

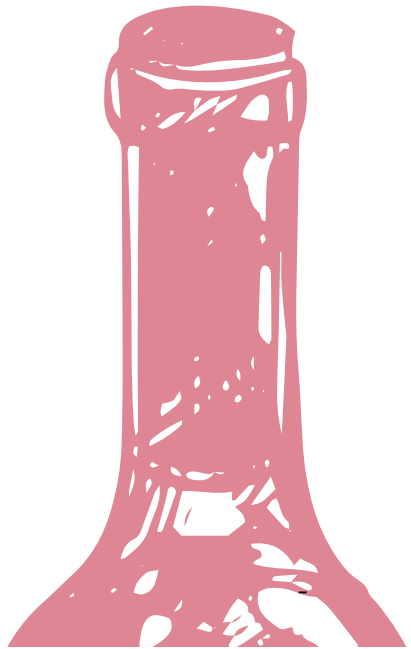
RAPPORT D'ACTIVITÉ 2023

A déguster avec modération



Suisse. Naturellement.





CHIFFRES-CLÉS EN UN COUP D'ŒIL 2023



101 MILLIONS* DE LITRES DE VIN

Production totale de vin suisse

235,9 MILLIONS* DE LITRES
DE CONSOMMATION TOTALE

de vin en Suisse, dont 91 millions
de litres de vin suisse

14'605* HECTARES

de surface viticole

434'413 LITRES
DE VIN SUISSE EXPORTÉ

19.16 CHF/Litre en moyenne

PLUS DE 50 MILLIONS
DE PERSONNES TOUCHÉES

lors des actions de promotion
en Suisse et à l'étranger

18 MILLIONS CHF

Engagement financier global

8 COLLABORATEURS

Source: rapport "année viticole 2023", Office fédéral de l'agriculture

SOMMAIRE

Chiffres-clés en un coup d'œil 2023	02
Éditorial	04
1. Entreprise	06
Organisation	06
Stratégie 2022-2025	09
2. Focus de l'année 2023	12
3. Notoriété	14
Communication	15
Formation	21
Concours nationaux	23
Concours internationaux	25
4. Durabilité	26
5. Expériences	30
Caves ouvertes	31
Au cœur des vendanges	32
Suisse Tourisme	34
Great Wine Capitals	36
Best Of Wine Tourism	37
Évènements partenaires	38
6. Gastronomie	40
Swiss Wine Gourmet	41
Partenaires	44
7. Distribution	46
Grande distribution	47
Revendeurs	48
8. Export	50
Évolution des exportations	51
Foire internationale	54
Activités internationales	57
Allemagne	57
Belgique	58
Danemark	58
France	59
Royaume-Uni	61
États-Unis	62
Canada	63
Asie	63
Corps diplomatique	65
9. Etudes et recherches	66
10. Comptes	68
11. Rapport de l'organe de révision	74
12. Proposition aux actionnaires	76
13. Impressum	79



ÉDITORIAL



Robert Cramer, Président SWP

UNE ANNÉE DÉCISIVE

Swiss Wine Promotion a sa feuille de route : c'est son plan stratégique pour la période 2022-2025. La mise en œuvre de cette stratégie et des actions à engager exige des moyens financiers qui ont été chiffrés. En 2023, pour la première fois, nous avons pu disposer des ressources nécessaires.

Cela représente un tournant décisif pour la promotion des vins suisses. En faisant passer notre subvention de 2,8 millions à 9 millions, montant qui ne peut être libéré que si nous trouvons ailleurs une somme équivalente, ce que nous avons fait, la Confédération nous permet de disposer d'un financement qui commence à être comparable à celui de nos concurrents étrangers (à titre d'exemple, l'État italien, à lui seul, subventionne à hauteur d'environ 20 millions d'euros la promotion de ses vins en Suisse).

Cet appui à la promotion a été conquis de haute lutte : aussi bien l'office fédéral de l'agriculture que le Conseil fédéral y étaient opposés. Merci donc très chaleureusement à la majorité des parlementaires qui ont permis ce soutien en modifiant le budget 2023 et un merci tout particulier aux conseillers nationaux Jacques Bourgeois et Marco Romano qui ont été à la manœuvre !

Merci aussi à toute l'équipe de SWP, à la direction et aux collaboratrices et collaborateurs qui n'ont eu connaissance de ce triplement de leur budget qu'à la fin du mois de décembre 2022... et qui ont réussi le tour de force, en situation de sous-effectif incontestable, de réaliser les actions planifiées, sachant qu'aucun faux pas ne leur sera pardonné par l'administration fédérale. Il n'est guère évident, du jour au lendemain, de gérer un budget trois fois plus important. Cette marque de confiance du Parlement nous honore et nous oblige, nous et nos partenaires, nous en sommes conscients.

Une bonne nouvelle, les premiers résultats sont encourageants. Alors que la consommation globale de vins diminue en Suisse, les vins suisses ont progressé de 3.8% ce qui a permis d'améliorer leur part de marché de 37% à 38,6%.



1

ENTREPRISE

ENTREPRISE

Swiss Wine Promotion (SWP) est mandatée par l'Interprofession de la Vigne et des Vins Suisses (IVVS) et soutenue par l'Office fédéral de l'agriculture (OFAG) pour promouvoir la vitiviniculture suisse en Suisse et à l'étranger. Les tâches principales de SWP sont le développement et la mise en œuvre de mesures de marketing et de communication pour faire rayonner les vins suisses en Suisse et à l'étranger. SWP collabore étroitement avec de nombreux acteurs des marchés nationaux et internationaux, au travers des six piliers de promotion que sont: la notoriété, la durabilité, l'expérience, la gastronomie, la distribution et l'export.

Organisation

Cinq membres siègent au Conseil d'administration de Swiss Wine Promotion SA, nommés pour une période de trois ans. La commission de coordination nationale et la commission marché constituent des groupes de travail en soutien à la Direction.

CONSEIL D'ADMINISTRATION

Robert Cramer	Président
Roberto Grassi	Vice-Président
Josée Bélanger	Membre
Isabella Kellenberger	Membre
Daniel Dufaux	Membre
Chantal Aeby Pürro	Secrétaire du Conseil d'administration

MEMBRES DE LA COMMISSION DE COORDINATION NATIONALE

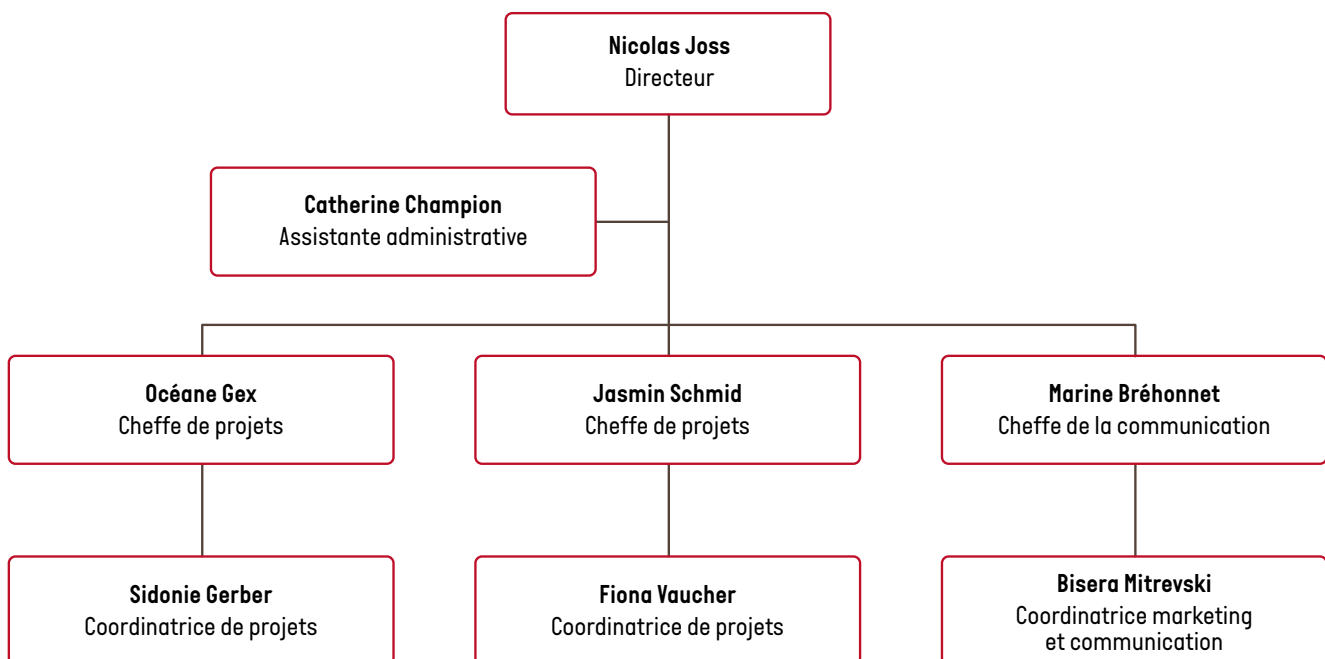
Gérard-Philippe Mabillard	IVV (Valais)
Benjamin Gehrig	OVV (Vaud)
Jürg Bachofner	BDW (Suisse alémanique)
Denis Beausoleil	OPAGE (Genève)
Andrea Conconi	Ticinowine (Tessin)
Mireille Bühler	NVT (Neuchâtel)

MEMBRES DE LA COMMISSION MARCHÉ

Evelyn Boedts	Divino-Rutihäuser SA, Winthertur ZH
David Delea	Angelo Delea SA, Losone TI
Henry Grosjean	Château d'Auvernier, Auvernier NE
Cédric Guillod	Délégué FSV, Cave Guillod, Praz FR
David Héritier	Les Celliers de Sion, Sion VS
Julien Hoefliger	Cave de la Côte, Tolochenaz VD
Jérôme Leupin	La Cave de Genève, Satigny GE
Guy Ramu	Délégué ASVEI, Domaine de Chafalet, Dardagny GE
Pascal Rubin	Henri Badoux, Aigle VD

ÉQUIPE OPÉRATIONNELLE

Nicolas Joss	Directeur
Océane Gex	Cheffe de projets
Jasmin Schmid	Cheffe de projets
Marine Bréhonnet	Cheffe de la communication
Justine Brand	Collaboratrice administrative [sortante au 28 février 2023]
Fiona Vaucher	Coordnatrice de projets [entrante au 20 février 2023]
Bisera Mitrevski	Coordnatrice marketing et communication [entrante au 1 ^{er} mars 2023]
Sidonie Gerber	Coordnatrice de projets [entrante au 1 ^{er} avril 2023]
Catherine Champion	Assistante administrative [entrante au 25 septembre 2023]



STRATÉGIE 2022-2025

Au début 2022, SWP a présenté la stratégie Marketing 2022-2025 à l'OFAG. La nouvelle ligne directrice a été mise en place grâce à diverses actions, en collaboration avec les partenaires SWP.

Contexte

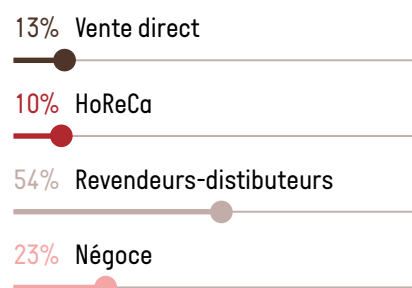
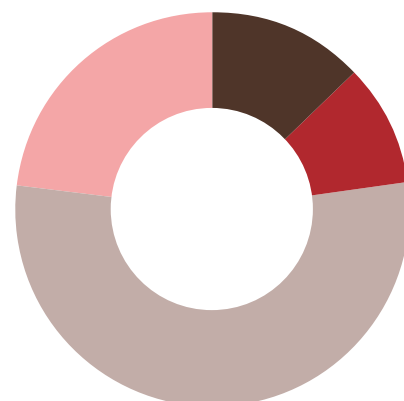
En Suisse, la vitiviniculture génère, en valeur de production, entre 560 [2013] et 747 [2018] millions de francs.

En 2020, l'estimation est de 630 millions de francs. En plus des recettes générées pour l'économie intérieure, la vitiviniculture participe dans une moindre partie à l'exportation. Globalement, la vitiviniculture emploie plus de 16'000 personnes à travers 5'000 entreprises en lien direct ou indirect avec le domaine viticole.¹

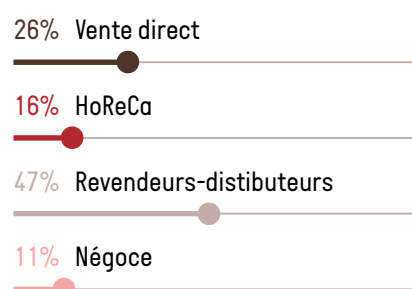
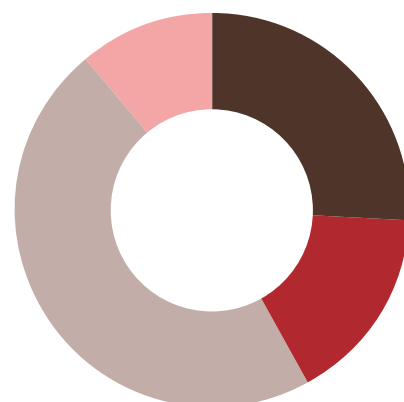
Après une année 2017 difficile, la vendange 2018 a été une année qualitative et productive avec une production de 12,6% en dessus de la moyenne décennale. Il s'en est suivi, en 2019, une deuxième vendange tout aussi qualitative et productive, avec une production de 98 millions de litres. Cela a eu pour conséquence un accroissement des stocks de vin suisse, ce qui a créé des tensions dans la commercialisation de nos vins. En 2020, la vendange fut faible avec 13% de moins en dessous de la moyenne décennale en raison d'un gel printanier, ainsi que d'une forte diminution des quotas de production dans plusieurs cantons. Cette dernière décision a été prise en lien avec la pandémie de la Covid-19, qui a engendré la fermeture de la gastronomie et l'annulation des grands événements populaires. La limitation du quota avait pour volonté de maintenir la valeur des vins suisses Appellation d'Origine Contrôlée (AOC) et éviter l'effondrement du marché. En 2021, la viticulture suisse a connu sa récolte la plus faible depuis 1957, avec seulement 61 millions de litres de vin produits, soit une baisse de 36% par rapport à la moyenne des dix dernières années. Les gelées nocturnes d'avril, les fortes précipitations estivales et les maladies de la vigne ont entraîné d'importantes pertes de récolte. Malgré la faible quantité, la qualité était présente grâce à une maturation favorable des raisins à la fin de l'été. En 2022, la production suisse de vin a atteint 99 millions de litres, enregistrant une augmentation de 63% par rapport à 2021, année historiquement basse. Cette hausse varie selon les régions, avec une augmentation de 94% en Suisse alémanique, 63% en Suisse romande et 8% en Suisse italienne. Le climat chaud et sec a favorisé la maturation du raisin et la lutte contre les maladies, avec une floraison optimale et une récolte de qualité.²

Du point de vue de la consommation, selon le rapport « année viticole 2023 » établi par l'OFAG, la consommation de vin a atteint 235,9 millions de litres, dont 91 millions de litres de vin suisse. La consommation de vin, tous canaux confondus, a progressé de 3,8% pour les vins suisses et a reculé de 3,1% pour les vins étrangers par rapport à 2022. La part de marché des vins suisses a progressé pour atteindre 38,6%.

