

Opportunités de développement des vins mousseux suisses

Alexandre Mondoux¹, Candice Devaud¹, Roxane Fenal¹, Marie Blackford², Olivier Viret³

¹OSMV Changins, 1260 Nyon, Suisse

²Agroscope, 1260 Nyon, Suisse

³Canton de Vaud, 1110 Morges, Suisse

Renseignements: alexandre.mondoux@changins.ch, candice.devaud@changins.ch

<https://doi.org/10.34776/afs15-237> Date de publication: 14 août 2024



La consommation de vin mousseux en Suisse augmente depuis une vingtaine d'années. (Photo: <https://www.pexels.com/>)

Résumé

Les ventes de vin sont en baisse depuis plusieurs années à l'échelle mondiale et le marché suisse ne déroge pas à la tendance. En revanche, sur ce marché, une catégorie de produits se distingue: celle des vins mousseux. La consommation de vin mousseux en Suisse augmente de manière croissante depuis une vingtaine d'années. Ces vins étant essentiellement des produits importés, les vins mousseux issus de raisins suisses n'occupent pas une grande part de marché.

Les ventes en grande distribution et les importations font l'objet d'une étude afin d'expliquer ce phénomène et de mieux comprendre les mécanismes en place, ainsi que les tendances de consommation. Un sondage auprès de la population illustre l'intérêt croissant pour les vins mousseux suisses et les produits alternatifs à base de vin.

Key words: sparkling wine, wine market, consumption, NoLo, low alcohol.

Introduction

Consommation mondiale

La consommation mondiale de vins, toutes catégories et marchés confondus, est globalement en baisse, diminuant en moyenne de 2 millions d'hectolitres de vins par année depuis 2018 (OIV, 2023). Contrairement aux vins tranquilles, la consommation mondiale de vins mousseux connaît une forte augmentation depuis les années 2000, augmentant de 57 % entre 2002 et 2018 notamment en raison du développement des vins mousseux italiens (OIV, 2020). D'après les projections, les vins mousseux devraient croître en volume de +1 % TCAC (taux de croissance annuel composé) entre 2022–2027 sur les vingt principaux pays consommateurs (IWSR, 2022).

Parmi les vins mousseux, un nouveau segment est en pleine émergence: celui des vins mousseux sans alcool ou avec une faible teneur en alcool. Globalement, les

boissons sans alcool ou à faible teneur en alcool, désignées par la suite par l'acronyme NoLo (No/Low alcohol), connaissent une forte progression ces dernières années. Entre 2021 et 2022, une augmentation de +7 % du volume a été relevée sur les dix marchés mondiaux les plus importants. Les NoLo regroupent les bières, les cidres, les spiritueux, les boissons prêtes à boire (RTD) et les vins. D'après une étude IWSR Drinks Market Analysis, les trois quarts des consommateurs et consommatrices de NoLo déclarent boire également de l'alcool. Les milléniaux (génération Y) constituent le groupe d'âge le plus important pour ce marché. Les raisons liées à la santé et à la modération (sobriété ponctuelle) sont, d'après cette étude, les éléments clés du développement des vins NoLo (IWSR, 2022).

Tableau 1 | Évolution des volumes de vente et des prix des vins mousseux et tranquilles toutes couleurs confondues en Suisse (2019 et 2023). Données de vente 2019 et 2023: Coop, Denner, Manor, Migros, Volg, Spar, Landi.

		Vente en grande distribution		Variation		Part de marché 2023
		2019	2023	2019–2023		
Mousseux	Volume ¹	11 057	12 216	▲	10,5 %	12 %
	Prix ²	15,30	15,62	▲	2,1 %	
Tranquille	Volume	92 674	89 289	▼	-3,7 %	88 %
	Prix	10,07	10,21	▲	1,4 %	
Total	Volume	103 731	101 506	▼	-2,1 %	
	Prix	10,63	10,86	▲	2,2 %	

¹En milliers de litres

²En CHF/litres

Tableau 3 | Évolution des prix des importations de vins mousseux en Suisse (1994-2023). Données d'importation Swissimpex 1994–2023.

Prix moyen CHF/litres	1994–2003	2004–2013	2014–2023	2023	Variation (1994–2003)–(2014–2023)	Variation 2019–2023
Italie	5,92	6,26	5,44	5,73	▼ -8,2 %	▲ 4,1 %
France	22,16	24,57	24,38	29,35	▲ 10,0 %	▲ 13,7 %
Espagne	6,05	5,76	4,3	3,47	▼ -28,9 %	▼ -7,1 %
Autres	6,67	7,28	6,24	7,17	▼ -6,4 %	▲ 21,7 %
Total	14,71	12,32	11,31	11,01	▼ -23,1 %	▲ 8,2 %

Tableau 2 | Évolution des volumes vendus et des prix moyens des vins mousseux suisses et étrangers en fonction de leur provenance entre 2019 et 2023 et parts de marché des différentes catégories en 2023 en grande surface. Données de vente 2019–2023: Coop, Denner, Manor, Migros, Volg, Spar, Landi.

		Vente en grande distribution		Variation		Part de marché 2023
		2019	2023	2019–2023		
Suisse	Volume ¹	502	591	▲	17,7 %	5 %
	Prix ²	17,76	18,59	▲	4,7 %	
Mousseux blanc ³	Volume	343	369	▲	7,6 %	3 %
	Prix	17,74	18,73	▲	5,6 %	
Mousseux rosé	Volume	159	222	▲	39,5 %	2 %
	Prix	17,79	18,35	▲	3,2 %	
Etranger	Volume	10 555	11 625	▲	10,1 %	95 %
	Prix	15,18	15,46	▲	1,9 %	
Prosecco	Volume	5 677	6 796	▲	19,7 %	56 %
	Prix	11,70	12,44	▲	6,4 %	
Autres italiens	Volume	960	1 281	▲	33,4 %	10 %
	Prix	8,44	8,86	▲	5,0 %	
Champagne	Volume	1 606	1 442	▼	-10,2 %	12 %
	Prix	36,78	41,61	▲	13,1 %	
Autres français	Volume	595	496	▼	-16,7 %	4 %
	Prix	11,65	12,85	▲	10,4 %	
Reste du monde	Volume	1 716	1 611	▼	-6,2 %	13 %
	Prix	11,51	10,87	▼	-5,6 %	

¹En milliers de litres

²En CHF/litres

³Tous les autres mousseux (non rosés)

Consommation suisse

La Suisse enregistre une hausse de la consommation de vins mousseux étrangers depuis le début des années 2000. En 2023, cette consommation s'élevait à 22,8 millions de litres, selon les données de l'OFAG (Office fédéral de l'agriculture), soit une hausse de plus de 30 % environ en dix ans. Ce phénomène contraste avec la tendance à la baisse de la consommation de vin observée dans de nombreux pays, y compris en Suisse (OIV, 2023). La tendance des ventes en grande distribution selon le panel Nielsen est similaire. Cette base de données comprend les sept grands distributeurs actifs en Suisse (Coop, Denner, Manor, Migros, Spar, Volg et Landi). Sur les cinq dernières années, les vins mousseux enregistrent une croissance constante des volumes vendus, contrairement aux vins tranquilles qui régressent. Les vins mousseux représentent 12 % des volumes vendus dans la grande distribution en Suisse et 17 % du chiffre d'affaires.

