

L'Etat du Valais signe un partenariat novateur avec la filière vitivinicole

Jean-Michel Cina
Président du Conseil d'Etat

Conférence de presse
14 mars 2011

Sommaire

1. Une étude **VITI 2015** : base de la stratégie vitivinicole valaisanne
2. Une **Charte de Qualité** « Le Valais, pays de la vigne et du vin » - « Weinland Wallis »
3. Un **contrat de prestations** de 1,8 millions pour la promotion et la vente des vins valaisans
4. Un **partenariat** dynamique et porteur de valeur ajoutée

Sommaire

1. Une étude **VITI 2015** : base de la stratégie vitivinicole valaisanne
2. Une **Charte de Qualité** « Le Valais, pays de la vigne et du vin » - « Weinland Wallis »
3. Un **contrat de prestations** de 1,8 millions pour la promotion et la vente des vins valaisans
4. Un **partenariat** dynamique et porteur de valeur ajoutée

▲ L'étude VITI 2015 en bref

- Initiée en 2007 par le Conseil d'Etat
- Conduite scientifique par HEC Lausanne
- Consultation de la filière vitivinicole valaisanne à chaque étape de réalisation
- En 3 parties : économique (I), marché et marketing (II) et externalités et gouvernance (III)
- Conclusion en 16 recommandations (cf. support en annexe)

- ▲ Les travaux et propositions du Département de l'Economie de l'Energie et du Territoire (DEET)
 - Les conclusions de VITI 2015 recourent largement la stratégie marketing 2010-2012 de l'Interprofession de la Vigne et du Vin
 - Rencontres régulières, depuis juillet 2010, avec les représentants de la filière vitivinicole valaisanne
 - Proposition aux encaveurs et vigneron valaisans d'une **Charte de qualité**, d'un **mandat de prestations** et d'un **partenariat**

Sommaire

1. Une étude **VITI 2015** : base de la stratégie vitivinicole valaisanne
2. Une **Charte de Qualité** « Le Valais, pays de la vigne et du vin » - « Weinland Wallis »
3. Un **contrat de prestations** de 1,8 millions pour la promotion et la vente des vins valaisans
4. Un **partenariat** dynamique et porteur de valeur ajoutée

Charte de qualité

- ▲ Une Charte de Qualité : « Le Valais, pays de la vigne et du vin » - « Weinland Wallis »
 - Objectif : Faire du Valais une destination vitivinicole incontournable au niveau suisse et européen à l'horizon 2015
 - Signée par toutes les composantes de l'Interprofession de la Vigne et du Vin, représentant l'ensemble du secteur
 - Développement de trois axes principaux pour la viticulture valaisanne : Le **VIN**, le **VALAIS** et ses **CLIENTS**
 - Réalisation sous la forme d'un partenariat avec la profession orienté vers des objectifs communs

Charte de qualité



LE VALAIS, UNE DESTINATION VITIVINICOLE INCONTOURNABLE AU NIVEAU EUROPÉEN À L'HORIZON 2015

L'étude «Stratégie vitivinicole valaisanne à l'horizon 2015» confirme l'importance de la filière vitivinicole pour le Valais, d'un point de vue économique, touristique, social et environnemental. Elle encourage le développement d'une philosophie de «**qualité totale**», de la vigne au verre, au bénéfice de nos clients et de nos hôtes.

Le vin, c'est une région, un climat, des terroirs, une identité, des hommes et des femmes qui mettent en valeur, par leur **savoir-faire**, ces atouts naturels.

Afin de promouvoir une image et une vision communes pour les vins d'Appellation d'Origine Contrôlée Valais, l'Etat du Valais et l'Interprofession de la Vigne et du Vin du Valais définissent, par cette Charte de Qualité, les **objectifs communs** suivants:

LE VIN

L'Interprofession de la Vigne et du Vin du Valais s'engage, avec la participation de l'Etat du Valais en matière législative, technique et financière, à garantir, assurer, promouvoir et valoriser l'identité et la qualité des vins d'Appellation d'Origine Contrôlée Valais.

Cet engagement passe par :

- une philosophie d'excellence et de qualité totale partagée par tous les prestataires, de la vigne au verre, de l'accueil à la commercialisation, dans le respect des valeurs portées par l'Appellation d'Origine Contrôlée Valais.
- une responsabilité individuelle des vigneron et encaveurs et une responsabilité collective de l'ensemble de la filière dans la culture de la vigne et l'élaboration des vins.
- une promotion des vins à forte identité valaisanne, de caractère unique et porteurs d'image.

- une valorisation de la Sélection des Vins du Valais, concours de référence organisé par l'Interprofession de la Vigne et du Vin, et des vins récompensés.