CANAUX DE DISTRIBUTION
DES VINS SUISSES (AOC & VDP)
EN VOLUME EN 2022



CANAUX DE DISTRIBUTION
DES VINS SUISSES (AOC & VDP)
EN VALEUR EN 2022



Source: rapport annuel de l'OSMV 2022

¹ Comptes économiques OFS | ² Rapport « L'année viticole » 2017, 2018, 2019, 2021, 2022

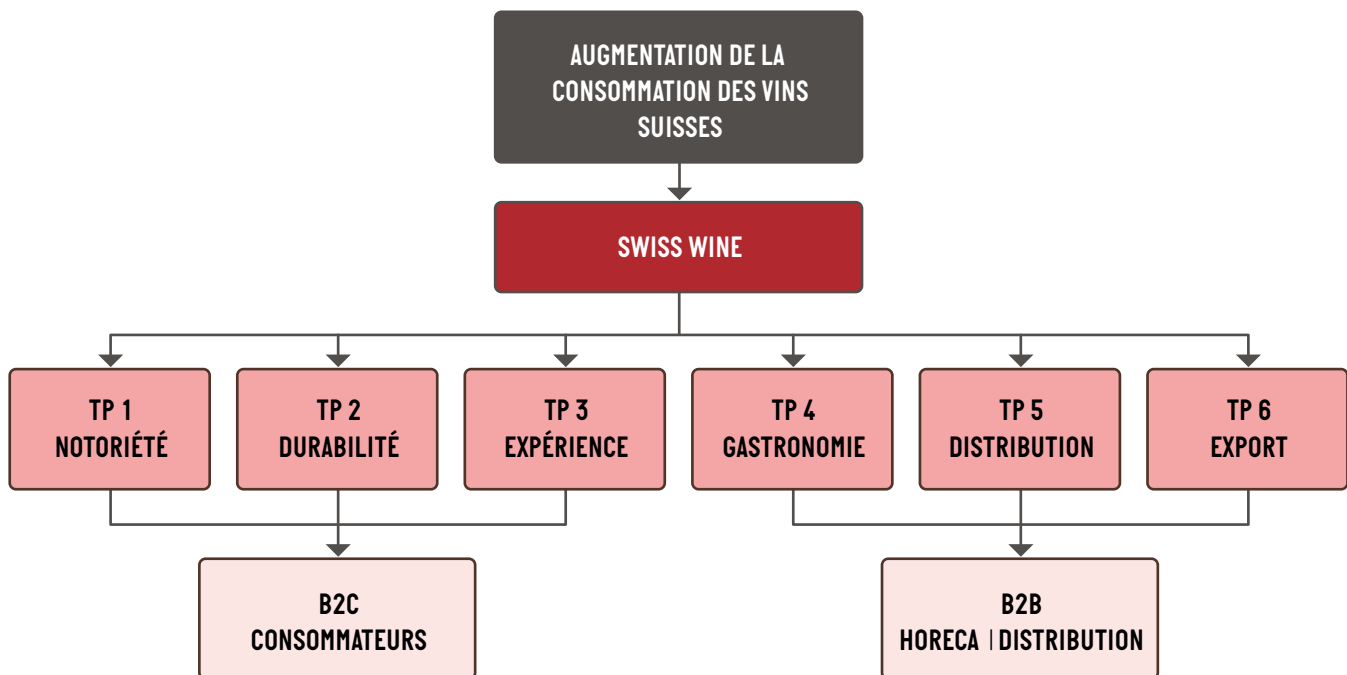
Dans le domaine de la grande distribution, en 2023, les ventes de vin (suisse et étranger) connaissant une baisse en volume de -3,5% et une légère augmentation en prix de +1%. Les vins étrangers observent une baisse en volume plus forte [-3,7%] que les vins suisses [-3,1%]. Les prix des vins suisses augmentent [+2,4%]. Les vins blancs observent une baisse moins forte en volume [-1,1%] que les vins rouges [-6,2%] et les vins rosés [-4,6%]. La part de marché des vins suisses vendue en grande distribution (Nielsen) représente 10,7% et 28,1% dans les autres canaux (revendeurs, gastronomie, vente direct et export).

Pour ce qui est du secteur de la Gastronomie, la présence des vins suisses est très variable selon les régions et le type de restauration. Selon l'Office fédéral de la statistique (OFS), la restauration comptait en 2020, quelque 24'000 établissements, dont environ 33% proposent des vins ou des prestations similaires, soit 8'000 entreprises.

En ce qui concerne l'exportation, les vins suisses ont connu des fluctuations au cours des dernières années. En 2022, une diminution du volume [-13%] et du chiffre d'affaires [-9%] a été constatée, tandis que le prix par litre continuait sa progression [+5%]. Cependant, fin 2023, les résultats sont plus encourageants avec une augmentation de +21% sur le prix au litre moyen, atteignant 19,16 CHF/l, et une légère croissance des volumes exportés de +0,8%.

Objectifs d'efficacité

La stratégie de Swiss Wine se marque par un positionnement fort de la marque auprès du consommateur afin de susciter une préférence spontanée pour les vins suisses. SWP souhaite éveiller un sentiment de fierté et de confiance pour qu'au moment du choix, le consommateur se décide, naturellement et sans hésiter, pour un vin suisse. Cette stratégie a pour objectif principal d'augmenter la part de marché des vins suisses pour atteindre 40%. Pour parvenir à cet objectif, à savoir renforcer la notoriété de la marque Swiss Wine ainsi que des vins suisses, SWP s'appuie sur une stratégie à six piliers :



La notoriété a pour objectif de renforcer la communication auprès du groupe-cible des consommateurs au sens large, et également de manière indirecte auprès des professionnels du secteur de la gastronomie, des distributeurs et revendeurs. Ce pilier vise à renforcer la notoriété de la marque Swiss Wine, ainsi que des vins suisses à travers des campagnes de communication impactantes, des collaborations avec des ambassadeurs et des influenceurs, ainsi que la mise en avant des vins suisses lors de concours nationaux et internationaux.

La durabilité vise à communiquer sur l'importance de préférer les vins suisses aux vins étrangers, réalisant ainsi les trois piliers de la durabilité: écologie, économie et social. Une campagne nationale a été diffusée en fin d'année. Trois visuels clés ont mis en avant la régionalité, l'engagement et le savoir-faire des vigneronnes et vignerons.

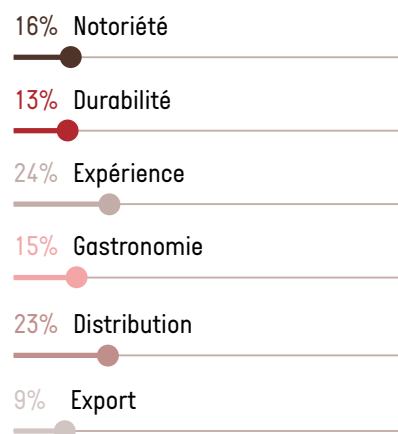
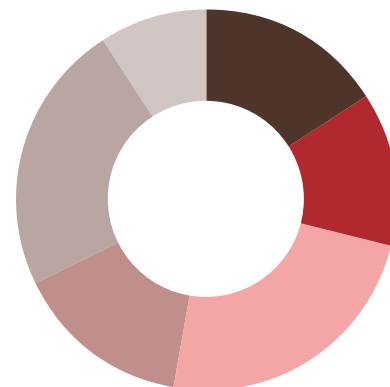
Le pilier de l'expérience regroupe toutes les activités offrant de la visibilité aux vins suisses grâce aux actions de SWP ou de ses partenaires. Les expériences ont pour objectif de faire découvrir les vins suisses autrement en créant des moments mémorables, des contacts privilégiés avec les productrices et producteurs et favoriser le choix spontané pour les vins suisses.

Les activités autour de la gastronomie mettent en avant les vins suisses dans les restaurants grâce au label Swiss Wine Gourmet tout au long de l'année, ainsi qu'un focus en été. Les partenariats permettent de mettre en avant les crus helvétiques auprès des professionnels de la branche.

La distribution a pour objectif de renforcer les liens et créer de nouvelles synergies avec les distributeurs et revendeurs, afin de maintenir et de faire progresser la part de marché des vins suisses dans les canaux de distribution.

Enfin, les activités sur les marchés d'exportation prioritaires ont pour objectif de renforcer la notoriété des vins suisses auprès des professionnels et des consommateurs aguerris, et d'offrir des produits à forte valeur ajoutée qui reflètent la qualité et la diversité du terroir helvétique.

RÉPARTITION DES MOYENS FINANCIERS PAR SOUS-PROJETS EN 2023



A high-angle photograph of a person sitting at a table. The person is wearing a white dress with a red and orange floral pattern. Their hands are visible; one is near a wine glass and the other is resting on the table. The table is covered with a teal, textured tablecloth. Two wine glasses are on the table, one containing a light-colored liquid. A silver pocket knife is also visible on the table. The scene is brightly lit, casting shadows on the tablecloth.

2

FOCUS DE L'ANNÉE 2023



Nicolas Joss, Directeur SWP

UN RENFORCEMENT DE NOTRE IMAGE PAR DES ACTIONS MULTIPLES

Les travaux préparatoires effectués en 2022 ont propulsé la totalité des activités de Swiss Wine Promotion dans une autre dimension dès janvier 2023, suite au soutien du parlement envers la promotion des vins suisses.

Tout en conservant la ligne de conduite établie par la stratégie générale, nous avons apporté quelques ajustements à l'ensemble de nos actions, ceci principalement afin de développer une meilleure visibilité de notre identité, de notre durabilité et la mise en place d'actions plus appropriées à chaque marché.

Communiquer c'est bien, mais communiquer en générant des adaptations régulières afin de garder une dynamique, c'est encore mieux. Telle fût la ligne de conduite suite l'étude de notoriété de notre marque Swiss Wine. Un recentrage sur le logo carré pour tous les messages de promotion ainsi qu'une meilleure intégration des identités régionales furent mis en place. Ce point est fondamental pour le développement de nos actions. Le futur se construit également grâce à l'excellente relation interrégionale avec les entités cantonales. Il existe une vraie volonté commune de croître un message unique pour les vins suisses. Des projets originaux bâtis ensemble tels que le Swiss Wine Summer, Au Cœur des Vendanges, la nouvelle campagne Local et Durable, le stand à l'OLMA ou le livre pour enfant « Swinis » démontrent cette volonté.

Dans la partie gastronomie, le travail a surtout été renforcé sur la mise en valeur des établissements reconnus Swiss Wine Gourmet tout en améliorant les partenariats avec les faitières de la branche, telle que Gastrosuisse, Hôtellerie Suisse tout en gardant des liens solides avec Gault&Millau, Michelin, Académie du Bocuse d'Or ou Tables Ouvertes.

Le secteur des revendeurs et distributeurs a aussi connu un renouveau avec la création d'une période de promotion spécifique sous la bannière « Swiss Wine, rien que pour toi ».

Enfin à l'international, SWP a misé sur le développement des marchés prioritaires avec son concept des « Swiss Wine Week », le maintien du soutien à la présence des vins suisses dans les concours internationaux et une nouvelle expérience sur le salon Wine Paris, dont la présence suisse fût très remarquée.

Au final, il est difficile de résumer en quelques lignes l'ensemble du travail effectué par mon équipe et les organisations régionales. Mais nous pouvons être fiers de l'engagement de chacune et chacun pour les vins suisses, car nous sommes toutes et tous les vins suisses.

A man in a light grey polo shirt is shown in profile, holding a smartphone in his right hand and a wine glass in his left. The phone screen displays a group photo of people. In the background, there is a vineyard with rows of grapevines and a large white building under a warm, golden sunset sky. To the right, the back of a woman's head and her wine glass are partially visible.

3

NOTORIÉTÉ

COMMUNICATION

La promotion des vins suisses en Suisse et à l'étranger passe par plusieurs canaux. Il y a les activités et actions sur le terrain, les relations publiques, la promotion des ventes ainsi que la communication digitale qui permettent d'atteindre les différents publics cibles.

Pour atteindre ses objectifs, SWP produit des contenus multimédias, collabore avec des ambassadeurs de la marque et diffuse des contenus à travers les canaux susmentionnés.

Étude de notoriété

La dernière étude de notoriété sur la marque Swiss Wine a été menée en 2017. C'est pourquoi, en juin 2023, une nouvelle étude a été effectuée pour mesurer l'impact des activités Swiss Wine. Les résultats sont positifs et encourageants.












Pour la notoriété non assistée du logo Swiss Wine : 16% des personnes interrogées pensent avoir déjà vu le logo de Swiss Wine (sans le texte). 4% d'entre elles répondent correctement en indiquant Swiss Wine Promotion ou vignoble suisse à la question ouverte suivante, à savoir de quelles entreprise ou organisation il s'agit. Depuis l'enquête de 2017, la notoriété non assistée du logo s'est améliorée de manière significative de 3,6%. Pour ce qui est de la notoriété assistée : 44% des personnes interrogées connaissent Swiss Wine Promotion, du moins de nom. La notoriété assistée est donc significativement plus élevée que lors de l'enquête de 2017 de 30 points de pourcentage.

