



MEDIENSPIEGEL

10.07.2017

Andreas Keller Weininformation
Andreas Keller
Konkordiastrasse 12
8032 Zürich

Lieferschein-Nr.: 10252102 Ausschnitte: 2
Auftrag: 721003 Folgeseiten: 2
Themen-Nr.: 721.72 Total Seitenzahl: 4

	06.07.2017	thomasvino.ch La promotion des vins suisses se restructure	01
	05.07.2017	Hôtellerie et Gastronomie Hebdo La promotion des vins suisses se restructure	03



La promotion des vins suisses se restructure

Après 5 ans d'existence, Suisse Wine Promotion s'est transformée en société anonyme. Son assemblée constitutive a eu lieu à Aigle. 7,5 millions de francs seront injectés dans la promotion des vins suisses l'an prochain.

Jusqu'ici, SWP était le «bras armé» des offices régionaux de promotion des vins. Désormais, SWP SA représente toujours les régions, à hauteur de 45% du capital et des actionnaires, à quoi s'ajoute à 45% la production, l'encavage et le commerce, et pour les 10% restants, à hauteur de 5%, l'Interprofession de la vigne et des vins suisses et à 5%, une douzaine de partenaires de SWP, dont VINEA, la Mémoire des vins suisses et Mémoire & Friends, par exemple. Ces blocs d'actionnaires ne peuvent pas être modifiés.

Un conseil d'administration tout neuf



L'assemblée constitutive a nommé son président, qui prend le relais de l'œnologue valaisan Gilles Besse, aux commandes ces cinq dernières années : le Zurichois Martin Wiederkehr, 53 ans, œnologue, ancien directeur pendant près de dix ans de La Cave de Genève, jusqu'au printemps 2017, désormais chargé de piloter un projet d'institut de la vigne et du vin à Wädenswil pour la formation continue des filières vitivinicoles, voulu par les milieux suisses alémaniques (mais la formation des œnologues restera centralisée à Changins/VD). Au conseil d'administration, il siègera en compagnie du Vaudois Daniel Dufaux, président de l'Union suisse des œnologues et directeur de Badoux Vins, à Aigle (groupe Schenk), de la jeune viticultrice et œnologue valaisanne Isabella Kellenberger, et de deux membres hors milieu vitivinicole, la Montréalaise de Genève Josée Bélanger, une experte en marketing, et le Tessinois Roberto Grassi, administrateur de nombreuses sociétés de gestion et bancaires. Deux commissions appuieront ce conseil, l'une dite «des marchés», l'autre de «coordination nationale», où l'on retrouve les offices de promotion des six régions.

Le Valaisan Jean-Marc Amez-Droz, responsable du secrétariat de SWP, poursuit son mandat, mais le poste de «



directeur» devrait être mis au concours par le nouveau conseil d'administration. Et SWP s'est doté d'un bureau à Berne, avec deux personnes. A nouveau, dira-t-on, puisque la structure «légère» avait fait suite à la faillite de Swiss Wine Communication, qui affichait, «grosso modo», les mêmes buts, il y a une douzaine d'années.

Des projets de 2,5 à 7,5 millions de francs

Aujourd'hui, la promotion des vins suisses s'inscrit dans un projet où la Confédération exerce un étroit contrôle. Et SWP est le seul organisme reconnu par l'Office fédéral de l'agriculture pour financer des projets avec de l'argent public. Ses «fonds propres» proviennent des taxes cantonales perçues chez les vigneron et les encaveurs, en fonction des surfaces de vigne et des litres de vin, et d'apports propres. Chaque franc investi est doublé par la Confédération. En 2016, l'ensemble des projets ainsi soutenus a représenté un peu plus de 6 millions de francs, contre 2,5 millions, il y a cinq ans, et 7,5 millions prévus pour 2018.