LA RÉGION

Les partenaires signataires de la Charte s'engagent, en collaboration étroite à :

- promouvoir la destination «Valais, pays de la vigne et du vin» - «Weinland Wallis», dans le respect des valeurs environnementales, de développement durable et de la marque Valais.
- lier la qualité de vie et l'art de vivre en Valais, le climat, le paysage et la nature aux produits emblématiques de l'agriculture valaisanne grâce aux valeurs culturelles et conviviales portées par le vin.
- accentuer la formation et l'offre touristique autour des spécificités et de l'attractivité du patrimoine viticole et des vins du Valais, notamment par les actions collectives de vente directe comme «Les Caves Ouvertes», «La Route des Vins du Valais» et les projets territoriaux de développement durable comme les «Murs en pierres sèches».

NOS CLIENTS

Comme les Valaisans et leurs vins, nos clients sont uniques et ont tous du caractère.

C'est pourquoi les partenaires signataires de la Charte ont à cœur de les placer au centre de leurs engagements et de leurs actions.

Ambassadeurs du Valais, chaleureux, disponibles, ouverts et formés de manière professionnelle, les partenaires signataires de la Charte offrent à leurs clients des produits d'excellence, créent avec eux des liens de confiance, leur proposent un conseil personnalisé en partageant leur passion pour une région d'accueil et de gastronomie.

LE PARTENARIAT

Sur la base des axes stratégiques proposés par l'étude WITI 2015, l'Etat du Valais et l'Interprofession de la Vigne et du Vin du Valais définissent leurs engagements sur des objectifs communs, leurs responsabilités et les modalités de leur collaboration par un contrat de prestations.

Cet engagement porte sur des priorités claires, avec comme buts:

- de promouvoir le Valais et de valoriser ses vins.
- de communiquer de manière cohérente et émotionnelle avec la philosophie et les valeurs de l'Appellation d'Origine Contrôlée Valais, et celles de la marque Valais, de renforcer l'attractivité de nos vins et nous démarquer ainsi des autres acteurs du marché.

- de poursuivre la montée en gamme observée depuis 2005, d'éviter toute banalisation des vins porteurs d'image et de favoriser une démarche qualitative intégrée et de valeur ajoutée durable.
- d'assurer l'équilibre financier au sein de la filière, de défendre les intérêts des vigneron et encaveurs valaisans et de contribuer à la pérennité du secteur.
- de professionnaliser la conduite de la filière et la connaissance du marché par des indicateurs pertinents et fiables.

Leytron, le 19 janvier 2011

Etat du Valais
Jean-Michel Cina
Conseiller d'Etat

Interprofession de la Vigne et du Vin du Valais

Eric Germainier
Président

Gilles Besse
Vice-président

Avec le soutien de :

Fédération Valaisanne des Vignerons

Eric Germainier
Président

Pierre-Yves Felley

Secrétaire

Société des Encaveurs de Vins du Valais

Claude Critin
Président

Jean-Pierre Guidoux
Secrétaire général

Groupe des Encaveurs Négociants Indépendants

Jacques-Alphense Orsel
Président

Jacques Germainier

Membre

Union des Vignerons-Encaveurs du Valais

Thierry Constanlin
Président

Romain Papilloud

Vice-président

PROVIN

Jacques-Etienne
Vice-président du conseil

Roland Vergères
Directeur général

Charte de qualité

▲ Premier axe: **Le VIN**

- Une philosophie d'excellence et de **qualité totale**
- partagée par tous les prestataires,
- de la vigne au verre, de l'accueil à la commercialisation,
- dans le respect des valeurs de l'Appellation d'Origine Contrôlée Valais.

▲ Deuxième axe: **Le VALAIS**

- Promouvoir la destination « **Valais, pays de la vigne et du vin** » - « **Weinland Wallis** »
- Développer les collaborations et les synergies avec les autres secteurs de l'économie valaisanne

▲ Troisième axe: **Les CLIENTS**

- Ils sont uniques et **ont tous du caractère**
- Ils sont placés au centre des engagements et des actions des entreprises vitivinicoles valaisannes

Sommaire

1. Une étude **VITI 2015** : base de la stratégie vitivinicole valaisanne
2. Une **Charte de Qualité** « Le Valais, pays de la vigne et du vin » - « Weinland Wallis »
3. Un **contrat de prestations** de 1,8 millions pour la promotion et la vente des vins valaisans
4. Un **partenariat** dynamique et porteur de valeur ajoutée