Promotion

SWP met en place des outils qui permettent de promouvoir la marque Swiss Wine. Que cela soit avec des supports de communication traditionnels, numériques ou la collaboration avec des ambassadeurs de la marque qui véhiculent un message positif sur la marque et ses produits.







ANNONCES ET PUBLIREPORTAGES

Les publipostages sont privilégiés pour mettre en avant une campagne spécifique avec un message fort à travers les médias imprimés ou digitaux. Les annonces sont publiées dans des médias spécialisés en Suisse ou à l'étranger, ainsi que dans les médias destinés au grand public. SWP collabore annuellement avec plusieurs médias nationaux.

		
 IMPRESSIONS 500'000	 TIRAGE 145'205	 TIRAGE 2'470
 NOMBRE D'ARTICLES/ ANNONCES RÉALISÉ 50	 LECTORAT 492'000	 LECTORAT 5'000
	 NOMBRE D'ARTICLES/ ANNONCES RÉALISÉ 7	 NOMBRE D'ARTICLES/ ANNONCES RÉALISÉ 6
Personnes touchées en Suisse : plus de 1 million		

SUPPORT D'INFORMATION ET D'ÉDUCATION

SWP édite des supports rédactionnels pour promouvoir la marque Swiss Wine et diffuser des contenus informatifs et éducatifs. Distribués en Suisse et sur les marchés principaux d'exportation, les contenus sont mis à jour et adaptés selon les besoins des marchés intérieurs et extérieurs, et également en version digitalisée.

BOOKAZINE	BROCHURE	CARTE DÉPLIANTE
		
 <p>DISTRIBUTION en Suisse et à l'étranger</p> <p>Français 553 Allemand 139 Anglais 580</p>	 <p>DISTRIBUTION en Suisse et à l'étranger</p> <p>Français 1'353 Allemand 1'530 Italien 370 Anglais 1'330</p>	 <p>DISTRIBUTION en Suisse et à l'étranger</p> <p>Français 2'992 Allemand 6'350 Italien 1'070 Anglais 2'840</p>
Total distribué: 19'107 exemplaires		

AMBASSADEURS DE MARQUE

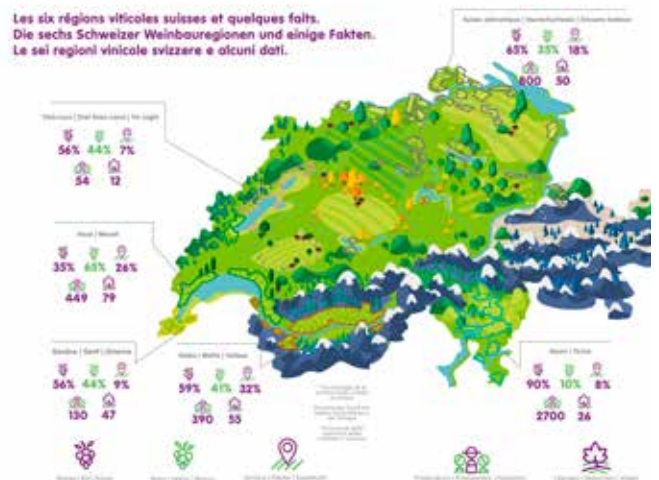
Sur le marché suisse et les marchés d'exportation, des personnalités interviennent comme ambassadeurs et ambassadrices des vins suisses.

		
<p>Chandra Kurt Journaliste et critique vin</p>	<p>Paolo Basso Meilleur Sommelier du Monde 2013</p>	<p>Yvonne Heistermann Sommelière et Ambassadrice du Chasselas</p>
<p>Rédaction d'articles et de fiches de dégustations sur les vins suisses auprès des médias helvétiques et internationaux.</p> <p>Articles dans les médias suisses 57</p> <p>Articles dans les médias internationaux 59</p>	<p>Masterclass et dégustation des vins suisses à l'Ambassade de Suisse en France.</p> <p>Masterclass (invités) 20</p> <p>Dégustation (personnes) 60</p>	<p>Ateliers de dégustation sur les vins suisses dans les écoles hôtelières et formation de sommelier.</p> <p>Ateliers 26</p> <p>Participants 400</p>
Personnes touchées en Suisse et à l'étranger: plus de 2 millions		

COLLABORATION ÉDITORIALE

En 2023, SWP a collaboré avec les Éditions Val Expérience pour la réalisation d'un livre pour enfants « recherche et trouve » sur le thème du vignoble suisse. Ce livre a pour objectif de sensibiliser les plus jeunes à la tradition, au savoir-faire et à la culture culinaire suisse à travers des pages richement illustrées. Les six régions viticoles mettent en avant leur patrimoine viticole, gastronomie, paysager et culturel.

Le livre a été tiré à 2'400 exemplaires, dont 1'080 diffusés par les régions et 400 vendus par la maison d'édition.



Nos amis | Unsere Freunde | I nostri amici

Les viticulteurs & vigneronnes
Die Weinbauern & Weinbauerinnen
Gli agricoltori vignaioli

Les cépages & raisins
Die Rebsorten & Trauben
Gli ugnioli & vitigni

Les spécialités
Die Spezialitäten
Le specialità



Marketing digital

Le digital est, aujourd'hui, la source d'information principale et l'un des points de contact avec les consommateurs parmi les plus importants. SWP cherche à constamment améliorer ces outils de communication digitaux en créant des synergies positives avec ses partenaires.

SITE INTERNET

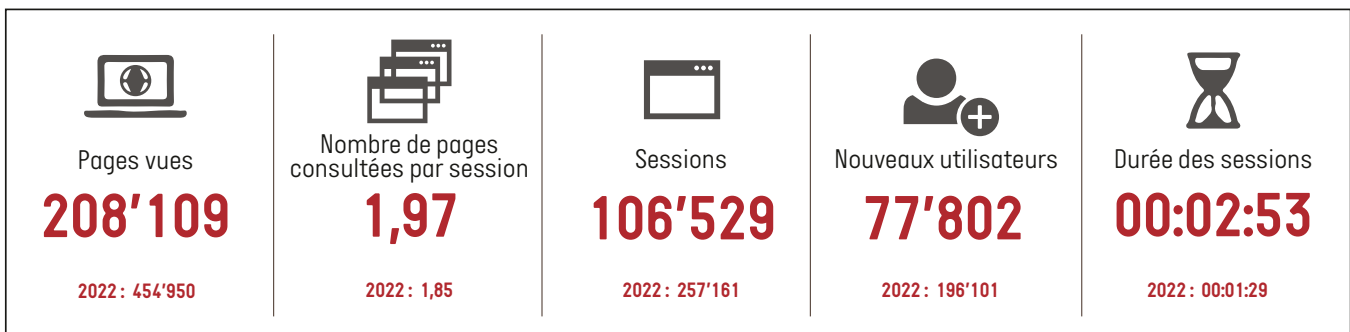
Selon le rapport annuel de We are social | Meltwater « Digital 2023 Switzerland | The essential guide to the latest connected behaviours », plus de 98,4% de la population est active sur internet et y passe plus de 5h38 par jour. La majorité des utilisateurs [87,4%] se connecte à internet avec leur smartphone d'où l'importance d'avoir un site internet « mobile first », c'est-à-dire optimiser en priorité pour une utilisation sur petit écran. Les trois premiers éléments recherchés sont :

1. Trouver des informations [73,1%]
2. Se tenir informé sur l'actualité et les événements [59%]
3. Rechercher « comment faire quelque chose » [58%]

De ce constat, le site internet a fait peau neuve en janvier 2023, avec une mise à jour du design et la migration sur un nouveau système d'exploitation, afin de mieux répondre aux attentes des utilisateurs. Le site internet met en avant les événements ouverts au public, les actualités ainsi que des informations sur les cépages, les régions viticoles, l'histoire, etc. La plateforme swisswine.ch vise à mieux communiquer avec les consommateurs en orientant sa ligne éditoriale vers une communication dirigée vers le consommateur (B2C), ainsi qu'une traduction en quatre langues du site internet. Dans une optique d'optimisation continue, une stratégie de contenu en lien avec une stratégie de référencement naturel sur le site internet (SEO) sera développée en 2024.

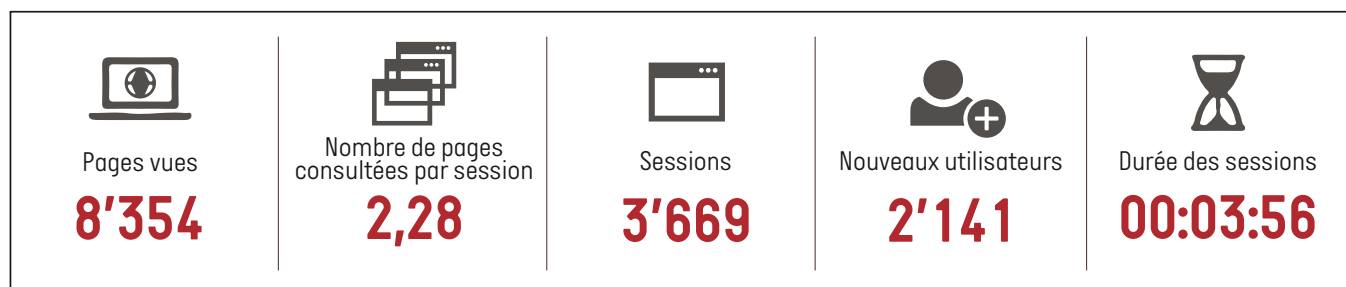
Les chiffres présentés ci-dessous sont à évaluer en prenant en considération trois facteurs qui ont marqué la récolte des données. Premièrement, la migration du site internet a été impactée par une perte de trafic importante. Deuxièmement, il y a eu la mise à jour de la loi sur la protection des données qui ne permet plus de collecter des informations sociodémographiques sur les visiteurs, à moins que ces derniers y consentent proactivement en validant l'utilisation des « cookies ». Enfin, en adéquation avec le point mentionné précédemment, la plateforme de récolte des données, Google Analytics a changé et ne permet plus de collecter exactement les mêmes données que les années précédentes.

Les visiteurs sont acquis en majorité par recherche organique [54,58%], par lien direct [22,84%], le référencement [7,15%] et les réseaux sociaux [4,60%]. L'acquisition de nouveaux utilisateurs par des recherches organiques et des référencement a augmenté grâce aux campagnes digitales « Swiss Wine Summer », « Au cœur des vendanges » et « Local et durable ».



SITE INTERNET PROFESSIONNEL

Le site internet www.pro.swisswine.ch a été mis en ligne le 1^{er} juillet. Cette plateforme a pour objectif de rassembler toutes les informations destinées à la branche (FSV, IVVS, VITISWISS) et les activités SWP auxquelles les domaines peuvent participer, ainsi que les concours où les domaines peuvent inscrire leurs vins. Les résultats encourageants démontrent l'intérêt de la branche pour une plateforme unique qui lui est dédiée. Le site internet sera encore optimisé en 2024 pour offrir une meilleure expérience aux vigneronnes et vignerons.

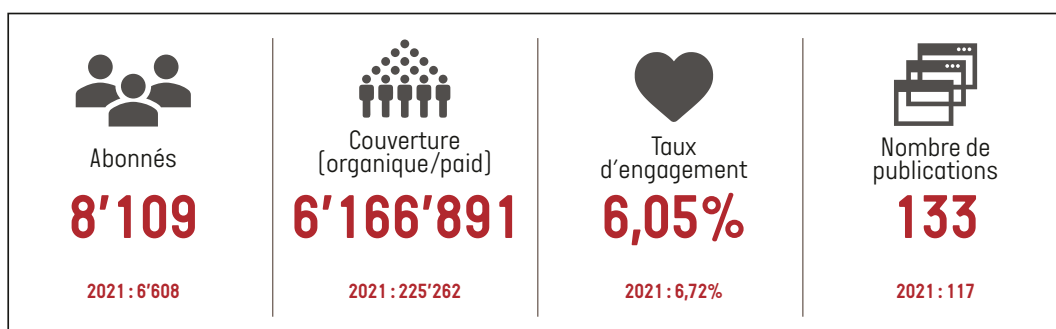
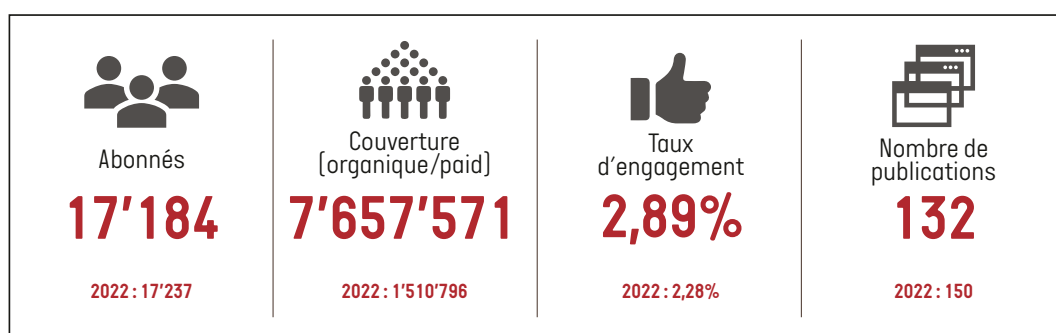


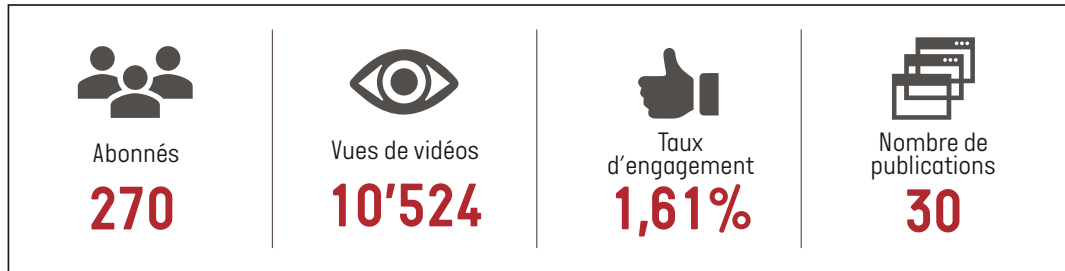
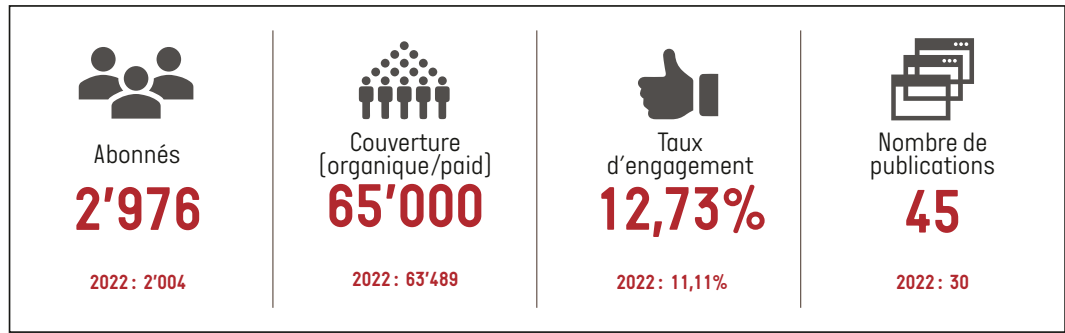
RÉSEAUX SOCIAUX

Selon le rapport annuel de We are social/Meltwater « Digital 2023 Switzerland - The essential guide to the latest connected behaviours. » plus de 83,1% de la population est active sur les réseaux sociaux et y passe plus de 1h43 par jour, toutes plateformes confondues. Les réseaux sociaux sont principalement utilisés pour rester en contact avec les amis et la famille, lire/découvrir de nouvelles histoires (33,5%), remplir le temps vide (32,6%) et découvrir de nouvelles inspirations de choses à acheter ou à faire (27,5%). Enfin, les plateformes privilégiées par les Suissesses et Suisses sont Whatsapp (35,1%), Instagram (17,6%), Facebook (12,8%), TikTok (5,4%) et enfin LinkedIn (3,1%).