Le vin mousseux suisse ne représente qu'une très faible part du vin mousseux vendu en grande distribution (5 % du volume et 6 % du chiffre d'affaires). Pour les vins tranquilles, la part indigène représente presque 28 % (OSMV, 2023). Le vin mousseux helvétique connaît cependant un taux de croissance plus élevé entre 2019 et 2023 (+17,7 %) que les vins mousseux étrangers (+10,1 %). Le prix moyen au litre est également plus élevé (18,59 CHF/litre) que pour les mousseux étrangers (15,46 CHF/litre), mais force est de constater que leurs prix moyens diffèrent beau-

coup en fonction de l'origine du produit. Le Champagne, par exemple, se vend en moyenne plus de deux fois plus cher que les mousseux suisses et plus de trois fois plus cher que le Prosecco qui domine le marché avec plus de la moitié du volume vendu en grande distribution (56 %). La majorité des catégories voient leur volume vendu augmenter entre 2019 et 2023. Nous observons cependant une baisse des volumes de Champagne vendu (-10,2 %), produit qui parvient tout de même à obtenir une légère croissance de son chiffre d'affaires (+1,6 %) grâce à l'augmentation de ses prix (+13,1 %).

En Suisse, les produits «NoLo» et les boissons à base de vin ont connu une croissance importante des volumes vendus en grande distribution entre 2019 et 2023. Les vins mousseux sans alcool ont atteint 1 787 000 litres vendus en 2023 (+16,8 % par rapport à 2019). Les cocktails à base de vins mousseux sont également en croissance sur la période observée (+9 %) et dépassent le million de litres vendus. Les «hard seltzers» (boissons pétillantes à base d'eau gazeuse, alcool et arômes naturels de fruits), enregistrés dans le panel Nielsen depuis 2020, connaissent également une croissance rapide des volumes vendus avec plus de 200 000 litres en 2023. Les vins tranquilles désalcoolisés atteignent des ventes similaires en 2023, avec une augmentation de plus de dix fois depuis 2019. Ces quatre catégories de produits représentent un chiffre d'affaires de plus de 27 millions dans la grande distribution en 2023.

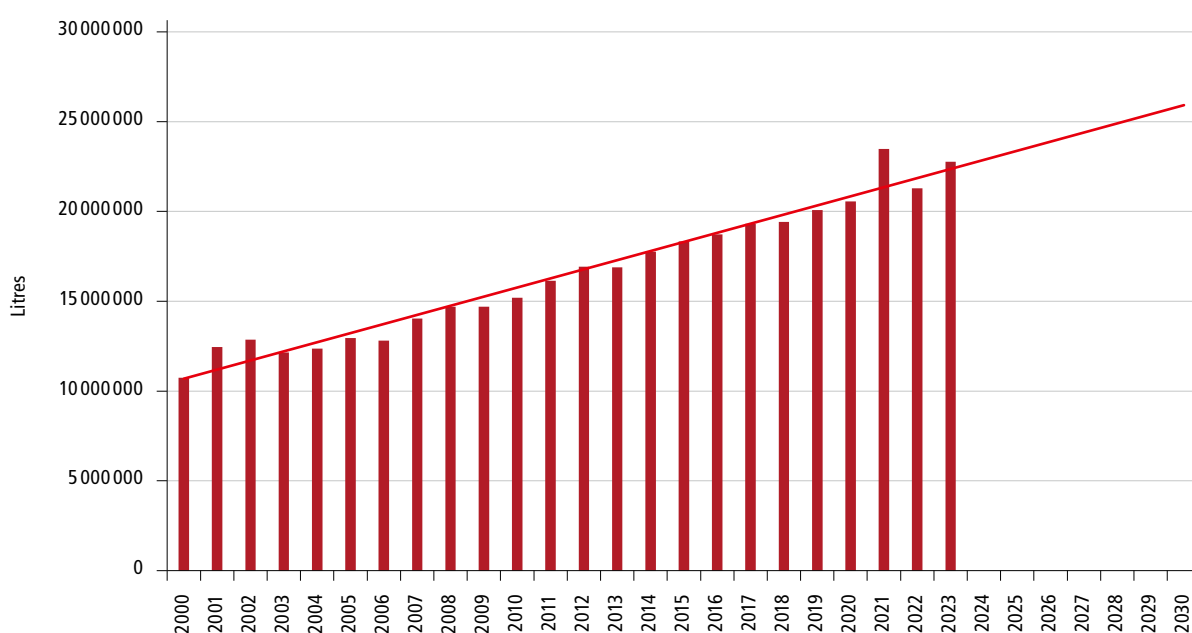


Figure 1 | Évolution et projection linéaire de la consommation de vins mousseux importés en Suisse (2000–2030). Données de consommation OFAG (2000–2023)

Marchés en Suisse

La Suisse présente des marchés relativement différents selon ses régions linguistiques. La Suisse alémanique, la région la plus peuplée, achète proportionnellement plus de vins mousseux en grande distribution (76 % du volume) que la Suisse romande et le Tessin. Les vins mousseux suisses n'y représentent que 3 % des parts de marché, la majorité des vins mousseux vendus provenant d'Italie (69%). Les Romands consomment près de la moitié (46 %) des vins mousseux suisses vendus en grande surface. Les vins mousseux indigènes représentent 12 % des parts de marché des vins mousseux vendus en Suisse romande contre 33 % pour les vins mousseux français et 49 % pour les italiens. Nous constatons que la proximité géographique avec les pays producteurs influence le choix des consommateurs. Les vins mousseux français représentent une part de marché plus importante en Suisse romande, tout comme les mousseux italiens au Tessin. La répartition des parts de marché entre les régions demeure stable sur la période observée, malgré une croissance des volumes de vins mousseux vendus en Suisse romande légèrement plus faible sur la période 2019–2023 (+5,5 % contre +10,8 % en Suisse alémanique et +21,8 % au Tessin).