Contrat de prestations

▲ Un contrat de prestations

- Sur la base de la Charte de Qualité
- Signé entre l'Etat du Valais et l'Interprofession de la Vigne et du Vin du Valais
- Des projets promotionnels soutenus financièrement par l'Etat du Valais : **principes de soutien, objectifs et indicateurs**

▲ Projets promotionnels soutenus par l'Etat du Valais

- Promotion des **vins à forte identité valaisanne**, de caractère unique et porteurs d'image
- Par exemple la Petite Arvine AOC Valais en lien avec la campagne publicitaire « Ils ont tous du caractère »
- Actions collectives de **vente directe**, par exemple les actions de l'Interprofession telles que les « Caves ouvertes » et la « Route des vins du Valais »

▲ Principes de soutiens financiers

- L'Etat du Valais soutiendrait la promotion faite par l'Interprofession pour **CHF 1,8 millions** jusqu'en 2012
- Principe de 1 franc pour 1 franc pour des actions et des objectifs communs et acceptés par la profession et l'Etat du Valais
- **Exemple** : L'Etat du Valais est disposé à soutenir pour 2011 la campagne publicitaire « Ils ont tous du caractère » pour un montant maximal de CHF 350'000.00. Ceci pour autant que le montant total investi dans ce projet par l'Interprofession de la Vigne et du Vin du Valais soit de CHF 700'000.00

▲ Objectifs et indicateurs chiffrés

- Les actions promotionnelles soutenues sont suivies par l'Etat du Valais sur la base :
 - d'**objectifs** négociés et acceptés par l'Interprofession de la Vigne et du Vin
 - d'**indicateurs chiffrés** mis en place lors de l'étude VITI 2015

Contrat de prestations

- ▲ Exemple : Campagne publicitaire « **Ils ont tous du caractère** » avec comme objectif l'augmentation des **taux de notoriété** totale de six vins d'Appellation d'Origine contrôlée Valais

	2004	2008	2012
Taux de notoriété totale des six vins d'Appellation d'Origine Contrôlée Valais			
Cornalin	21%	25%	30%
Heida / Païen	24%	26%	30%
Humagne Rouge	34%	33%	35%
Johannisberg	78%	73%	75%
Petite Arvine	34%	36%	40%
Syrah	55%	57%	60%
Appréciation qualitative des vins du Valais « Quel canton suisse produit ... »			
les meilleurs vins rouges	57%	51%	55%
les meilleurs vins blancs	57%	53%	55%

Contrat de prestations

- ▲ Exemple : Ventes directes : « **Caves ouvertes** » avec comme objectifs l'augmentation du nombre de caves participantes et du chiffre d'affaires réalisé

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Caves participantes	99	115	139	179	200	220
Nombre de visites ('000)	7.7	11.7	16.0	44.0		
Chiffre d'affaires ('000)	854	1'100	1'600	3'400	5'000	5'350
Coûts promotionnels ('000)	96	215	260	250	500	400
Ratio Coûts/CA	11.3%	19.5%	16.2%	7.3%	10.0%	7.5%

Contrat de prestations

- ▲ Exemple : Les **ventes en Grande Distribution** avec comme objectifs l'augmentation et/ou le maintien des prix moyens en CHF/Litre sur l'ensemble des vins valaisans et sur les six vins d'Appellation d'Origine Contrôlée Valais retenus dans la campagne publicitaire « Ils ont tous du caractère ».

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Rouges et rosés	11.31	10.96	11.19	10.96	11.41	11.60	11.80	12.00
Blancs	8.99	9.16	9.82	10.42	10.80	11.00	11.20	11.40
Cornalin	28.18	26.21	22.61	21.04	21.09	Maintien des prix observés en 2009		
Heida / Païen	23.33	22.73	22.61	21.10	21.62			
Humagne Rouge	21.43	21.05	19.32	17.71	16.49			
Johannisberg	13.59	13.73	14.49	14.06	14.10			
Petite Arvine	21.10	19.88	17.19	16.66	17.16			
Syrah	21.53	19.87	16.81	17.70	15.99			

Sommaire

1. Une étude **VITI 2015** : base de la stratégie vitivinicole valaisanne
2. Une **Charte de Qualité** « Le Valais, pays de la vigne et du vin » - « Weinland Wallis »
3. Un **contrat de prestations** de 1,8 millions pour la promotion et la vente des vins valaisans
4. Un **partenariat** dynamique et porteur de valeur ajoutée