Depuis deux ans, la stratégie des réseaux sociaux de SWP se base sur le storytelling et la découverte de nouvelles activités sur Facebook et Instagram. Avec ses campagnes, SWP a mis en avant la découverte des vins suisses à travers la gastronomie, l'œnotourisme et la durabilité.

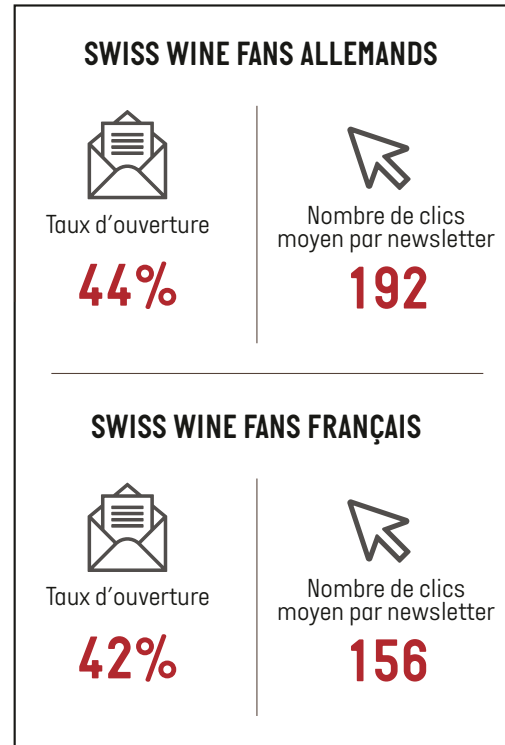
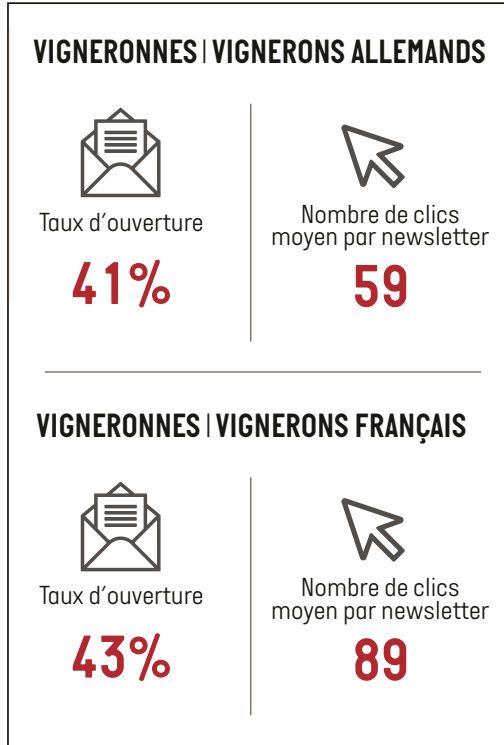
SWP construit gentiment sa présence sur TikTok pour le grand public et renforce sa présence sur LinkedIn pour les professionnels.





NEWSLETTER

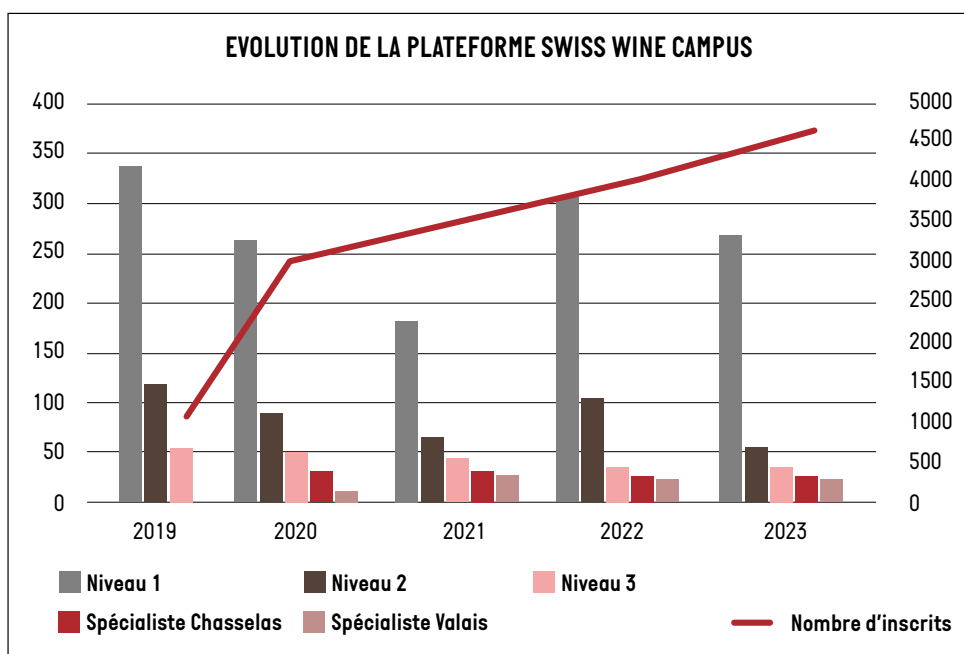
En 2023, il y a eu deux newsletters mensuelles ; une destinée à la communauté « Swiss Wine Fans » et une envoyée aux vigneronnes et vignerons.



Swiss Wine Campus

Swiss Wine Campus est une formation en ligne consacrée entièrement aux vins suisses. Elle permet au personnel de service dans la gastronomie, aux commerces de vins ainsi qu'aux œnophiles d'améliorer leurs connaissances sur les vins suisses.

La plateforme eLearning a été mise en ligne en mai 2018 et compte 520 nouvelles inscriptions en 2023, ce qui nous amène à un total de 4'567 utilisateurs.



Parmi tous les utilisateurs inscrits cette année, 270 ont obtenu l'attestation niveau 1, 55 l'attestation niveau 2 et 31 l'attestation niveau 3. En ce qui concerne les modules spéciaux, 21 utilisateurs ont obtenu l'attestation « Spécialiste Chasselas » et 17 l'attestation « Spécialiste Valais ».

Quelques perspectives de développement sont prévues pour 2024 avec deux nouveaux modules ainsi qu'un design amélioré verront le jour.

Weinakademie

Dans le cadre de son partenariat avec la Weinakademie, en collaboration avec Miriam Grischott, Weinakademikerin, deux voyages d'études dans les différentes régions viticoles de Suisse ont été organisés pour les étudiants de la Weinakademie. Le premier voyage s'est déroulé du 28 au 30 avril dans la région des Trois Lacs. Le second voyage a eu lieu dans la région alémanique: Zurich, Saint-Gall et Grisons. L'objectif de ces voyages œnologiques est de rapprocher les étudiants du vin suisse.



CONCOURS NATIONAUX

La notoriété et la richesse du terroir vitivinicole helvétique se reflètent également par les différents concours qui sont organisés.

OBJECTIFS | RÉSULTATS



Grand Prix du Vin Suisse

Le 6 octobre, le 17^e Grand Prix du Vin Suisse a eu lieu au Kursaal de Berne, réunissant plus de 560 représentants de la scène viticole suisse, des politiciens, des représentants de la presse et des amateurs de vin pour célébrer les vins suisses. Le titre prestigieux de Cave de l'année a été décerné à la cave Leukersonne à Susten, en Valais. L'édition de cette année du Grand Prix du Vin Suisse a été stimulée par l'excellent millésime 2022, ce qui a permis de soumettre près de 400 vins de plus que l'année précédente au concours le plus important pour les vins suisses.



Leukersonne, cave suisse de l'année 2023
©Grand Prix du Vin Suisse



Provenance
des échantillons **SUISSE**



Mondial du Chasselas

Organisé par l'Association pour la Promotion du Chasselas (APC), le Mondial du Chasselas a lieu chaque année et a pour objectifs de promouvoir, défendre et valoriser ce cépage en Suisse et dans le monde.

En 2023, ce ne sont pas moins de 740 échantillons qui ont été envoyés pour participer à la dégustation. À noter que même si la majorité des crus présentés provenait de Suisse romande, 16,75% provenaient d'Allemagne, de France et même du Canada et des États-Unis.



Provenance des échantillons

SUISSE, FRANCE
ALLEMAGNE,
ÉTATS-UNIS,
CANADA

81 Dégustateurs 

Mondial du Merlot & Assemblages

La 16^e édition du Mondial du Merlot et Assemblages s'est déroulée du 5 au 7 mai à Sierre. L'édition a été marquée par une participation significative, avec 430 vins inscrits provenant de 175 producteurs. Les vins en compétition étaient issus de 14 pays différents, dont la France, l'Italie, l'Espagne, l'Allemagne, le Brésil et la Suisse.



Provenance des échantillons

14 PAYS

40 Dégustateurs 

Mondial des Pinots

La 26^e édition du Mondial des Pinots, organisée par l'association VINEA, s'est déroulée du 3 au 5 novembre à Sierre. L'évènement a rassemblé un total de 39 jurés venant de 13 pays différents pour évaluer une sélection de vins Pinots. Cette édition a enregistré la participation de 263 producteurs de vin soit, au total, 870 vins Pinots inscrits à la dégustation.



Provenance des échantillons

13 PAYS

39 Dégustateurs 

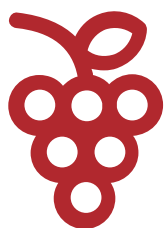
CONCOURS INTERNATIONAUX

L'une des missions de SWP est d'accroître la présence et la notoriété des vins suisses à l'international. Pour ce faire, SWP soutient logistiquement les vigneronnes et vigneron qui souhaitent participer à des concours internationaux. Actuellement, SWP envoie des échantillons de dégustations pour les concours: Concours Mondial de Bruxelles, Decanter World Wine Awards et Sélections Mondiales des Vins du Canada.

OBJECTIFS | RÉSULTATS

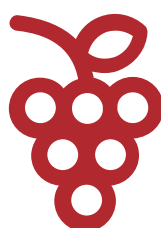
500

ÉCHANTILLONS



400

ÉCHANTILLONS



Concours Mondial de Bruxelles

En 2023, la 30^e édition du Concours Mondial de Bruxelles (CMB) a eu lieu à Poreč, en Croatie. Les juges internationaux ont dégusté du 12 au 14 mai les 7'500 vins inscrits, dont 170 références suisses.

Parmi toutes les références, la Suisse repart avec 42 médailles: 1 Grand Or, 18 médailles d'Or et 23 médailles d'Argent.

170

ÉCHANTILLONS



Nombre de vins suisses médaillés



24.7%

Decanter World Wine Awards

La 20^e édition du Decanter World Wine Awards bat une nouvelle fois des records d'inscription avec 18'250 vins en compétition provenant de 57 pays. Lors de cette édition, 200 vins suisses ont été envoyés.

La Suisse remporte 1 médaille «Platinum», 7 médailles d'Or, 85 médailles d'Argent et 45 médailles de Bronze.

200

ÉCHANTILLONS



Nombre de vins suisses médaillés



69.0%

Sélections Mondiales des Vins Canada

Pour cette 30^e édition, les Sélections Mondiales des Vins Canada, il y a eu 1'560 vins de 26 pays envoyés, dont 30 vins suisses. La Suisse se distingue tout particulièrement par ses 11 médailles obtenues, dont 1 Grand Or.

30

ÉCHANTILLONS



Nombre de vins suisses médaillés



36.6%



4

DURABILITÉ

DURABILITÉ

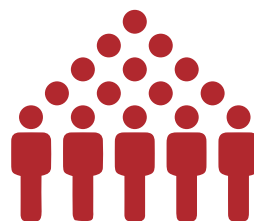
Selon l'étude MIS Trends, un peu plus d'un tiers des consommateurs de vin considère que la viticulture suisse est plus écologique (38%) que l'étrangère. C'est pourquoi, en 2023, une nouvelle campagne a été diffusée du 9 octobre au 30 décembre pour une consommation locale et durable autour de trois slogans :

- La haute qualité du fait main
- À la main, avec le cœur
- Fait main, fait ici, fait d'excellence

Chacun des trois slogans met en avant le travail manuel. Le premier s'axe sur la qualité et la plus-value des vins suisses, le deuxième s'oriente sur la passion des vigneronnes et vignerons qui travaillent la terre au quotidien et le dernier met en valeur la consommation locale et de proximité.

