



[A la Une](#)

Interview d'Alexandre Mondoux: « Un outil intéressant pour gérer la commercialisation du vin serait l'introduction d'une réserve climatique »

28 janvier 2020

Interview d'Alexandre Mondoux – Responsable Observatoire suisse du marché des vins

Monde Économique : La part de marché des vins suisses sur le marché national ne cesse de diminuer. Doit-on s'inquiéter ?

Alexandre Mondoux : La situation du marché suisse des vins est difficile et il est dès lors important de suivre certains indicateurs économiques. Les parts de marché du Panel Nielsen (les enseignes de la grande distribution comprenant Coop, Denner, Globus, Manor, Spar et Volg) sont passées de 29 % en 2013 à 26 % en 2018. Selon les chiffres de l'OFAG (tous canaux de distribution confondus), une baisse de la consommation de vins suisses de 39 % à 37 % a été constatée dans cette même période. Au niveau de l'offre de vin, on peut analyser deux chocs récents : en 2015 avec une sécheresse qui a touché toute la Suisse et en 2017 avec le gel printanier en Valais, première région viticole du pays. En général, il est possible de constater qu'en cas de manque de disponibilités, les parts de marché se perdent au profit des vins étrangers mais en cas de reprise des quantités, il est cependant plus difficile de récupérer les positions perdues.

Monde Économique : Comment enrayer la spirale à la baisse de la consommation des vins suisses ?

Alexandre Mondoux : Tout d'abord, il ne faudrait pas se concentrer uniquement sur les volumes de consommation, car les prix sont tout aussi importants. En moyenne, les vins suisses restent 27 % plus chers que les vins étrangers en 2018 à l'intérieur du Panel Nielsen.

Je soulignerais deux points importants. La sensibilisation à la consommation locale et écologique, ce qui s'inscrit bien dans la nouvelle mouvance actuelle. Deuxième point, assurer une offre complète des vins suisses dans tous les canaux de distribution pour mieux répondre aux besoins du consommateur : les grandes surfaces, la vente directe, le marché HoReCa (Hôtel, Restauration,

Café) et pour ~~quoi pas relancer les exportations ?~~ Les vins suisses sont, certes, souvent considérés comme trop chers dans le bas-moyen de gamme mais relativement bon marché dans le haut de gamme par rapport à des grands crus français ou italiens.

Monde Économique : Quelles sont les stratégies commerciales à privilégier pour le futur ?

Alexandre Mondoux : Quatre cantons romands ont récemment demandé au Conseil fédéral de mettre plus de moyens financiers à disposition de la branche pour la promotion des vins suisses. Les instances de défense professionnelle et de promotion au niveau national seraient plus à même de répondre à cette question. L'OSMV n'a pas de rôle à jouer dans la fixation des stratégies commerciales, en revanche, il se tient prêt à mesurer l'efficacité de différentes stratégies.

Un outil intéressant pour gérer la commercialisation du vin serait l'introduction d'une réserve climatique. Celle-ci consisterait à mettre en réserve des quantités de vin en excès les années de vendanges abondantes et à les libérer lors de périodes peu productives afin de mieux répondre à la consommation.

Partager sur :