Importation

Contrairement aux vins tranquilles, l'importation de vins mousseux n'est soumise à aucun contingent. Cependant les vins mousseux sont soumis à une taxe d'importation de 2,17 CHF par litre contre 0,96 CHF par litre pour les vins tranquilles en qualité bouteille (OFDF). Les données disponibles concernant l'importation de vins mousseux couvrent une période étendue permettant d'observer des tendances sur le long terme. Les vins mousseux étrangers représentent la grande majorité des vins mousseux vendus en Suisse (95 % en grande surface). Le nombre de litres de vins mousseux importés a plus que doublé depuis 1988 (+152 %). Les mousseux italiens sont ceux qui se sont le plus démarqués sur le marché de l'importation, contribuant largement à la croissance du secteur. Leur quantité a été multipliée par 50 au cours des 35 dernières années. Une augmentation du volume de +66 % a encore été observée au cours de la dernière décennie. Depuis 2013, les vins mousseux italiens représentent la plus grande part de marché en termes de volume et atteignent 63 % des litres de vins mousseux importés en Suisse en 2023. En revanche, les vins mousseux français ont tendance à perdre en importance sur le marché suisse. Les quantités importées ont baissé de -18 % depuis 1988 et ne représentent plus que 22,9 % du volume en 2023.

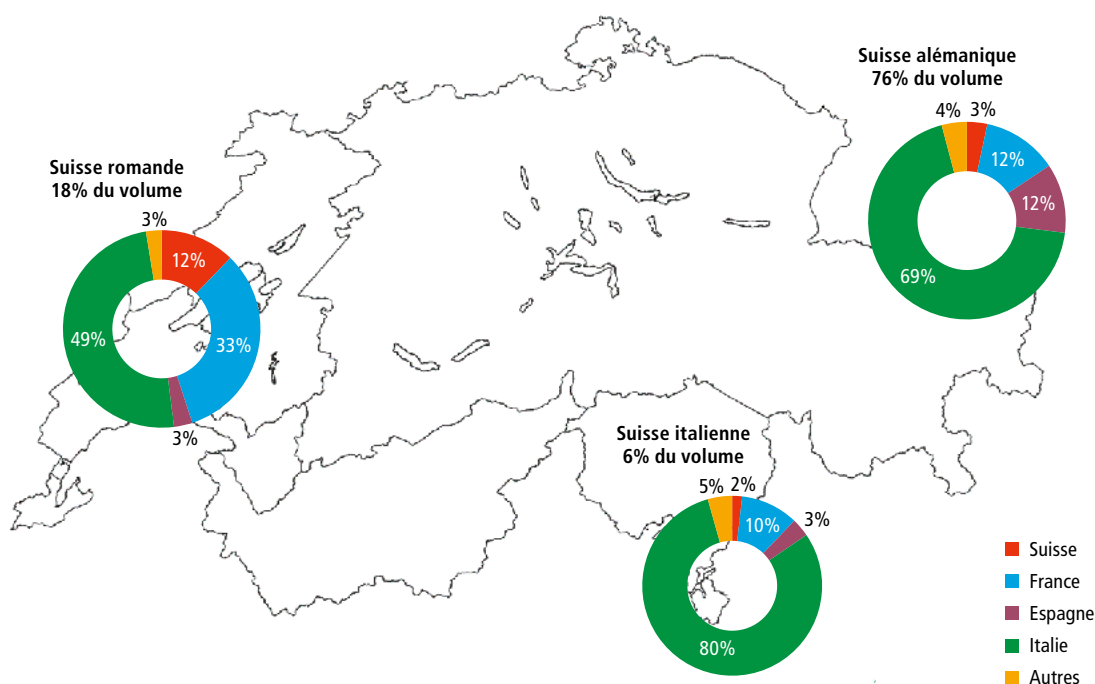


Figure 2 | Répartition des ventes par région et parts de marché des vins mousseux en 2023. Données de vente 2023: Coop, Denner, Manor, Migros, Volg, Spar, Landi.

Les différents pays exportant leurs vins mousseux en Suisse se positionnent sur différents segments de prix. Les vins mousseux français ont en moyenne un prix nettement plus élevé (29,35 CHF/litre) que ceux issus d'Italie ou d'Espagne. Entre 1994 et 2004, le prix moyen des vins mousseux français sur la période s'élevait à 22,16 CHF/litre, soit plus de trois fois celui des autres vins mousseux. Le prix moyen des mousseux importés, toutes origines confondues, décroît sur le long terme en raison de la hausse du volume des vins mousseux italiens qui se situent sur un segment de prix plus bas que la moyenne et qui prennent des parts de marché aux vins mousseux français. De plus, le prix des vins mousseux italiens, espagnols et issus d'autres pays a tendance à baisser sur les périodes observées (variation entre le prix moyen 1994–2003 et 2014–2023), contrairement à celui des vins mousseux français qui a augmenté de +10 %. Globalement, le prix moyen des vins mousseux a augmenté de +8,2 % pour les prix à l'importation entre 2019 et 2023, une augmentation plus élevée que celle observée dans la grande distribution, qui est de +2,1 %.

En termes de chiffre d'affaires, les vins mousseux français conservent une part de marché plus élevée que celle des vins mousseux italiens malgré une forte augmentation du volume d'importation de ces derniers. La hausse des prix des vins mousseux français leur a permis de maintenir une part de marché relativement stable et d'augmenter leur chiffre d'affaires de +38 % au cours des dix dernières années. Ils sont ainsi parvenus à ob-

tenir 61,1 % des parts de marché en 2023. Malgré des volumes très élevés (63 % des parts de marchés) et une croissance constante, les vins mousseux italiens ne représentent que 32,8 % des parts de marché en termes de chiffre d'affaires, du fait de leurs prix relativement bas. Les vins mousseux espagnols et ceux issus d'autres pays conservent une part de marché relativement faible (équivalente à 6,1 % du chiffre d'affaires total en 2023).

Gamme de prix

Durant la période 2019–2023, les ventes de vins mousseux en grande distribution ont augmenté de +10,5 % en termes de volume (ligne en trait-tillé sur la figure 5). La taille des cercles sur la figure est proportionnelle au volume vendu en 2023, allant de plus de 12 millions de litres pour le total des vins mousseux à moins de 250 000 litres pour les vins mousseux suisses rosés. Le cercle «total» regroupe tous les vins mousseux, tandis que les segments par pays, par exemple «Italie», regroupent tous les vins mousseux provenant de ce pays. Les vins mousseux italiens qui occupent une grande part de marché en termes de volume se situent légèrement au-dessus de la moyenne en ce qui concerne la variation de volume, mais légèrement au-dessous en ce qui concerne le prix moyen. Les vins mousseux français, en particulier le Champagne (représentant près des trois quarts des vins mousseux français en grande distribution) affichent un prix nettement plus élevé que la moyenne et voient