Les objectifs de la campagne sont de renforcer la notoriété des vins suisses par une marque forte, de mettre en avant la consommation locale et durable, susciter une préférence spontanée pour les vins suisses, de renforcer la conscience des consommateurs sur la consommation de produits agricoles à travers des expériences et de mettre en avant le savoir-faire des vigneronnes et vignerons.

La campagne a été diffusée à l'échelle nationale en trois langues. La campagne « local et durable » ainsi que la marque Swiss Wine ont bénéficié d'une forte visibilité sur les supports mentionnés ci-dessous :



AFFICHAGE 2'441'000	MÉDIA ANALOGIQUE 1'258'547	MÉDIA DIGITAL 10'812'409	RÉSEAUX SOCIAUX 7'915'062
--------------------------------------	---	---	--

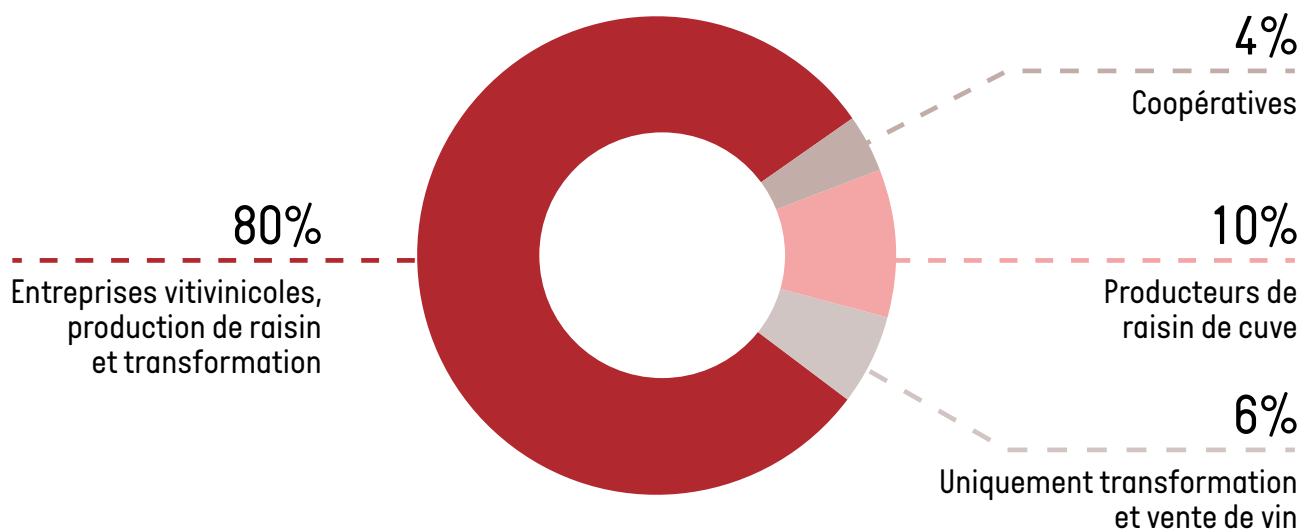
Personnes touchées en Suisse : 22'427'018

Étude sur la durabilité du secteur vitivinicole en Suisse

En 2023, une étude sur la durabilité du secteur vitivinicole en Suisse a été menée par la société DSS. L'enquête avait pour objectif de cartographier les performances en matière de durabilité dans les six régions viticoles de la Suisse, en prenant en considération l'équilibre écologie, social et économique, afin d'identifier et évaluer les points forts et les pistes d'amélioration.

Les entreprises participant à cette étude étaient:

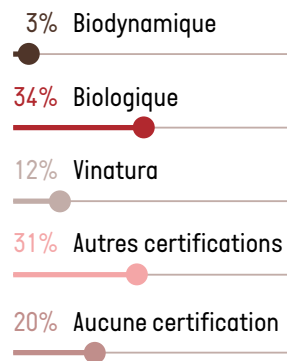
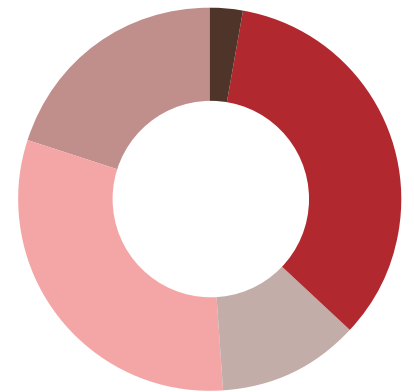
TYPES D'ENTREPRISES AYANT PARTICIPÉS AU SONDAGE



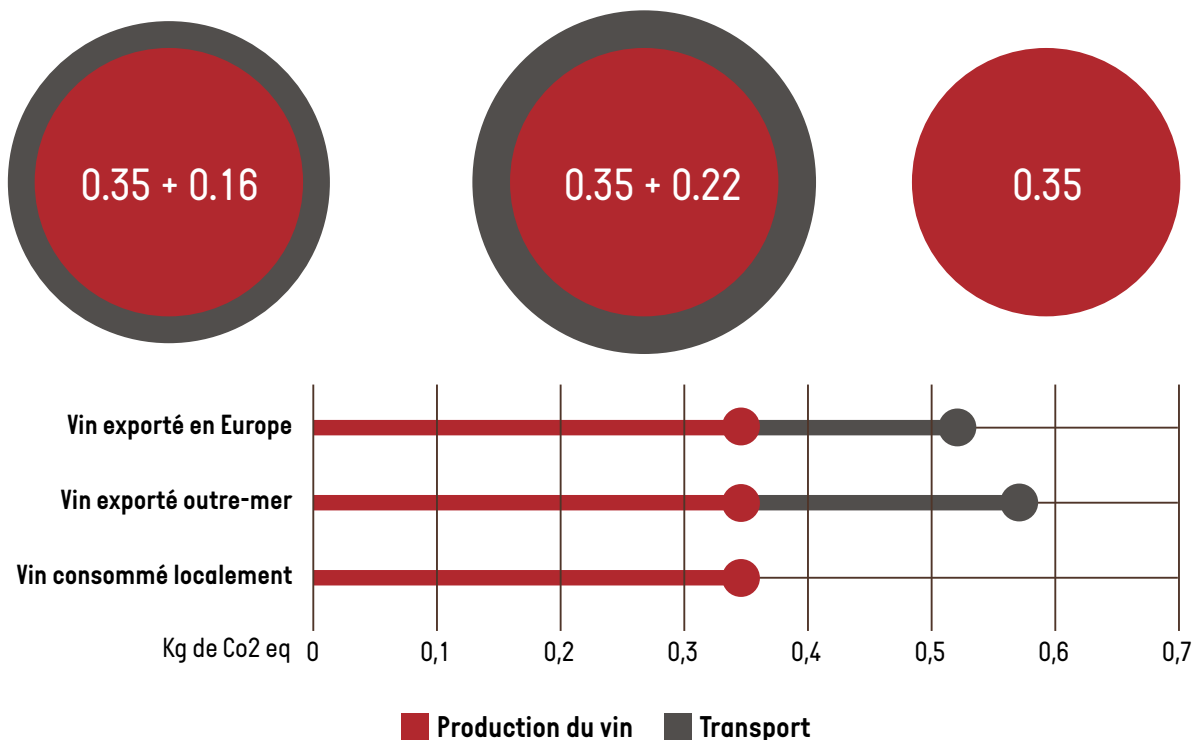
L'étude met en avant plusieurs chiffres clés sur la durabilité dans le secteur vitivinicole suisse. Par exemple, 49% des entreprises sont certifiées selon au moins un des trois systèmes durables, tels que le biologique, le Vinatura ou la biodynamie. De plus, 17,8% des entreprises n'effectuent aucune opération mécanique, ce qui reflète la volonté du secteur suisse de préserver les vignobles traditionnels. Concernant les pratiques agricoles, 95% des viticulteurs ont recours à des engrais organiques, tandis que 2% d'entre eux utilisent des engrais verts, démontrant ainsi un engagement en faveur de la santé des sols.

Enfin, un autre aspect clé de la durabilité dans le secteur vitivinicole suisse est la consommation majoritairement locale des vins. Cette pratique contribue à limiter l'empreinte carbone due au transport et joue en faveur de la durabilité environnementale. Une étude réalisée par Sofies - Solution For Industrial Ecosystems - a souligné l'impact significatif du transport sur l'empreinte carbone des produits vitivinicoles, mettant en lumière l'importance de privilégier les circuits courts et les marchés locaux pour réduire cet impact.

RÉPARTITION PAR TYPE DE CERTIFICATION



EMPREINTE CARBONE SELON LA PRODUCTION ET LE TRANSPORT





5

EXPÉRIENCE

EXPÉRIENCE

Lors de l'étude de notoriété, une question sur la « découvrabilité » des vins suisses a révélé que 17% des personnes interrogées trouvaient le vin suisse facile à découvrir. La Suisse romande a répondu beaucoup plus favorablement à cette question que le Tessin. C'est pourquoi le pilier « Expériences » vise à rendre les vins suisses plus accessibles par la mise en avant d'évènements mettant en avant les crus helvétiques. Pour ce faire, SWP collabore avec les régions viticoles ainsi qu'avec des partenaires privés.

OBJECTIFS | RÉSULTATS

Nombre de visiteurs

25'000



Nombre de visiteurs

326'017



Caves ouvertes

Les caves ouvertes sont les manifestations incontournables du printemps. Durant le mois de mai, à tour de rôle, les domaines viticoles de chaque région ouvrent leurs portes aux curieux et aux amoureux des vins suisses. Du Valais au Tessin, en passant par le canton de Vaud, Genève, la région des Trois-Lacs et la Suisse alémanique, les caves ouvertes rencontrent toujours un grand succès auprès du public local et en dehors des cantons.

NOMBRE DE VISITEURS

(toutes caves ouvertes confondues)

180'000



Au cœur des vendanges

La troisième édition de l'évènement national « Au Cœur des Vendanges » a été étendue sur deux week-ends. Les producteurs ont alors eu le choix d'accueillir les participants les 23, 24, 30 septembre et le 1^{er} octobre. Les vigneron·ne·s ont apprécié le fait de pouvoir choisir la date. C'est ainsi que certains ont pu recevoir les apprentis vendangeurs plus d'une fois.

L'évènement Au Cœur des Vendanges permet aux visiteurs de s'immerger, quelques heures durant, dans la phase de production du vin la plus importante: les vendanges. Au cœur des vendanges donne la possibilité aux domaines viticoles participants de transmettre leur savoir-faire, d'informer et d'éduquer les apprentis-vendangeurs tout en offrant de la visibilité.

En 2023, 39 domaines et plus de 950 participants étaient présents dans les vignes. Au programme: un accueil chaleureux, une initiation au savoir-faire des vendangeurs, quelques heures de saine transpiration et pour clôturer l'expérience, un savoureux repas rassemblant tous les acteurs autour du vin suisse.

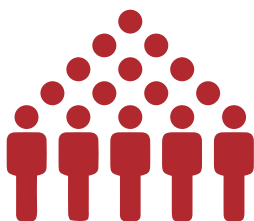
DÉNOMINATION	RÉSULTATS
NOMBRE DE DOMAINES PARTICIPANTS AU TOTAL	39
VALAIS	14
VAUD	13
SUISSE ALÉMANIQUE	6
GENÈVE	3
TESSIN	0
RÉGION DES TROIS-LACS	3
NOMBRE DE DOMAINES PARTICIPANTS AU TOTAL	950



COMMUNICATION

La stratégie de communication de l'évènement se porte sur l'affichage (OOH et DOOH), les médias analogues et digitaux ainsi que les réseaux sociaux. La campagne de communication s'est déroulée du 15 août au 2 octobre dans toute la Suisse.

Les publications dans les médias analogues et digitaux ont été effectuées dans les titres du groupe Impact Média, le Blick et d'autres médias régionaux ou spécialisés. Les emplacements des affichages étaient principalement dans les gares et les transports publics. Enfin, la campagne a été appuyée par une publication hebdomadaire sur les réseaux sociaux de SWP et par une campagne payante (paid ads).



AFFICHAGE 12'189'026	MÉDIA ANALOGIQUE 3'707'516	MÉDIA DIGITAL 7'032'337	RÉSEAUX SOCIAUX 2'544'260
---------------------------------------	---	--	--

Personnes touchées en Suisse: 25'473'139









Suisse Tourisme

Cette collaboration a pour objectif d'intégrer les vins suisses comme un produit important dans la chaîne de valeur touristique sur le marché national et international. Ce partenariat triennal poursuit trois objectifs principaux :

- Inciter la population indigène à découvrir et à apprécier de plus en plus les vins suisses
- Augmenter, à l'étranger, le degré de connaissance des vins suisses et de leurs régions de production
- Collaborer étroitement au développement de nouvelles offres œnotouristiques au niveau national





En 2023, d'un point de vue digital, il y a eu :

- Création de trois pages supplémentaires autour de la thématique du vin : l'œnotourisme, le vignoble suisse, les régions viticoles et leurs highlights
- Deux newsletters destinées aux consommateurs
- Une campagne « banner » et une campagne « META » pour l'évènement Au cœur des vendanges
- Participation au calendrier de l'Avent

Newsletter I Swiss Wine Erlebnisse	Newsletter II Am Puls der Ernte	Campagne Banner
 PERSONNES TOUCHÉES 627'419	 PERSONNES TOUCHÉES 372'901	 IMPRESSIONS 184'455
 TAUX D'OUVERTURE 36.39%	 TAUX D'OUVERTURE 43.17%	 CLICS 165
Personnes touchées : 1'184'775		








Suisse Tourisme soutient également SWP dans la promotion du label Swiss Wine Gourmet en l'intégrant dans le « Restaurant-Finder » sur la carte générale, dans les filtres disponibles ainsi que sur le profil du restaurant.