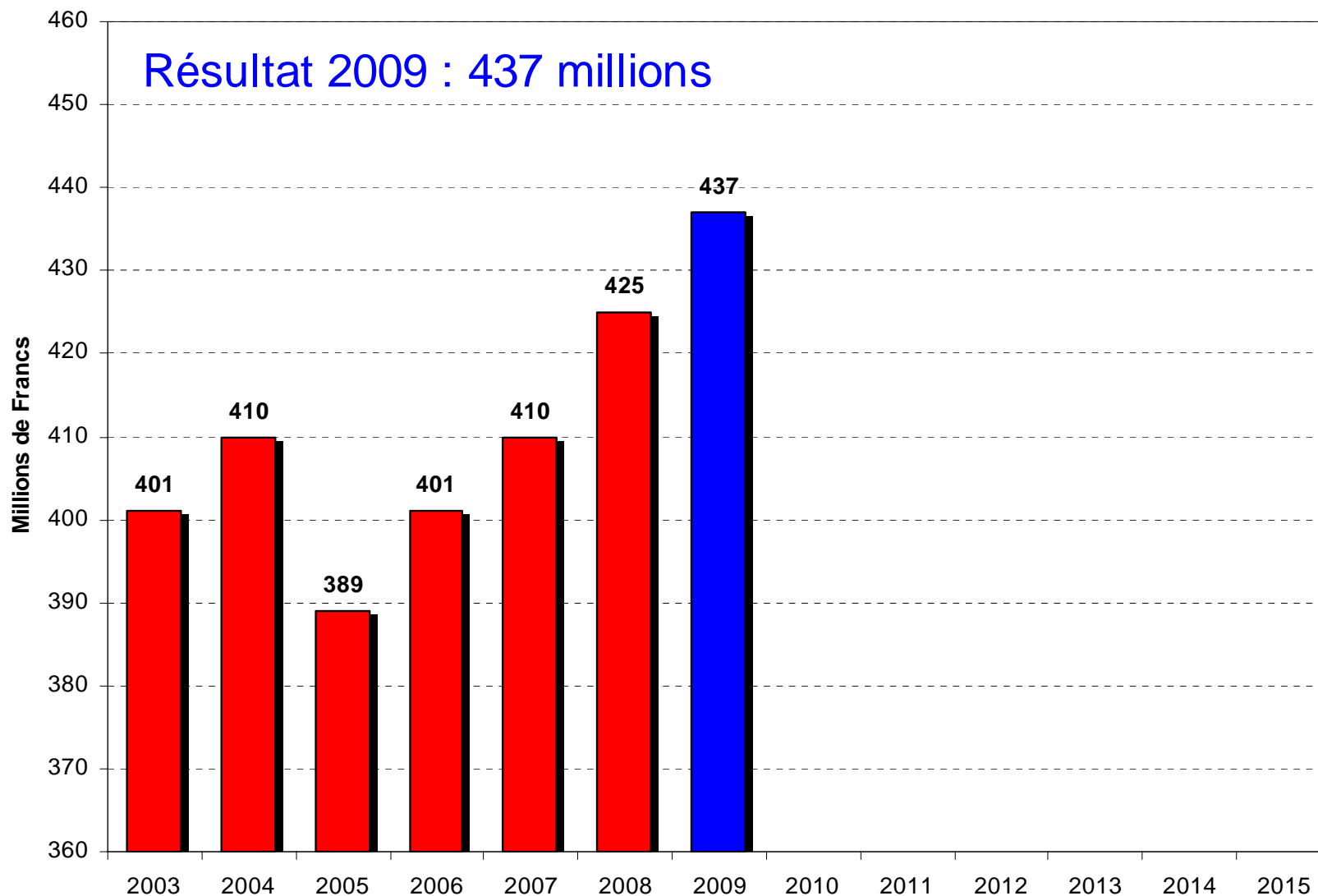
▲ Les principes du **PARTENARIAT**

- Des engagements communs définis au travers d'une Charte de Qualité et d'un contrat de prestations
- Une responsabilité individuelle des vignerons et encaveurs
- Une responsabilité collective de l'ensemble de la filière dans la culture de la vigne, de l'élaboration des vins et de leur commercialisation
- La poursuite de la montée en gamme et des actions menées avec succès depuis 2005 afin d'assurer l'équilibre financier au sein de la filière

▲ Les objectifs du **PARTENARIAT**

- L'objectif fixé en 2006 d'atteindre un chiffre d'affaires annuel de 440 millions CHF à l'horizon 2015 pour la filière vitivinicole semble réaliste et atteignable
- Depuis 2005, la croissance réelle (hors inflation) du chiffre d'affaires de la filière est de 2,1% en moyenne par an. Il atteint 426 millions CHF en 2009. (en franc 2006)
- Les différentes sources indiquent que les signaux sont actuellement au vert pour les vins valaisans et que les marchés peuvent encore être développés par les entreprises à l'horizon 2015.

Partenariat



Partenariat