La nouvelle structure travaille avec la société des exportateurs (SWEA), qui gère notamment la vente des vins aux ambassades, qui a aussi doublé en quatre ans. Au niveau national, SWP entend améliorer l'implantation des vins suisses dans la gastronomie, avec des partenariats avec le guide GaultMillau, le Best of Swiss Gastro, et la Swiss Wine Week, qui s'est greffée sur la Semaine suisse du goût, et devrait s'étendre sur l'ensemble de l'année, à l'avenir. Un accord avec les candidats à la formation des «Masters of wine» et ces diplômés a également été trouvé, pour donner une aura aux vins suisses à l'étranger, avec une répercussion attendue sur la consommation suisse. SWP collabore aussi avec la grande distribution, par le biais de publications ciblées, tirées à des millions d'exemplaires. La seule campagne avec la Coop a engendré la vente de 450'000 bouteilles de vin pour un chiffre d'affaires de 3,8 million de francs.

Précisément, quel impact cette promotion a-t-elle sur les ventes de vins suisses? Trois années de faible production ne permettent pas de juger de l'efficacité, sinon en terme de notoriété. En Suisse, la part de marché des vins indigènes a diminué de 4,6% et la consommation des vins italiens (27,3%) a dépassé celle des vins suisses (26,4%). Les vins blancs indigènes sont les seuls à résister (53,1% de la consommation). Selon le dernier rapport de l'Observatoire suisse du marché du vin, un projet mené à bien par SWP, le chiffre d'affaires des vins AOC indigènes en grande distribution a chuté de 7,5% l'an passé, «atteignant ainsi un point bas historique». Une année 2016 revenue à des quantités plus importantes a redonné l'espoir aux vigneron suisses, tempérés par le gel d'avril 2017, dont l'impact ne pourra pas être mesuré avant les vendanges, notamment en raison des périodes caniculaires de ce mois de juin. A l'export, les statistiques des douanes, qui continuent à ne pas distinguer les vins étrangers ré-exportés de Suisse et les vins indigènes, affichent aussi un chiffre bas : 526'000 litres pour une valeur de 5,6 millions de francs en 2016.

Sur le net : www.swisswine.ch

Paru dans Hôtellerie & Gastronomie Hebdo, le 5 juillet 2017.



La promotion des vins suisses se restructure

Après cinq ans d'existence, Swiss Wine Promotion s'est transformée en société anonyme. Son assemblée constitutive a eu lieu à Aigle et 7,5 millions de francs seront injectés dans la promotion l'an prochain.

Jusqu'ici, SWP était le «bras armé» des offices régionaux de promotion des vins. Désormais, SWP SA représente toujours les régions, à hauteur de 45% du capital et des actionnaires, à quoi s'ajoutent à 45% la production, l'encavage et le commerce, et pour les 10% restants, à hauteur de 5%, l'Interprofession de la vigne et des vins suisses et à 5%, une douzaine de partenaires de SWP, dont VINEA, la Mémoire des vins suisses et Mémoire & Friends, par exemple. Ces blocs d'actionnaires ne peuvent pas être modifiés.

Conseil d'administration tout neuf

L'assemblée constitutive a nommé son président, qui prend le relais de l'œnologue valaisan Gilles Besse, aux commandes ces cinq dernières années: le Zurichois Martin Wiederkehr, 53 ans, œnologue, ancien directeur pendant près de dix ans de La Cave de Ge-

nève, désormais chargé de piloter un projet d'institut de la vigne et du vin à Wädenswil (mais la formation des œnologues reste centralisée à Changins). Au conseil d'administration, il siègera en compagnie du Vaudois Daniel Dufaux, président de l'Union suisse des œnologues et directeur de Badoux Vins, à Aigle (groupe Schenk), de la jeune viticultrice et œnologue valaisanne Isabella Kellenberger, et de deux membres

hors milieu vitivinicole, la Montréalaise de Genève Josée Bélanger, une experte en marketing, et le Tessinois Roberto Grassi, administrateur de nombreuses sociétés de gestion et bancaires. Deux commissions appuieront ce conseil, l'une dite «des marchés», l'autre de «coordination nationale», où l'on retrouve les offices de promotion des six régions.