Newsletter B2B I	Newsletter B2B II
 PERSONNES TOUCHÉES 5'909	 PERSONNES TOUCHÉES 5'846
 CLICS 408	 TAUX D'OUVERTURE 419
Personnes touchées: 11'755	

De plus, dans le cadre de la promotion de l'oenotourisme et la collaboration entre Suisse Tourisme et SWP, la plateforme Swiss Wine Tour a été mise en avant grâce à :

- Un voyage de presse avec la créatrice de contenu Girl in Basel. Elle a réalisé 4 publications photos, 8 vidéos pour Instagram et 6 vidéos pour TikTok
- Insertion dans le magazine « Schweiz » distribué en Suisse et à l'étranger
- Une campagne digitale sur les réseaux sociaux

Influence Girl in Basel	Magazine Schweiz	Campagne digitale
 PERSONNES TOUCHÉES 48'500	 EXEMPLAIRES 285'000	 IMPRESSIONS 16'904'574
 TAUX D'INTERACTION MOYEN 4.6%		 CLICS 138'266
Personnes touchées: 17'238'074		

Great Wine Capitals

Le réseau international GWC, créé en 1999, est le seul au monde qui relie des régions vitivinicoles de la « Vieille Europe » et du « Nouveau Monde ». GWC a pour but de favoriser les échanges commerciaux, touristiques et pédagogiques entre ses douze villes membres : Adelaide | South Australia, Bilbao | Rioja (Espagne), Bordeaux (France), Cape Town | Cape Wine-lands (Afrique du Sud), Hawke's Bay (New Zealand), Lausanne (Suisse), Mayence | Rheinhessen (Allemagne), Mendoza (Argentine), Porto (Portugal), San Francisco | Napa Valley (USA), Valparaíso | Casablanca Valley (Chili) et Vérone (Italie). Le réseau GWC vise à offrir des expériences viticoles mémorables aux visiteurs et aide les villes et leurs vignobles à promouvoir au mieux leur culture extraordinaire, leur héritage patrimonial et leur région. Depuis 2018, la Ville de Lausanne représente l'entier du vignoble helvétique au sein de ce prestigieux réseau.

Du 22 au 26 octobre, les délégués des douze pays ont découvert le vignoble suisse grâce à des « technical tours » organisés dans les régions viticoles. Ces visites ont mis en avant le savoir-faire ancestral des vigneronnes et vignerons, la diversité du terroir, les cépages principaux, la recherche et le développement du secteur vitivinicole ainsi que les offres œnotouristiques et le patrimoine paysager.

La rencontre annuelle de GWC a été marquée par la 6^e édition des Rencontres suisses de l'œnotourisme avec une journée de conférence portée sur le thème « Œnotourisme en Suisse, de tradition à innovation », avec la participation de Suisse Tourisme, Présence Suisse, la Confrérie des Vignerons, Agroscope et d'autres partenaires.



PAYS
12



DÉLÉGUÉS
77



PARTICIPANTS
TOTAL
129



Rencontre annuel du réseau Great Wine Capitals à Lausanne
©Elsa Mesot, MUTO

Best Of Wine Tourism

La cérémonie de remise des prix des « Best Of Wine Tourism » s'est tenue à l'issue du Gala Great Wine Capitals à Lausanne. Chaque capitale du réseau organise son propre concours interne, dont les vainqueurs des différentes catégories obtiennent le titre de « Regional Best Of Wine Tourism ». Puis, tous les « Regional Best Of Wine Tourism », participent automatiquement aux « Global Best Of Wine Tourism » internationaux.

Les lauréats helvétiques pour les « Regional Best Of Wine Tourism », pour chaque catégorie, sont:

- Architecture/Paysages: Castel de Daval, Sierre (VS)
- Art/culture: Domaine du Mont d'Or, Sion (VS)
- Découverte/innovation: Maison Gillard, Sion (VS)
- Environnement/développement: BAM - Voie des Sens, Morges (VD)
- Restauration/hôtellerie: Cave Couronne 1669, Morat (FR)
- Service/organisation: Wine Tours Switzerland, Maienfeld (GR)
- Artisanat: Cantina Settemaggio, Valle Leventina (TI)

L'offre du « Train du Vigneron » - BAM la Voie des Sens à Morges (VD) a remporté un « Global Best Of Wine Tourism », prix qui récompense la meilleure offre parmi les « Regional Best Of Wine Tourism » suisses.

NOMBRE D'INSCRIPTIONS

2021
43

2022
41

2023
47



Best Of Wine Tourism Switzerland

Évènements partenaires

Des évènements sont soutenus par SWP pour offrir de la visibilité et de la notoriété auprès des publics cibles de SWP.

DIVINES – SALON SUISSE DES VIGNERONNES

La 3^e édition du salon DiVINes s'est tenue du 2 au 4 novembre. Le salon a réuni plus de 45 vigneronnes, cavistes, propriétaires, viticultrices ou œnologues, venues de toute la Suisse. La manifestation a accueilli plus de 1'000 personnes.

JARDIN DES VINS À BURGDORF (BE)

L'évènement Jardin des vins a eu lieu du 18 au 19 août à Burgdorf (Berne) s'est déroulé dans une atmosphère « Garden Party » et conviviale.

PROMOTION DU CHASSELAS

La cérémonie de remise des prix, le 29 juin au château d'Aigle, a rassemblé les producteurs des 51 vins lauréats ainsi que des personnalités du monde politique, économique et des médias (env. 250 participants).

Pour faire découvrir les lauréats 2023, cinq dégustations ont été organisées à travers la Suisse :

- 31 août: Château d'Auvernier à Auvernier
- 9 septembre: Château d'Aigle à Aigle
- 16 septembre: Pressoir de Russin à Russin
- 21 septembre: Château Châtagneréaz à Essertines-sur-Rolle
- 30 septembre: Château Villa à Sierre

JOURNÉE MONDIALE DU CHASSELAS

Le 12 décembre, la fondation pour la promotion du Chasselas a lancé la première journée mondiale du Chasselas. En collaboration avec SWP et les organes de promotion régional, l'évènement a été relayé sur divers canaux de communication et plusieurs partenaires et domaines viticoles ont organisé des évènements. Cette première journée mondiale du Chasselas a rassemblé plus de 500 personnes.

NOMBRE DE VISITEURS

(tous évènements confondus)

145'046



NOMBRE DE VISITEURS

1'000



NOMBRE DE VISITEURS

496



NOMBRE DE VISITEURS

1'000



NOMBRE DE VISITEURS

500



SWISS WINE FESTIVAL

Du 16 au 19 mars, le Swiss Wine Festival a eu lieu à Eulachhallen à Winterthur et a réuni 45 producteurs des six régions viticoles.

NOMBRE DE VISITEURS

500



SWISS WINE TASTING

Le Swiss Wine Tasting est la plus grande exposition de vins suisses qui a lieu chaque année à Zurich. Le 28 août, les producteurs, professionnels et amateurs de vin se sont réunis au Kunsthaus à Zurich. Les 140 vigneronnes et vigneronns présents ont fait découvrir leurs vins à plus de 1'000 visiteurs et 45 journalistes.

NOMBRE DE VISITEURS

1'000



VINEA ON TOUR

L'évènement VINEA on tour est organisé par l'association VINEA. Le 9 mars, la Ville de Fribourg a accueilli le premier évènement de l'année avec 37 producteurs présentant plus de 250 références. La manifestation a accueilli 400 visiteurs.

Le second évènement a eu lieu à Zurich, le 23 novembre. Les 13 producteurs présents ont fait découvrir plus de 78 vins aux 150 visiteurs.

NOMBRE DE VISITEURS

550



ZÜRICH FILM FESTIVAL

La 19^e édition du Zürich Film Festival a eu lieu du 28 septembre au 8 octobre. Durant toute la durée du festival, les vins suisses ont été mis à l'honneur grâce au partenariat entre SWP et Zweifel 1898, distributeur officiel du ZFF et « beverage partner ».

NOMBRE DE VISITEURS

130'000



WYSCHIFF

Comme chaque année, les soirées Wyschiff ont jeté l'ancre à Lucerne, Bâle, Thoun, Soleure et Zoug. Des évènements Wyschiff sur une durée de deux jours sont organisés à Zurich, Pfäffikon, Saint-Gall, Berne et Aarau.

NOMBRE DE VISITEURS

10'000



6

GASTRONOMIE



Swiss Wine Gourmet

La gastronomie contribue à hauteur de 10% à la commercialisation des vins suisses selon l'étude de l'OSMV « canaux de distribution des vins suisses - étude spécifique 2023 ». De plus, les habitudes de consommation démontrent que 29% des personnes interrogées consomment du vin suisse aussi souvent en privé qu'au restaurant, 11% plus souvent au restaurant et 1% exclusivement au restaurant d'après l'étude de notoriété de la marque et des vins suisses menée par SwissMilk en 2023.

Forte de ce constat, SWP a renforcé en 2023 ses activités autour du pilier de la gastronomie, notamment avec l'augmentation des restaurants labellisés Swiss Wine Gourmet, la campagne estivale Swiss Wine Summer et les partenariats.

SWISS WINE GOURMET LABELS

Le label Swiss Wine Gourmet référence les restaurants ayant une bonne, voire excellente sélection de vins suisses sur la carte des vins. Les restaurants sont référencés gratuitement sur le site internet swisswinegourmet.ch s'ils répondent aux critères suivants :

- Proposer au moins deux vins suisses au verre pendant toute l'année
- Avoir au moins cinq vins suisses sur leur carte

Si l'établissement correspond à ces exigences, le label lui est décerné selon le nombre de références sur sa carte :

OBJECTIFS

+ 10%



RÉSULTATS

+ 157%



	2022	2023
ÉTABLISSEMENT AVEC 1 VERRE	17	52
ÉTABLISSEMENT AVEC 1 VERRE	87	267
ÉTABLISSEMENT AVEC 1 VERRE	309	745



UN VERRE

Sélection de vins suisses

25% de vins suisses ou au moins 10 vins suisses sur la carte des vins



DEUX VERRES

Très bonne sélection de vins suisses

50% de vins suisses ou au moins 15 vins suisses sur la carte des vins



TROIS VERRE

Excellente sélection de vins suisses

Plus de 75% de vins suisses ou au moins 30 vins suisses sur la carte des vins

Labels Swiss Wine Gourmet décernés aux restaurants présentant une variété de vins suisses sur leur carte

SWISS WINE SUMMER

Pour la 4^e édition, la campagne Swiss Wine Summer s'est déroulée du 15 juin au 31 août sous le slogan : «...les vins suisses autrement!». La campagne avait pour objectif de mettre en avant les vins suisses auprès des restaurants labellisés Swiss Wine Gourmet, directement chez les vigneronnes et vignerons et au travers d'activités œnotouristiques.

En plus de la campagne de communication, cette action avait deux incitatives : une pour les consommateurs et une pour les restaurateurs. La première, les amoureux de crus helvétiques pouvaient cumuler des points auprès des restaurants, domaines viticoles et partenaires touristiques en scannant un QR-code. Les trois participants ayant cumulé le plus de points ont reçu un bon d'une valeur de CHF 1'000.- pour le Swiss Wine Tour. La seconde, pour les établissements HoReCa, était sous forme de bon d'achat. Pour tout achat de CHF 1'000.- de vin suisse, un bon d'une valeur de CHF 200.- à faire valoir lors d'une nouvelle commande de vin suisse était délivré aux restaurants Swiss Wine Gourmet participants.

RÉSULTATS

BONS DÉLIVRÉS **1'195**

Montant investi
 **240'000.-**

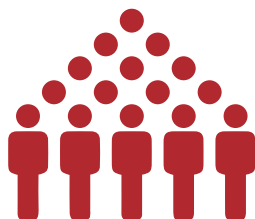
CHIFFRE D'AFFAIRES GARANTI 
1'200'000.-



COMMUNICATION

La stratégie de communication de la campagne Swiss Wine Summer se porte sur l'affichage, les médias analogues et digitaux ainsi que les réseaux sociaux. La campagne de communication s'est déroulée du 15 juin au 31 août dans toute la Suisse.

Les publications dans les médias analogues et digitaux ont été effectuées dans les titres du groupe Impact Média, le Blick et d'autres médias régionaux ou spécialisés. Les emplacements des affichages étaient principalement dans les gares et les transports publics. Pour cette campagne, l'affichage était uniquement digital (DOOH) avec une courte vidéo de 10 secondes. La campagne a été appuyée par une publication hebdomadaire sur les réseaux sociaux de SWP avec une série de vidéos mettant en avant des restaurateurs, vigneronnes et vignerons, et activités œnotouristiques dans les six régions viticoles lors d'interviews ou de vidéos d'ambiance.



AFFICHAGE 5'696'565	MÉDIA ANALOGIQUE 2'081'000	MÉDIA DIGITAL 10'566'431	RÉSEAUX SOCIAUX 360'000
--------------------------------------	---	---	--

Personnes touchées en Suisse: 18'703'996



Partenaires

GAULT-MILLAU – MEILLEUR SOMMELIER

Le partenariat avec Gault & Millau sensibilise les restaurants à l'excellence et à la diversité des vins suisses, ouvrant ainsi aux producteurs des perspectives intéressantes de générer de nouveaux canaux de distribution dans les restaurants.

En partenariat avec Gault & Millau, le 18 septembre, SWP a remis le prix du « Sommelier de l'année 2024 » à Stefano Petta du restaurant Widder à Zurich.



Stefano Petta, meilleur sommelier de l'année au Restaurant Widder à Zurich
© Thomas Buchwalder

BOCUSE D'OR

Pour la quatrième année consécutive, SWP est partenaire de l'Académie du Bocuse d'Or. Dans ce partenariat, SWP bénéficie d'une visibilité lors des concours suisses, européens et mondiaux. Cette collaboration a pour objectif de renforcer les liens entre la gastronomie et les vins suisses auprès des professionnels de la branche. Lors de l'ensemble des activités de l'Académie du Bocuse d'Or, les vins suisses sont mis à l'honneur.

En 2023, Euloge Malonga et la commis Fiona Wittwer ont remporté le Bocuse d'Or Suisse 2023. Ils représenteront la Suisse lors du concours européen en 2024.



Euloge Malonga et Fiona Wittwer, gagnants du Bocuse d'Or Suisse
©Académie du Bocuse d'Or

MICHELIN – MICHELIN SOMMELIER AWARD

La Cérémonie Michelin Star Revelation s'est déroulée le 2 octobre à l'Ecole Hôtelière de Lausanne (EHL), à Lausanne, en Suisse. Lors de cette cérémonie, Swiss Wine Promotion a eu le plaisir de remettre le « Michelin Sommelier Award » à Antoine Sicard, Maison Wenger au Noirmont.