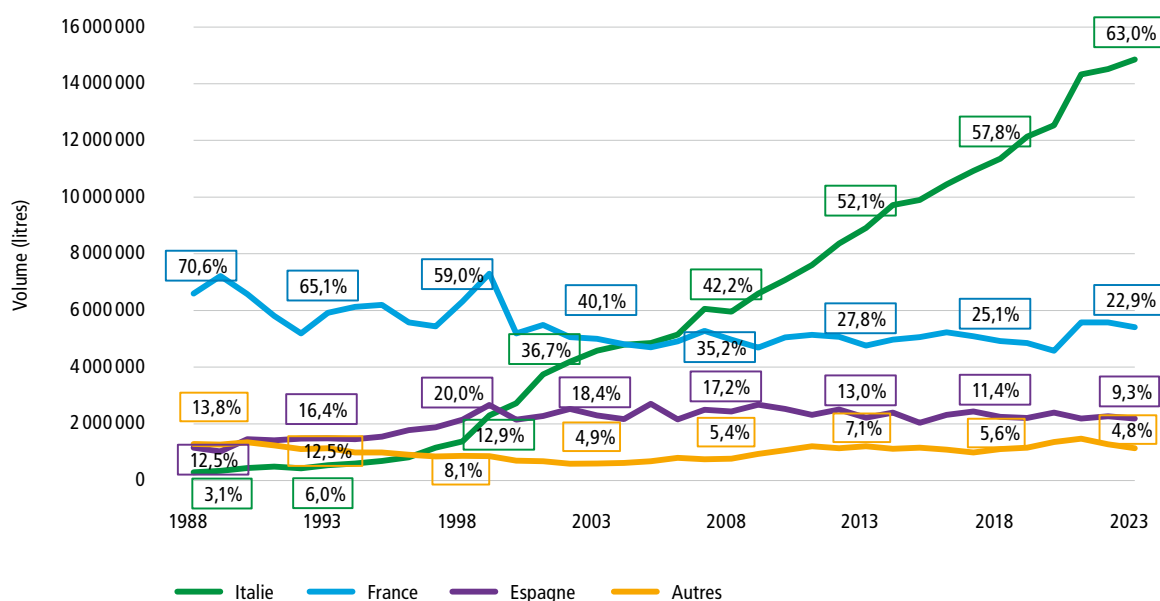


Figure 3 | Évolution des volumes d'importation de vins mousseux en Suisse en litres et parts de marché (1988–2023). Données d'importation Swissimpex 1988–2023.

leur volume de vente baisser sur la période observée. Le Crémant (12 % des vins mousseux français) qui s'inscrit dans un segment de prix plus bas et qui connaît une croissance très élevée des volumes fait exception à cette tendance. Les mousseux sans alcool montrent une croissance légèrement au-dessus de la moyenne (16,8 %) avec un segment de prix plus bas. Les vins mousseux espagnols évoluent à contre-tendance du marché avec des prix bas et une baisse des volumes. Les mousseux suisses se situent dans la moyenne en termes de variation avec une forte croissance des mousseux rosés bien que leurs parts de marché demeurent faibles. Leurs prix sont légèrement au-dessus de la moyenne.

Consommateurs et consommatrices

Selon une étude menée auprès de consommateurs et consommatrices en Suisse (Fourdin, 2023), la propension à payer se situe en général entre 16 et 20 francs pour une bouteille de vin mousseux de 75 cl (dans le cadre d'un apéritif), c'est-à-dire entre 21,30 et 26,70 francs par litre. Les vins mousseux suisses vendus en grande distribution s'inscrivent en moyenne légèrement en dessous de cette fourchette (18,59 CHF/litre) et pourraient donc répondre aux besoins identifiés dans l'étude. En revanche, seulement 6 % des personnes interrogées ont annoncé être prêtes à payer plus de 30 francs par bouteille (40 CHF/litre). Cependant, plus de 50 % se disent prêts à payer

ce prix si la bouteille est achetée pour un évènement particulier. La propension à payer des consommateurs et consommatrices qui ressort de cette étude est cohérente avec l'évolution du marché. Les gammes de prix plus élevés peinent à maintenir leurs volumes vendus en Suisse contrairement aux autres segments moins chers qui sont pour la plupart en train de se développer.

Le projet «Vins du futur» mené en Suisse et conduit par AGRIDEA, la Haute école de Changins, le FiBL, le Weinbauzentrum et Agroscope s'intéresse aux cépages résistants aux maladies fongiques et a également permis le développement d'une étude sur les attentes des consommateurs et consommatrices et les critères d'achat à travers un sondage. L'enquête, menée au printemps 2020 auprès de 600 personnes consommant des vins suisses, révèle que l'importance de la dégustation à la cave ou lors de manifestations demeure forte. Cet élément pourrait favoriser la promotion des vins mousseux suisses. Cette étude souligne également que les consommateurs et consommatrices suisses témoignent d'un vif intérêt pour les produits de proximité. De plus, les cantons et régions de production sont des critères jugés importants (Réviron et Hoffet, 2021).

Méthodologie

Afin de cibler les demandes des consommateurs et consommatrices en Suisse en ce qui concerne le vin mousseux et ses produits dérivés, 1141 personnes consommant

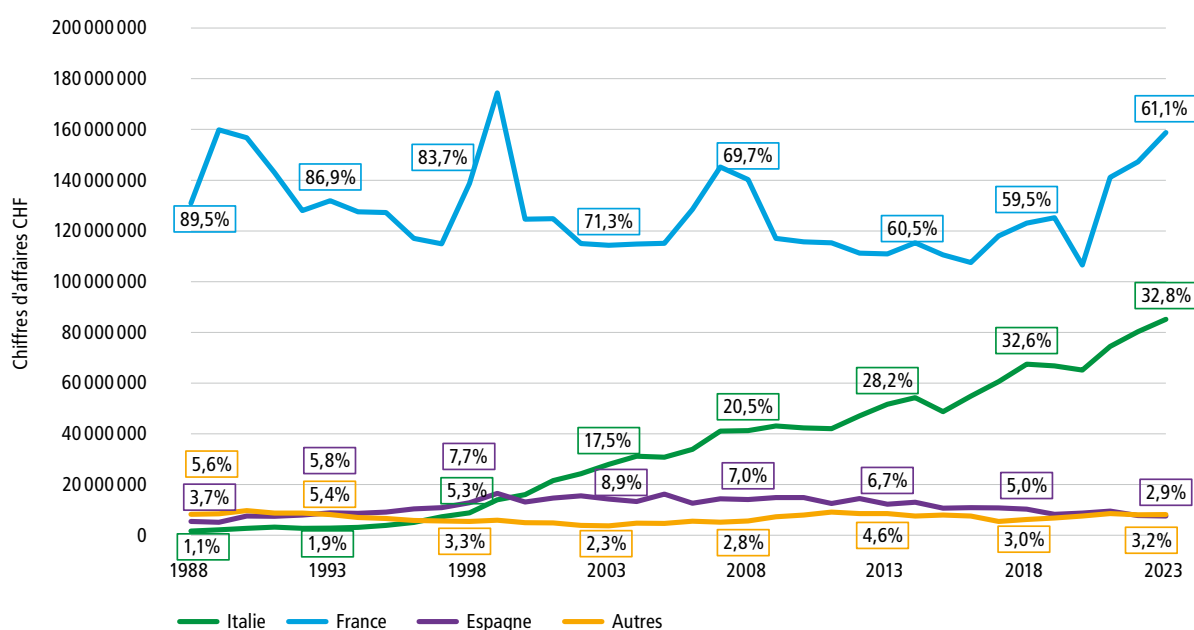


Figure 4 | Évolution du chiffre d'affaires d'importation de vins mousseux en Suisse en francs et parts de marché (1988–2023). Données d'importation Swissimpex 1988–2023.

des boissons alcoolisées ont été interrogées par l'institut de sondage M.I.S Trend en avril 2024. Le questionnaire a été envoyé en ligne à un échantillon représentatif de la population des trois régions linguistiques, âgée de plus de 18 ans. Un suréchantillonnage a été appliqué à la tranche 18–35 ans (46,5 % de l'échantillon) afin d'obtenir des résultats plus solides sur ce groupe qui pourrait représenter le public cible pour les produits alternatifs tels que les NoLo. La moitié des personnes sondées (51 %) consomment du vin à un rythme hebdomadaire.

