

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)