Antoine Sicard, meilleur sommelier Michelin
©Académie du Bocuse d'Or

FONDATION POUR LA PROMOTION DU GOÛT – LA SEMAINE DU GOÛT

Chaque année, la Fondation pour la promotion du Goût met à l'honneur une ville ou une région. Dans le cadre de son partenariat, SWP met en avant les vins de la région désignée lors du Gala de la Semaine du Goût. En 2023, la Ville de Fribourg a été mise au-devant de la scène avec son parrain Pierrot Ayer du Restaurant Le Pérolles.



Affiche de la Semaine du Goût 2023

7

DISTRIBUTION



SWISS WINE



DISTRIBUTION

Les distributeurs et revendeurs contribuent à la commercialisation des vins suisses à hauteur de 54%³. L'acte d'achat s'effectue principalement en grandes surfaces (48%), puis magasins spécialisés (18%), chez les producteurs (20%) et dans la restauration (14%)⁴. C'est pourquoi le pilier distribution est majeur dans la stratégie de SWP.

Grande distribution

Depuis quelques années, SWP peut compter sur des partenariats forts avec les grands distributeurs (GD) suisses que sont Coop, Denner, Manor, Lidl, Aldi Suisse, Spar, Top CC et Mövenpick.

Durant le courant de l'année 2023, grâce au budget supplémentaire, de nombreuses actions ont pu être menées avec les partenaires de la grande distribution.

COOP

Cahier spécial sur les vins suisses (tirage considérable de 2,85 millions d'exemplaires) et annonces. Le magazine spécial vins suisses a mis en avant les six régions viticoles suisses en les alliant aux grillades. Comme les années précédentes, 50 références par région linguistique ont pu figurer dans le cahier (76 références suisses au total, certains références figurants dans plusieurs catalogues). Cette campagne a également été réalisée en ligne avec des présentations et des propositions de vins, en collaboration avec FOOBY.

D'autres mesures pour accroître la visibilité sur les points de vente ont été mises en place tout au long de l'année. Une brochure « Guide des vins suisses » a été produite. Elle a été disposée dans les rayons.

DENNER

Publication de plusieurs annonces dans le journal Denner au cours de l'année. Ces promotions ont été complétées par des campagnes digitales.

MANOR

Présence avec des annonces SWP dans les catalogues diffusés dans les trois régions linguistiques. Visibilité également avec le logo lors du Festival des vins.

Nouveauté 2023 : dégustations organisées par l'agence Boost dans les 27 Manor Food. En parallèle, des stickers au sol ont été posés dans les points de vente ainsi que des stop-rayons. La promotion de ces dégustations a été mise en avant par l'envoi de newsletters.

LIDL

Mise en avant de l'évènement Au cœur des vendanges grâce à des bannières digitales.

ALDI

En 2023, il y a eu une semaine des vins suisses, avec des dégustations dans 39 filiales. La promotion des vins suisses a également été faite dans les supports éditoriaux et digitaux.

³ Étude : Canaux de distribution des vins suisses, étude spécifique 2023, OSMV | ⁴ Étude MIS Trends, 2021

SPAR+ TOP CC

Plusieurs magazines et prospectus ont été mis en place. Des suppléments aux magazines ont également vu le jour dans le courant de l'année traitent de sujets spéciaux (Raclette & Fondue, 1^{er} août, la régionalité) en lien avec les vins suisses. Ces suppléments sont soutenus par des dégustations dans les points de vente.

MÖVENPICK

Les actions menées avec Mövenpick consistaient en des supports imprimés, tels qu'un marque-page ou des campagnes visuelles, et en des supports digitaux, tels que newsletters et bannières web. Mövenpick Wein a également participé aux Semaines de vins suisses en complément à son programme de 2023.

Revendeurs

LES SEMAINES DES VINS SUISSES

Du 2 octobre au 11 novembre ont eu lieu « Les semaines des vins suisses - Rien que pour toi ». Le but était de soutenir les revendeurs dans leurs mises en avant de vins suisses et de sensibiliser la clientèle à sa proximité avec les crus helvétiques.

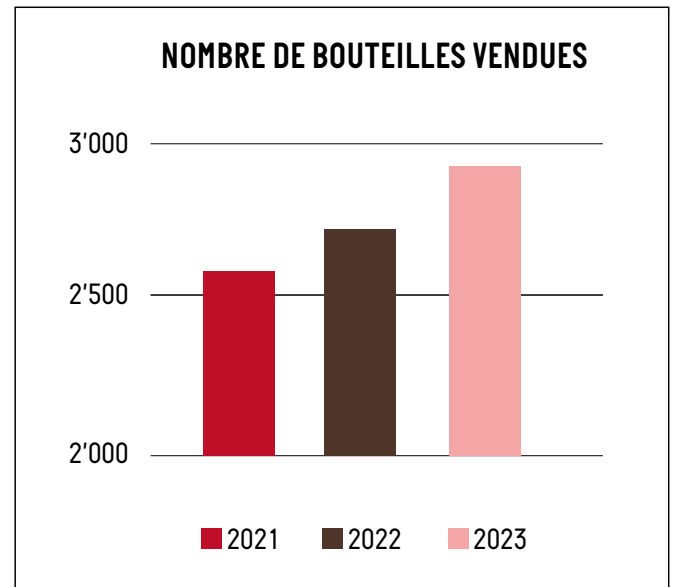
Pour cette première édition, 18 revendeurs y ont participé et un nouveau visuel a été créé pour cette campagne



LAGARDÈRE TRAVEL RETAIL

Après deux années d'ouverture de pop-up store aux abords du Duty Free de l'aéroport de Genève. SWP, en partenariat avec Lagardère Travel Retail, a occupé pour la première fois l'espace Bar à l'intérieur du Duty Free du 29 août au 25 septembre. Cet emplacement était une plus-value pour exposer les vins des différents producteurs et pour les faire déguster. Une sélection exclusive de crus helvétiques provenant de cinq régions était présentée: Valais, Vaud, Suisse alémanique, Genève, et la région des Trois Lacs.

Suite à ce changement d'emplacement, des augmentations du chiffre d'affaires (+11%), du nombre de bouteilles vendues (+7%) et du panier moyen (+3%) ont été constatées.



Évolution du nombre de bouteilles vendues avec Lagardère Travel Retail de 2021 à 2023, source : Lagardère Travel Retail



Stand Swiss Wine à l'aéroport de Genève
©Swiss Wine Promotion

SWISS WINE

8

EXPORT

CAVE
DE LA
CÔTE



EXPORT

Évolution des exportations

Le tableau ci-contre donne un aperçu de la situation de la commercialisation des vins suisses à l'étranger.

Fin 2023, les résultats sont encourageants, avec une augmentation de +21% sur le prix au litre moyen ainsi qu'une légère croissance des volumes exportés de +0.8%. Plus en détail, les objectifs de prix au litre pour les vins blancs et vins rouges suisses exportés ont été atteints.

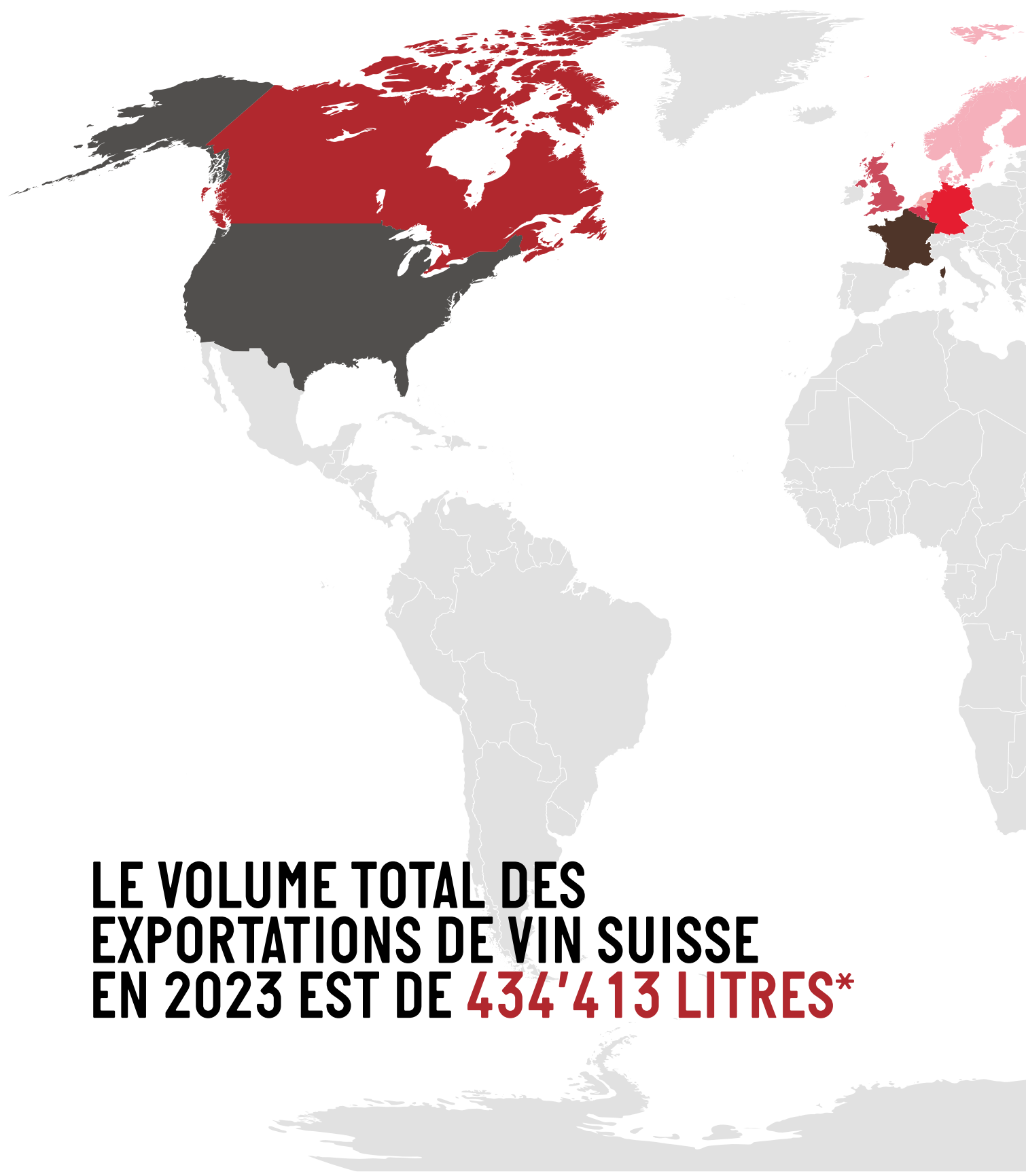
Ces résultats réjouissants confirment la stratégie de SWP qui est d'encourager l'exportation de crus à forte valeur ajoutée et des marques identitaires et reconnues sur les marchés prioritaires.

Année	Volume en litres	Chiffre d'affaires en CHF	Prix par litre
2014	754'014	6'622'140 CHF	8,78 CHF/l
2015	602'864	6'305'582 CHF	10,46 CHF/l
2016	526'674	5'574'377 CHF	10,58 CHF/l
2017	571'237	5'712'345 CHF	9,96 CHF/l
2018	447'875	5'420'636 CHF	12,10 CHF/l
2019	598'986	6'834'199 CHF	11,41 CHF/l
2020	455'624	5'607'594 CHF	12,31 CHF/l
2021	496'621	7'084'989 CHF	14,27 CHF/l
2022	430'613	6'455'943 CHF	14,99 CHF/l
2023	434'413	8'325'350 CHF	19,16 CHF/l

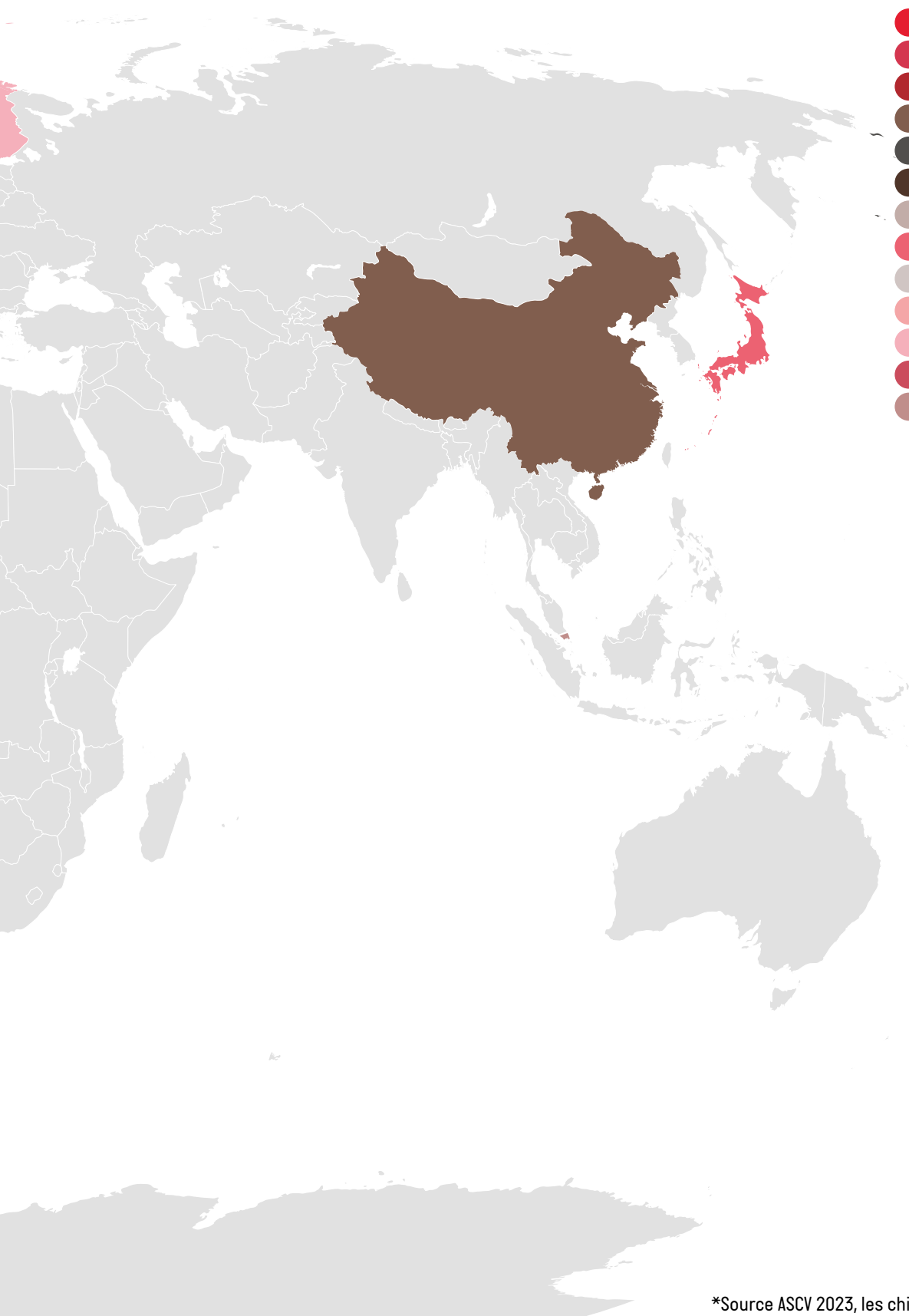
Source : ASCV, Bulletin d'information - exportation, décembre 2023