Résultats

Boissons alcoolisées

Le vin demeure la boisson alcoolisée consommée par le plus grand nombre en Suisse (87 %), suivie de la bière (66 %) et des cocktails (38 %). Les résultats diffèrent pour la tranche des 18–35 ans dans laquelle le vin est consommé par 77 % des individus sondés contre 74 % pour la bière et 65 % pour les cocktails. Le vin est également la boisson préférée de 53 % des personnes selon le classement effectué dans le sondage, suivie à nouveau par la bière (30 %), puis les cocktails. Le classement est différent dans la tranche d'âge la plus jeune qui préfère la bière (39 %), puis le vin (31 %) et les cocktails (29 %).

Les spiritueux sont également présents dans le sondage, mais dans une moindre mesure (37 % du panel en consommation). Cependant, le taux de préférence est inférieur à 5 %.

Le goût est un critère d'achat important en grande distribution pour toutes les catégories de boissons, tout comme le prix. L'origine de la boisson est également une composante importante pour près de la moitié de la population, ainsi qu'une faible teneur en alcool (9 %). Ce phénomène est encore plus marqué en Suisse romande où l'origine est un critère d'achat pour plus de 55 % des personnes sondées, notamment au sein des tranches d'âge plus élevées. Lorsque la consommation a lieu à l'extérieur, le goût demeure le critère le plus important, mais le prix gagne en importance, au détriment de l'origine, qui reste un critère déterminant pour 37 % de la population interrogée.

Vins mousseux

Près de 90 % des individus sondés consomment au moins un verre de vin mousseux par an (13 % en boivent un verre par semaine et 27 % un verre par mois). Parmi les consommateurs de vins mousseux, seuls 36 % privilégient l'achat de produits suisses (quand cela est possible ou à prix égal) notamment au sein de la po-

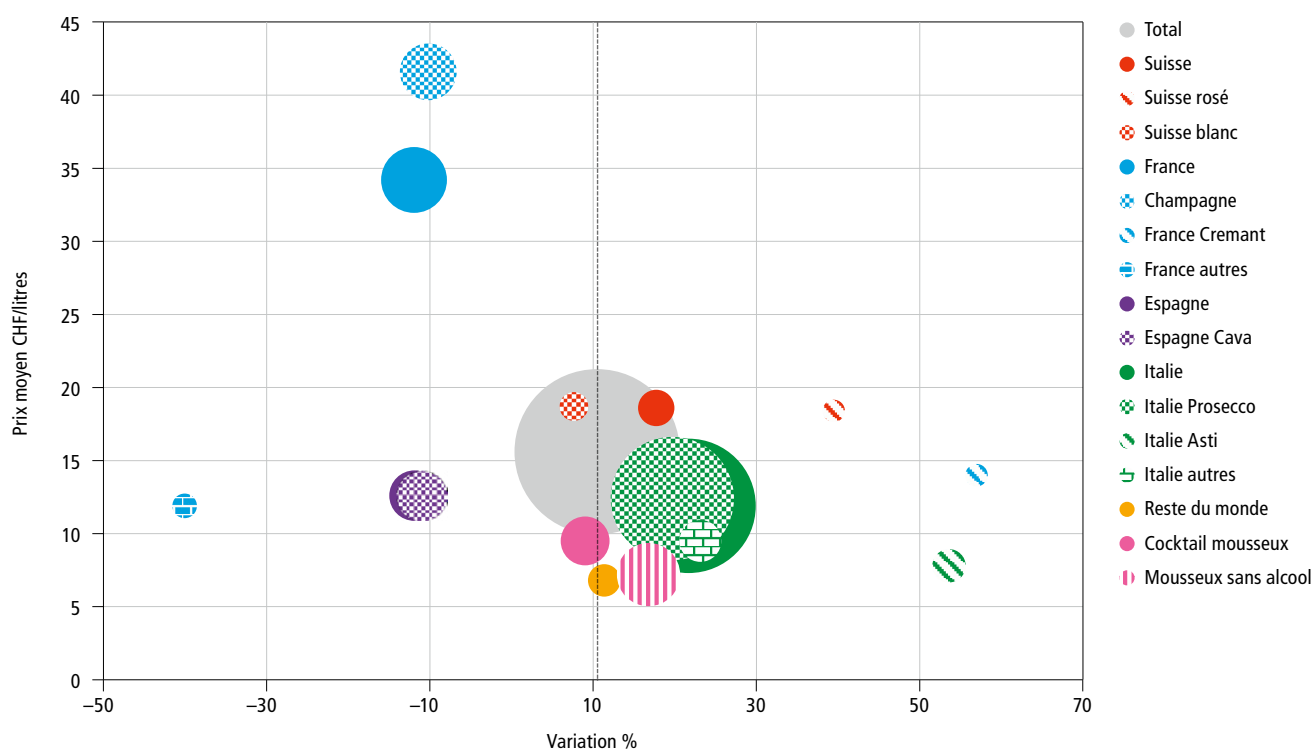


Figure 5 | Variation (%) des volumes de vins mousseux de différents types et provenances vendus en grande distribution (2019 et 2023, la dimension des cercles est proportionnelle au volume) et prix moyen (2023). Données de vente 2019-2023: Coop, Denner, Manor, Migros, Volg, Spar, Landi.

pulation romande et chez les plus jeunes. Cependant, 20 % privilégient l'achat de vins mousseux étrangers, essentiellement parmi les tranches d'âge plus élevées. Uniquement 7 % des personnes interrogées pensent que les vins mousseux suisses sont de moins bonne qualité, tandis que 34 % disent ne pas les connaître. Près de la moitié des personnes interrogées sont prêtes à payer un peu ou beaucoup plus cher pour des vins mousseux suisses. Cette tendance est même légèrement supérieure chez les 18–35 ans et en Suisse alémanique.

Les personnes interrogées se disent également intéressées (beaucoup ou assez) par la consommation de vins mousseux suisses à base de Chasselas, notamment la tranche d'âge la plus jeune à hauteur de 52 %, contre 34 % pour la population générale. Seules 17 % des personnes interrogées déclarent ne pas être intéressées.

