

## Les vins suisses sont condamnés à s'exporter

*Le produit indigène perd des parts de marché à hauteur de 30%. Ce qui revient à dire que plus de six bouteilles consommées sur dix sont importées!*

En Suisse, la consommation globale de vin a baissé de 14% en vingt ans. Le vin indigène perd des parts de marché à hauteur de 30%, ce qui revient à dire que plus de six bouteilles consommées sur dix sont désormais importées ! Ces chiffres ne tiennent pas compte des importations dues au tourisme d'achat, qui s'est considérablement accru depuis le renforcement du franc suisse en 2010.

C'est dire si le secteur ne se porte pas bien, même si les stigmates d'une véritable crise ne sont pas (encore) visibles dans nos vignobles. En réalité, les vigneronnes suisses meurent à petit feu, évolution qui devrait se poursuivre si l'on en croit les projets de nos pays voisins. En effet, la Commission européenne considère que, sur le budget consacré aux actions d'information et de promotion des ventes, les 30% réservés aux marchés des pays tiers tels que la Suisse sont insuffisants, compte tenu de leur potentiel de croissance jugé important. Par conséquent, la commission souhaite porter les fonds alloués à la politique de promotion des ventes de 62 à 200 millions d'euros pour les produits agricoles, et nul doute que le vin sera parmi les principaux bénéficiaires de ces crédits.

Pour la Suisse, les effets de cette politique se traduiront par d'importantes campagnes de promotion et de publicité ces prochaines années, ce qui aura assurément des conséquences négatives sur la consommation de vin indigène. Les acteurs locaux ne restent

cependant pas inactifs et, depuis quelques années, mettent sur pied des actions de communication au moyen d'affichage dans l'espace public et d'annonces dans les médias. Néanmoins, les moyens pour ce faire, réunis non sans difficulté, pèsent peu en comparaison de ceux qui risquent d'être dépensés prochainement par les pays exportateurs. Dans un secteur viticole suisse, structurellement en crise, il sera difficile de réunir des sommes suffisantes pour parer à la concurrence publicitaire étrangère.

Mais d'autres menaces se profilent et le pire est peut-être à venir si notre pays cède à la tendance de l'hygiénisme outrancier, déjà observée en France. Dans les travées de l'Assemblée nationale en effet, les projets des plus délirants sont ouvertement évoqués

Le pire est peut-être à venir si notre pays cède à la tendance de l'hygiénisme outrancier, déjà observée en France

comme l'interdiction de parler du vin sur Internet, l'interdiction de parler positivement du vin dans les médias, la taxation du vin au nom de la santé publique, la radicalisation

du message sanitaire et enfin, le durcissement des mentions sanitaires sur les étiquettes. Ces propositions annoncées auront pour effet de stigmatiser les millions de consommateurs de vin raisonnables et responsables, sans malheureusement résoudre le problème des populations à risque (en particulier les jeunes) insensibles probablement à ce type de messages. On le voit, la lutte des vigneronnes suisses pour maintenir leurs parts de marché n'est de loin pas terminée. Il apparaît dès lors clairement que, pour maintenir la surface du vignoble suisse, le développement des marchés à l'exportation devient indispensable, ce que la haute qualité des produits devrait favoriser.