vigne ?

- Attractivité du métier : à l'heure où les gens veulent donner un sens à leur vie, le travail dans la vigne est un accès à une relation avec la nature. Jean-Paul Schwindt considère que le lien à la terre existe toujours mais qu'il a changé de nature : autrefois principalement physique, ce lien tend désormais à devenir plus spirituel.
- Deuxième vocation : on constate un nombre croissant de vocations tardives. C'est pourquoi la fondation Vitis Aequitas s'engage à mettre à disposition une petite surface de vigne afin de partir à la découverte de la viticulture à l'aide d'un coaching.
- Événements autour du vin : d'avis général, il faut promouvoir l'œnotourisme, pour le message positif qu'il envoie auprès de la population. Les sorties scolaires peuvent aussi contribuer à la bonne image de ce milieu professionnel.
- Métier authentique mais à la pointe : La viticulture a certes des airs de tradition mais les activités sont diverses et variées et des machines à la pointe de la technologie sont utilisées.
- Viticulture biologique : de plus en plus de vignoble sont travaillés selon le label bio. D'ailleurs la nouvelle formation intégrera pour toutes et tous les contenus liés à la viticulture biologique.

LES VINS SUISSES AUGMENTENT LEURS PARTS DE MARCHÉ DANS UNE CONSOMMATION EN BAISSÉ

Dans un contexte de consommation tendu, les vins suisses ont affiché l'an dernier de bons résultats. En 2023, les parts de marché des vins suisses ont augmenté de 1,6 % malgré une consommation en baisse. Elles s'élèvent désormais à 38,6 %. La consommation globale de vins est quant à elle descendue de 1,3 millions de litres par rapport à 2022 pour atteindre 235,9 millions.

La consommation totale de vin a baissé en 2023, pour atteindre 235,9 millions de litres. Il s'agit d'une diminution de 1,3 million de litres (-0,5 %). Elle se répartit en 85,3 millions de litres de vins blancs et 150,6 millions de litres de vins rouges (rosés inclus). La baisse de consommation est due, en volume, à une diminution dans les vins rouges non compensée par l'augmentation dans les vins blancs.

Sur les tables, la consommation de vins suisses a augmenté contrairement à celle des vins étrangers qui a baissé. En effet, en 2023, 91 millions de litres de vin suisse ont été bus, soit 3,8 % de plus que l'année précédente. La consommation de vins étrangers a, quant à elle, diminué de 3,1 %, pour atteindre 144,9 millions de litres. Les parts de marché des vins suisses gagnent ainsi 1,6 points pour atteindre 38,6 % en 2023.

Grâce à la récolte généreuse de 2023, les stocks de vins suisses au 31 décembre 2023 se raffermissent. Ils atteignent 156 millions de litres (+6,8 %) et représentent des volumes confortables dans tous les cantons tant pour les vins blancs que pour les vins rouges. Les stocks de vins étrangers quant à eux diminuent de -4,9 % pour atteindre 52,6 millions de litres.

Depuis 2022, les consommations des vins rosés suisses et des vins mousseux suisses sont calculées. Avec 7 millions de litres, les vins rosés représentent près de 8 % de la consommation de vins suisses. La consommation totale de vins mousseux a augmenté de près de 7 % en 2023 pour

atteindre 22,8 millions de litres. La part de marché des vins mousseux suisses demeure faible soit moins de 3 %.

D'après les données relevées par l'Observatoire suisse du marché des vins (OSMV), les ventes des vins suisses chez les sept grands distributeurs ont diminué de 3,1 % par rapport à 2022. Selon l'analyse de l'OFAG, en 2023, ces sept enseignes ont écoulé 27,5 % des vins suisses consommés dans le pays. Le reste a été entre autres vendu via les canaux Horeca ou encore la vente directe.

Des chiffres plus détaillés de la production et de la consommation de vin sont disponibles dans le rapport intitulé « L'Année viticole 2023 ».

→ Les vins suisses augmentent leurs parts de marché dans une consommation en baisse (admin.ch)