Boissons à base de vins mousseux

Les boissons à base de vins mousseux telles que les cocktails ou les «wine seltzers» sont également abordées dans le questionnaire. Plus de 75 % des personnes interrogées consomment ce type de boissons au moins une fois par an (13 % une fois par semaine et 28 % un verre par mois). L'âge influence la consommation: les 18–35 ans en consomment beaucoup plus régulièrement, 17 % en boivent au moins un verre par semaine et 42 % au moins un verre par mois. Divers critères influencent les consommateurs et consommatrices: le goût reste le facteur le plus cité (73 %), mais la facilité d'utilisation pour des cocktails prêts à boire est également mentionnée par 24 % des personnes interrogées et par 36 % des 18–35 ans. Des considérations liées à la santé ressortent également: 25 % mentionnent une teneur en

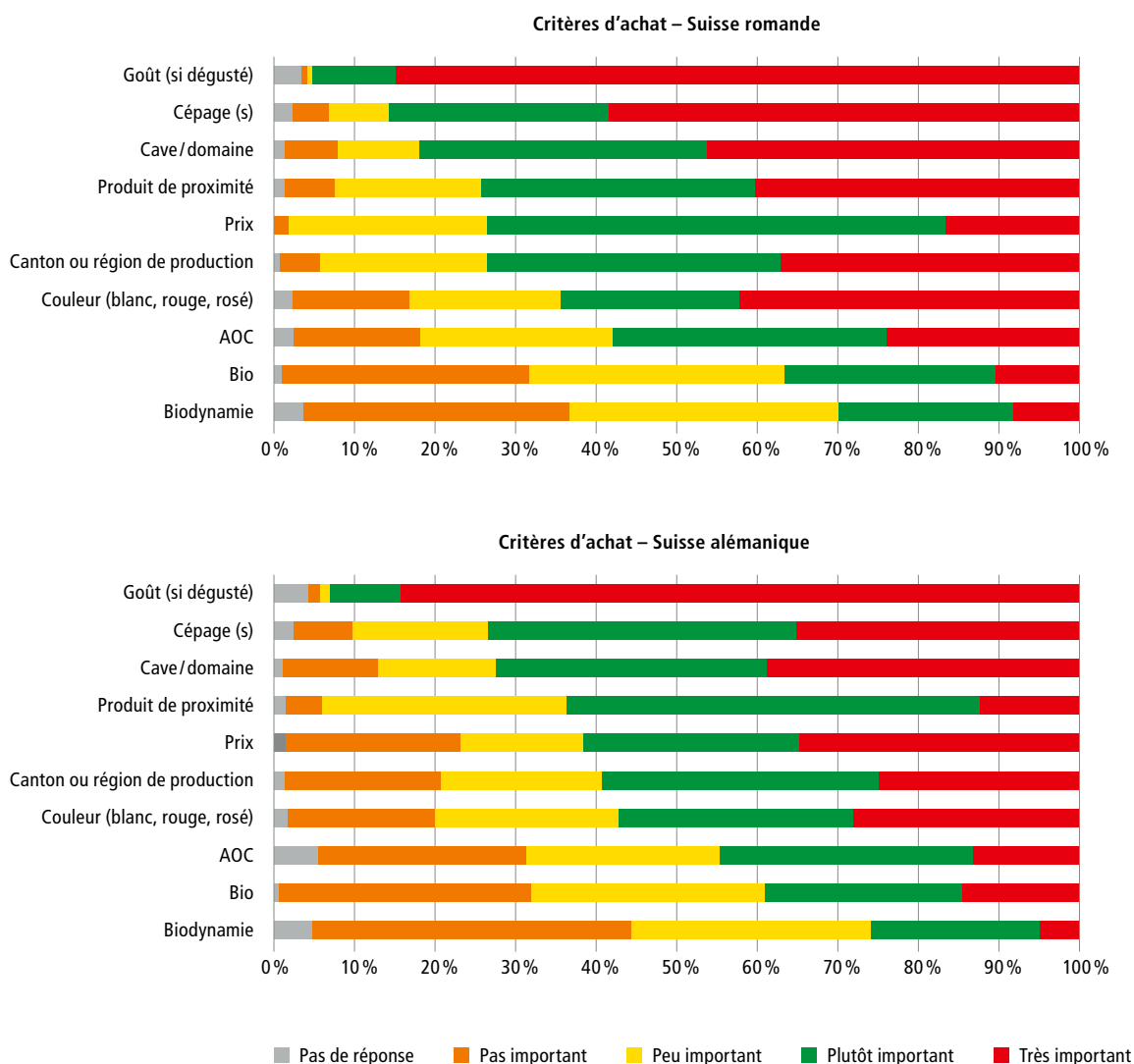


Figure 6 | Poids des critères d'achats de consommation de vin en Suisse. Rapport du sondage en ligne «Vins suisses du futur».

alcool plus faible (12 % évoquent l'absence d'alcool) et 21 % une teneur en sucre plus faible. D'après le sondage, 36 % des personnes se disent assez intéressées ou très intéressées par des boissons à base de vins mousseux suisses. Ce taux atteint 62 % chez les plus jeunes (18 % étant très intéressés).

Environ la moitié des personnes potentiellement intéressées par ce type de produits se disent prêtes à payer un prix supérieur s'ils sont à base de vins mousseux suisses. Cette tendance est relativement uniforme en fonction du genre et de l'âge. Cependant, des tendances légèrement différentes sont observées selon les régions linguistiques

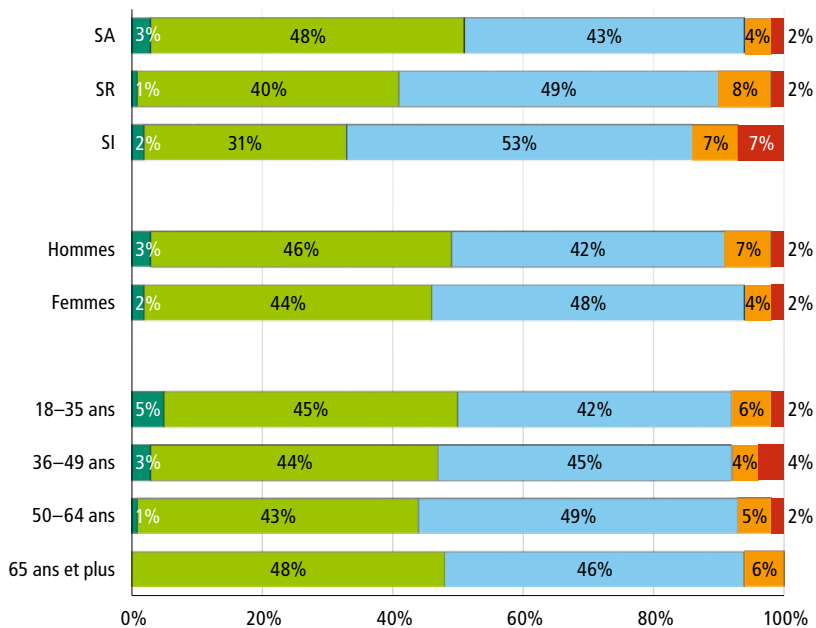
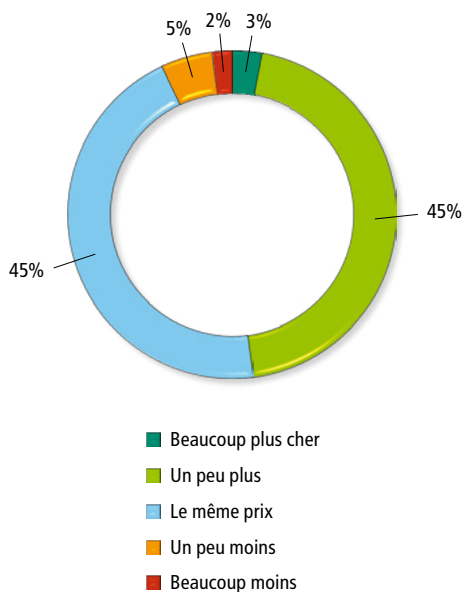