Le Valaisan Jean-Marc Amez-Droz, responsable du secrétariat de SWP, poursuit son mandat, mais le poste de directeur devrait être mis au concours par le nouveau conseil d'administration. Et SWP s'est doté d'un bureau à Berne, avec deux personnes. A nouveau, dira-t-on, puisque la structure «légère» avait fait suite à la faillite de Swiss Wine Communication, qui affichait, «grosso modo», les mêmes buts, il y a une dizaine d'années.

Des projets mieux financés

Aujourd'hui, la promotion des vins suisses s'inscrit dans un projet où la Confédération exerce un étroit contrôle. Et SWP est le seul organisme reconnu par l'Office fédéral de l'agriculture pour financer des projets avec de l'argent public. Ses «fonds propres» proviennent des taxes cantonales perçues chez les vigneron et encaveurs, en fonction des surfaces de vigne et des litres de vin, et d'apports propres: chaque franc investi est doublé par la Confédération. En 2016, l'ensemble des projets ainsi soutenus a représenté un peu plus de 6 millions de francs, contre 2,5 millions, il y a cinq ans, et 7,5 millions prévus pour 2018.

La nouvelle structure travaille avec la société des exportateurs (SWEA), qui gère notamment la vente des vins aux ambassades, qui a doublé en quatre ans. Au niveau national, SWP entend améliorer l'implantation des vins

suisses dans la gastronomie, avec des partenariats avec le guide GaultMillau, le Best of Swiss Gastro, et la Swiss Wine Week, qui s'est greffée sur la Semaine suisse du goût, me devrait s'étendre sur l'ensemble de l'année, à l'avenir. Un accord avec les candidats à la formation des «Masters of wine» et ces diplômés a également été trouvé, pour donner une aura aux vins suisses à l'étranger, avec une répercussion attendue sur la consommation suisse. SWP collabore aussi avec la grande distribution, par le biais de publications ciblées, tirées à des millions d'exemplaires. La seule campagne avec la Coop a engendré la vente de 450'000 bouteilles de vin pour un chiffre d'affaires de 3,8 million de francs.

Les vins blancs indigènes résistent

HÔTELLERIE^{et} GASTRONOMIE HEBDO

La revue des professionnels depuis 1886

Hôtellerie et Gastronomie Hebdo
1004 Lausanne
021/ 616 27 12
www.hotellerie-gastronomie.ch

Medienart: Print
Medientyp: Fachpresse
Auflage: 4'438
Erscheinungsweise: 36x jährlich



Seite: 3
Fläche: 56'877 mm²

Auftrag: 721003
Themen-Nr.: 721.072

Referenz: 65942578
Ausschnitt Seite: 2/2

Quel impact cette promotion a-t-elle sur les ventes de vins suisses? Trois années de faible production ne permettent pas de juger de l'efficacité, sinon en termes de notoriété. En Suisse, la part de marché des vins indigènes a diminué de 4,6% et la consommation des vins italiens (27,3%) a dépassé celle des vins suisses (26,4%). Les vins blancs indigènes sont les seuls à résister (53,1% de la consommation). Selon le dernier rapport de l'Observatoire suisse du marché du vin, un projet mené à bien par SWP, le chiffre d'affaires des vins AOC indigènes en grande distribution a chuté de 7,5% l'an passé,

«atteignant ainsi un point bas historique». Une année 2016 revenue à des quantités plus importantes a redonné l'espoir aux vignerons suisses, tempérés par le gel d'avril 2017, dont l'impact ne pourra pas être mesuré avant les vendanges, notamment en raison des périodes caniculaires de ce mois de juin. A l'export, les statistiques des douanes, qui contiennent à ne pas distinguer les vins étrangers ré-exportés de Suisse et les vins indigènes, affichent aussi un chiffre bas: 526 000 litres pour une valeur de 5,6 millions de francs en 2016.

PIERRE THOMAS



Davantage d'informations:
www.swisswine.ch



Le Zurichois Martin Wiederkehr, directeur de La Cave de Genève S.A. jusqu'à récemment, a repris les rênes de Swiss Wine Promotion.

DR