Figure 7 | Acceptation d'un prix plus cher pour un vin mousseux suisse. A qualité égale, combien seriez vous prêt-e à payer pour un vin mousseux suisse par rapport à un vin mousseux étranger? Base: 820 personnes de 18 ans et plus consommant des vins mousseux ou des boissons à base de vin mousseux OSMV. Les Vins mousseux MIS Trend © Avril 2024

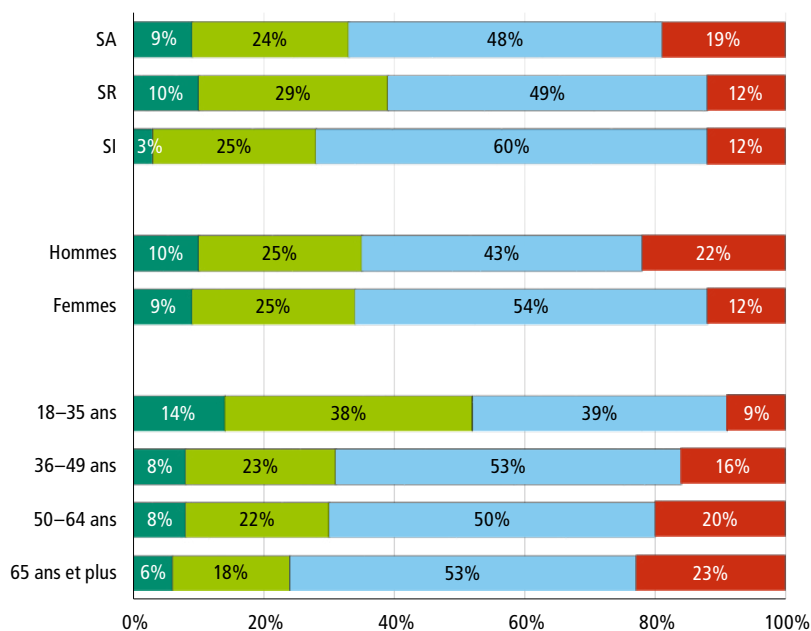
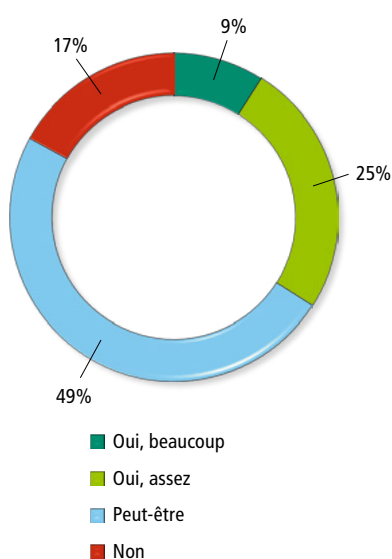


Figure 8 | Intérêt pour des vins mousseux suisses à base de chasselas. Seriez vous intéressé-e à consommer des vins mousseux suisses à base de chasselas? Base: 1112 personnes de 18 ans et plus consommant du vin. Les Vins mousseux MIS Trend © Avril 2024

avec une propension à payer supérieure à la moyenne en Suisse romande et inférieure en Suisse italienne. Les cocktails sont les produits à base de vins mousseux suisses les plus attendus par les personnes intéressées (58% de l'échantillon et 72% de la tranche des 18-35 ans). Les vins à faible teneur en alcool intéressent quant à eux 34% de la population globale et 46% des +65 ans.

Les «wine seltzers» intéressent environ un cinquième de l'échantillon, mais une sous-évaluation est possible en raison de la méconnaissance du terme. Environ la moitié des personnes interrogées se dit prête à payer un peu ou beaucoup plus cher pour un produit à base de vin mousseux suisse plutôt qu'étranger.

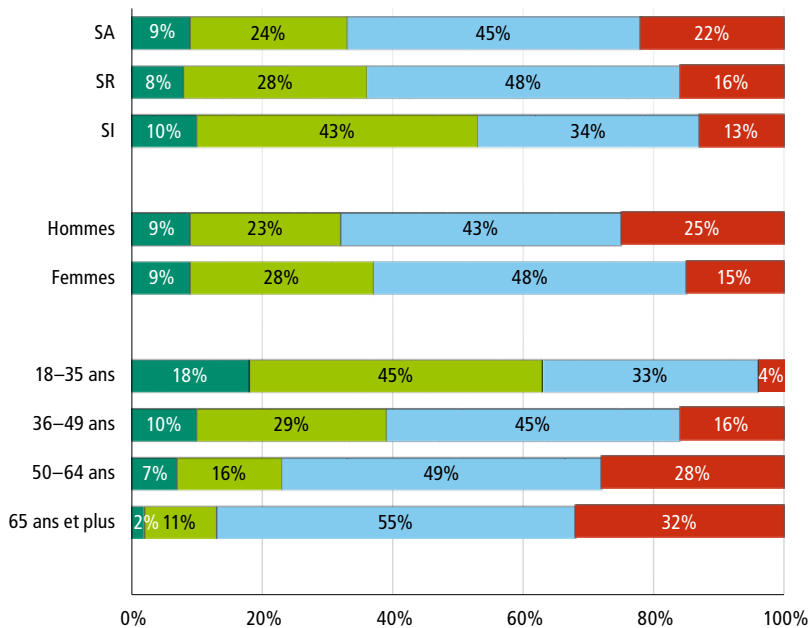
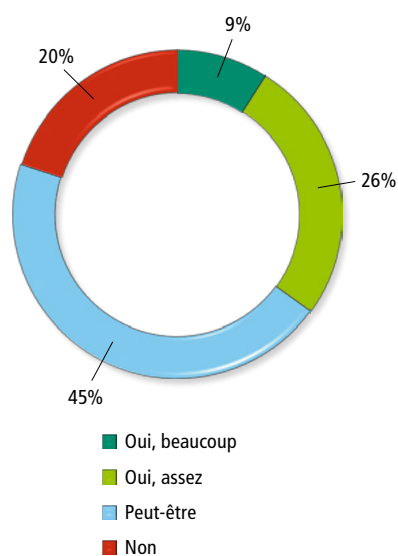


Figure 9 | Intérêt pour des boissons à base de vins mousseux suisses. Seriez-vous intéressé-e par des boissons à base de vins mousseux suisses (cocktails, wine seltzer, autres). Base: 1112 personnes de 18 ans et plus consommant du vin. Les Vins mousseux MIS Trend © Avril 2024

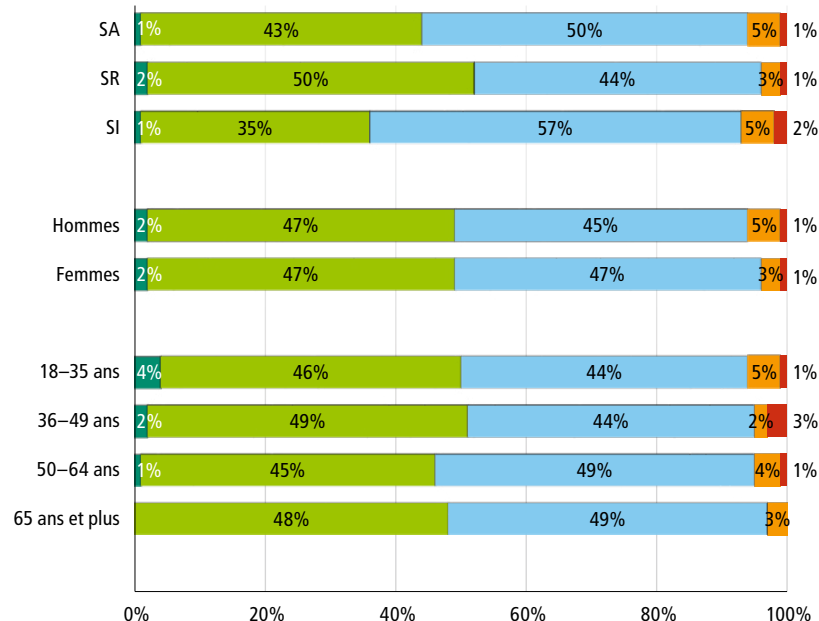
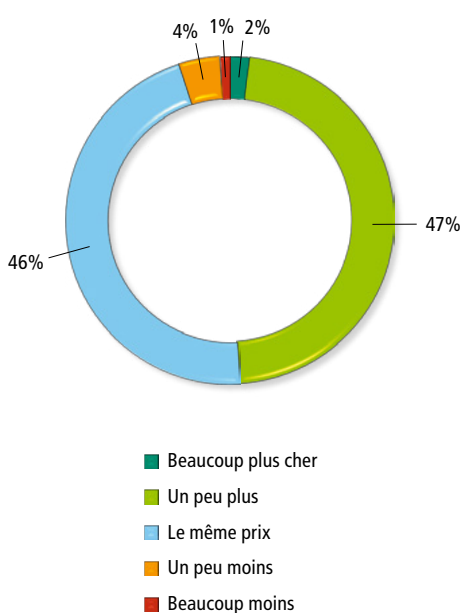


Figure 10 | Acceptation d'un prix plus cher pour un produit avec du vin mousseux suisse. A qualité égale, combien seriez-vous prêt-e à payer pour un produit à base de vin mousseux suisse par rapport à un vin mousseux étranger? Base: 889 personnes de 18 ans et plus intéressées par des boissons à base de vin mousseux suisse. Les Vins mousseux MIS Trend © Avril 2024

Conclusion

Le marché des vins mousseux en Suisse connaît une évolution croissante et constante, tant en volume qu'en valeur. La large majorité des vins mousseux consommés sont importés avec une forte augmentation depuis 1990. La Suisse s'inscrit dans la tendance mondiale avec une diminution de la consommation de vins tranquilles et une augmentation de celle des vins mousseux. La faible part de marché des vins mousseux en Suisse, pays dont la tradition s'inscrit dans les vins tranquilles, offre une nouvelle opportunité de valorisation de la production vitivinicole suisse. Cette valorisation se confirme par un taux de croissance plus élevé que celui des vins mousseux étrangers en grande distribution. Le sondage mené auprès des consommateurs montre qu'un intérêt réel existe

pour les vins mousseux suisses et les produits à base de ces vins. Le Chasselas, cépage blanc le plus planté en Suisse et particulièrement dans le bassin lémanique, suscite notamment la curiosité des sondés qui aimeraient découvrir une version effervescente. Le développement de produits alternatifs (NoLo, cocktails, etc.) est aussi attendu par une part importante des consommateurs notamment dans les tranches d'âge les plus jeunes. Le vin mousseux suisse intéresse et près de la moitié du panel se dit prêt à payer un prix plus élevé pour des produits d'origine suisse plutôt qu'étrangers, qu'ils soient sous forme de vins mousseux proprement dits ou de produits à base de vins mousseux. ■

Bibliographie

- Fourdin, L. (2023). Le mousseux Vaudois a-t-il un potentiel de croissance en Suisse?. Haute école de viticulture et œnologie, Changins
- International Organisation of Vine and Wine (OIV). (2020). Focus the global sparkling wine market. <https://www.oiv.int/public/medias/7291/oiv-sparkling-focus-2020.pdf>
- International Organisation of Vine and Wine (OIV). (2023). State of the world vin and wine sector in 2023. https://www.oiv.int/sites/default/files/documents/OIV_STATE_OF_THE_WORLD_VINE_AND_WINE_SECTOR_IN_2023.pdf
- International Wine and Spirit Research (IWSR). (2022). No/Low Alcohol Strategic Study. <https://www.theiwsr.com/global-low-and-no-alcohol-strategic-study/>
- Office fédérale de l'agriculture (OFAG). (2023). Année viticole. <https://www.blw.admin.ch/blw/fr/home/nachhaltige-produktion/pflanzliche-produktion/weine-und-spirituosen/weinwirtschaftliche-statistik.html>
- Office fédéral de la douane et de la sécurité des frontières (OFDF). (2022). Etat Des Contingents Collectifs de l'AFD – Vin. <https://quota.bazg.admin.ch>
- Observatoire suisse du marché des vins. (2023). Rapport annuel 2022. <https://www.changins.ch/prestations/osmv/rapports-annuels/>
- Réviron S. et HOFFET F. (2021). Vins suisses du futur, Rapport du sondage en ligne, Consommateurs. AGRIDEA. <https://www.agridea.ch/themes/marches-filières-agricoles-et-alimentaires/marches-agricoles-et-alimentaires/vins-du-futur/>