OBJECTIFS	RÉSULTATS
PRIX AU LITRE DU VIN BLANC SUISSE	PRIX AU LITRE DU VIN BLANC SUISSE
10.60 CHF/L	15.14 CHF/L
PRIX AU LITRE DU VIN ROUGE SUISSE	PRIX AU LITRE DU VIN ROUGE SUISSE
13.70 CHF/L	26.19 CHF/L

Source : ASCV, janvier 2024



**LE VOLUME TOTAL DES
EXPORTATIONS DE VIN SUISSE
EN 2023 EST DE 434'413 LITRES***



- Allemagne
- Belgique
- Canada
- Chine
- États-Unis
- France
- Hong Kong
- Japon
- Luxembourg
- Pays-Bas
- Pays nordiques
- Royaume-Uni
- Singapour

*Source ASCV 2023, les chiffres indiqués sont provisoires.

Foires internationales

La visibilité des vins suisses lors des foires internationales contribue à la notoriété de la marque, mais plus particulièrement des vins suisses auprès du marché international. Lors des foires internationales, l'engagement de SWP permet de faire découvrir les crus helvétiques aux professionnels et d'augmenter le potentiel de conversion (vente) des domaines présents sur le stand Swiss Wine.

INTERNATIONAL GRÜNE WOCHE (IGW)

La International Grüne Woche à Berlin, s'est tenu du 20 au 29 janvier, est le plus grand salon international de l'alimentation, de l'agriculture et de l'horticulture. Cet évènement annuel réunit des exposants du monde entier venant présenter une large gamme de produits alimentaires, de boissons et d'innovations agricoles. Il offre également une plateforme pour les discussions sur les défis actuels et les tendances du secteur agro-alimentaire.

RÉSULTATS

11



Domaines
viticoles
présents

11



Vins suisses
disponibles à
la dégustation

NOMBRE DE VISITEURS

275'000



©AMS

WINE PARIS & VINEXPO À PARIS

Du 13 au 15 février, pour cette première participation à Wine Paris & Vinexpo, SWP était accompagnée de sept domaines viticoles et de l'association pour la promotion du Chasselas, pour y présenter plus de 50 crus helvétiques provenant de plusieurs régions viticoles :

- Cavedes Amandiers
- Domaine Jean-René Germanier SA
- Domaines Rouvinez
- Albert Mathier et Fils SA
- Cave de la Côte
- Vini & Distillati Angelo Delea SA
- Caves du Château d'Auvernier

En parallèle de la foire internationale, deux événements ont été organisés avec la collaboration de l'Ambassade de Suisse en France et de Suisse Tourisme, pour faire découvrir la diversité du terroir helvétique.

RÉSULTATS

50



Vins suisses disponibles à la dégustation

Domaines viticoles présents

13



NOMBRE DE VISITEURS

40'000



Stand Swiss Wine à la foire Wine Paris & Vinexpo à Paris
© Swiss Wine Promotion

PROWEIN

Le salon international du vin et des spiritueux, à Düsseldorf en Allemagne, a fait son retour du 19 au 21 mars. Durant la foire, quinze vigneronns et vigneronnes étaient présents :

- Albert Mathier & Söhne
- Castello di Cantone
- Caves du Château d'Auvernier
- Cottinelli Weinbau Malans
- Domaine Jean-René Germanier
- Famille Rouvinez
- Grillette Domaine de Cressier
- La Cave de la Côte
- Rötiberg-Kellerei
- St. Jodern Kellerei
- Tamborini Carlo
- Vini & Distillati Angelo Delea
- Vinigma
- Weingut Lindenhof
- Wine by Jet

De plus, sept masterclasses ont été tenues sur les thèmes suivants : les vins suisses, le Chasselas, le Non-Filtré, et les vins tessinois. Ces ateliers étaient animés par Yvonne Heistermann, sommelière et Ambassadrice du Chasselas, ainsi que par Jonas Ettlin, et Claudio Tamborini. Ces séminaires se sont tenus sur le stand de SWP et sur celui de notre partenaire Meininger Verlag. Ces ateliers ont rencontré un franc succès avec plus de 150 participants.

En parallèle ProWein Goes City, événements destinés aux épcuriens et connaisseurs, s'est tenu du 16 au 21 mars au centre-ville de Düsseldorf. Le jeudi 16 mars, à l'Hôtel Kö 59, en partenariat avec Suisse Tourisme, SWP a fait voyager les participants à travers un tour de Suisse œnotouristique. La masterclass présentée par Swiss Wine Promotion a rapidement affiché complet avec plus de 50 participants.

RÉSULTATS

60



Vins suisses disponibles à la dégustation

Domaines viticoles présents

15



NOMBRE DE VISITEURS

49'000



Stand Swiss Wine à la foire ProWein à Düsseldorf
© Swiss Wine Promotion

Autres activités internationales

MATTER OF TASTE

Le Matter of Taste à Zurich est un évènement organisé par la revue internationale Robert Parker Wine Advocate. La manifestation s'est tenue du 11 au 12 mars. Matter of Taste offre une occasion unique de déguster une sélection exclusive de vins de qualité exceptionnelle, accompagnée de rencontres avec des experts et de séminaires enrichissants. Cet évènement prestigieux a mis en lumière les dernières tendances du monde du vin et a permis aux participants d'explorer de nouvelles saveurs et découvertes œnologiques. En 2023, 29 domaines viticoles étaient présents.

Allemagne

AGENCE FF.K




Sur le marché allemand, SWP collabore avec l'agence, FF.K. Avec le soutien de cette dernière, une masterclass ainsi qu'une dégustation ont été organisées à l'Ambassade de Suisse à Berlin, le 21 septembre. Lors de cet évènement, 10 professionnels et 20 sommeliers, importateurs et gastronomes ont été invités à la dégustation.

En octobre, lors d'un voyage de presse, sept journalistes et blogueurs, sur le thème du vin, ont été conviés à la rencontre annuelle du réseau Great Wine Capitals. Le groupe était accompagné de Yvonne Heistermann, sommelière et ambassadrice du chasselas, pour partir à la découverte du vignoble suisse.

MEININGER VERLAG

En 2023, SWP a collaboré avec la maison d'édition allemande Meininger Verlag sur deux reportages. Le premier « Schweizer Spitzen » a été publié dans le magazine Weinwirtschaft et Sommeliers Magazin.

Le second article a été publié dans le magazine Weinwelt et a fait l'objet d'un dossier de huit pages. Le premier volet était consacré au thème « Leidenschaft & Herzblut » et le second sur une dégustation commentée de 40 crus helvétiques.

WEINWIRTSCHAFT	SOMMELIERS MAGAZIN	WEINWELT
 TIRAGE 7'000	 TIRAGE 4'000	 TIRAGE 28'000
Diffusion : 39'000 exemplaires		

Belgique

BRUXELLES

En collaboration avec l'agence VinoPres, une dégustation pour les importateurs belges a été organisée le 18 septembre. Il y avait 15 importateurs et 18 domaines présents afin de préparer les Swiss Wine Week Belgique prévues en février 2024.



Dégustation en Belgique
©VinoPres

Danemark

VOYAGE DÉCOUVERTE POUR DES SOMMELIERS ET LA PRESSE DANOISE

Du 5 au 7 mars, avec la collaboration de l'Ambassade de Suisse au Danemark, un groupe de sommeliers et journalistes danois ont découvert les vins suisses en compagnie de l'ambassadrice Swiss Wine Chandra Kurt. Durant trois jours, ils ont parcouru la Suisse romande et la Suisse alémanique à la découverte du Château Châtagneréaz, de Florian Ramu, du Domaine Henri Cruchon, de la St. Jodern Kellerei, du Domaine Jean-René Germanier et de Tom Litwan. Ces domaines ont été sélectionnés pour leur présence sur le marché danois ainsi qu'à la dégustation à l'Ambassade en 2022.



Voyage découverte pour des sommeliers et journalistes danois
© Swiss Wine Promotion

France

CITÉ DES VINS DE BORDEAUX

La Cité du Vin, portée par la Fondation pour la culture et les civilisations du vin, propose un large assortiment de vins du monde. En 2023, SWP a renouvelé les vins présentés au musée. Pour 2023/2024, il y a 55 références.

De plus, en septembre, il y a eu une conférence sur « le vignoble en terrasses de Lavaux, un patrimoine mondial » présentée par Vincent Bailly, directeur de Lavaux Patrimoine mondial, et par Fabio Bonguliemi, Président de la communauté de la vigne et des vins de Lavaux.



Conférence sur « le vignoble en terrasses de Lavaux, un patrimoine mondial »
©Cité des vins de Bordeaux

DÉGUSTATION ET MASTERCLASS À L'AMBASSADE DE SUISSE EN FRANCE

Le mercredi 15 février, Monsieur l'Ambassadeur Roberto Balzarotti, a accueilli dans sa résidence une masterclass menée par Paolo Basso, Meilleur Sommelier du Monde 2013, ainsi qu'une dégustation de plus de 35 références, comprenant des vieux millésimes de Chasselas. Quatre domaines viticoles (Schwarzenbach Weinbau, Domaine les Perrières, Domaine Grand 'Cour et Paolo Basso Wine) ont rejoint les entreprises présentes sur le Salon Wine Paris-Vinexpo pour cet évènement.



Masterclass et dégustation à l'Ambassade de Suisse en France
©Swiss Wine Promotion

DÉGUSTATION PUBLIQUE AU PERCHOIR

Le lundi 13 février, SWP et Suisse Tourisme ont présenté la Suisse lors d'un évènement « afterwork » au restaurant Le Perchoir Porte de Versailles. Le thème de la soirée : la Suisse éveille vos sens. Lors de cet évènement, plus de 130 personnes ont découvert le pays de Heidi entre tourisme, gastronomie et vin.



Dégustation ouverte au publique au restaurant Le Perchoir à Paris
© Swiss Wine Promotion

ÉVÈNEMENT « TOUT L'OUTDOOR EST AU VIEUX CAMPEUR »

Du 7 au 10 juin, un village suisse a pris ses quartiers en plein cœur de Paris pour accueillir les amoureux des activités extérieures. SWP a eu l'opportunité d'avoir un chalet mettant en avant le vignoble suisse et de proposer des dégustations. Cet évènement a accueilli plus de 6'500 visiteurs.



Évènement « Tout l'outdoor est au Vieux Campeur » au cœur de Paris
©Suisse Tourisme

Royaume-Uni

LONDRES

Le projet Albion, piloté par Jean-François Genoud et Simon Hardy, a pour objectif de faire connaître les vins suisses au Royaume-Uni. En 2023, de nombreux évènements de dégustation, de promotion et de relation publique ont été organisés.

EVÈNEMENT	MAILING	PARTICIPANTS
WSET explore the wines of Switzerland	2'000	24
Sampler - Alpine Wine & Cheese	3'000	18
A swiss paradise of Valais Wine explorers	4'000	32
Atheneum - a journey of Swiss food and wines	2'000	80
WSET explore the wines of Switzerland	2'000	24
Sampler - Discover Swiss Wines	3'000	18
Hedonism - Swiss Wine tasting	3'000	24
67 Pall Mall - Swiss Wine Vaud film and tasting	4'000	35
Personnes touchées par e-mail : 23'000		
Participants aux évènements : 255		

États-Unis

SWISS WINE WEEK – NEW YORK CITY

Les vins suisses se sont invités à New York, pour la deuxième année consécutive, du 5 au 11 juin. Dans le cadre de la collaboration entre SWP et Suisse Tourisme, une vidéo promotionnelle a été diffusée sur l'émblématique place de Times Square avec le slogan: « Nous avons besoin de plus de diversité, nous avons besoin de la Suisse ». Cet affichage a touché plus de 480'000 personnes par jour, soit 3'360'000 personnes en une semaine.

Lors des divers événements les participants ont pu déguster des vins des domaines suivants :

- Cave Caloz
- Jean-René Germanier
- Maison Gillard
- Cave du Paradis, Olivier Rothen
- Domaine Chaudet
- Henri Badoux
- Domaine La Colombe
- Terre de Lavaux
- J. & P. Testuz
- Weingut Donatsch
- Weingut Fromm
- Château d'Auvernier
- Castello di Cantone

Dégustation au Lavaux Wine Bar

Dans le cadre du partenariat avec Suisse Tourisme, une dégustation ouverte au public s'est tenue au Lavaux Wine Bar. L'évènement a rencontré un franc succès avec plus de 160 participants.



Dégustation ouverte au publique au Lavaux Wine Bar
©Swiss Wine Promotion

Dégustation World Wine Guys et Kristen Goceljak

Durant cette semaine, une masterclass mené par Mike De Simone et Jeff Jenssen de World Wine Guys a accueilli 15 participants et un atelier mené par SWP ainsi que la sommelière Kristen Goceljak a accueilli 12 professionnels.

Dégustation et dîner au Consulat général de Suisse à New York City

La semaine s'est clôturée par un repas-dégustation au Consulat Général de Suisse à New York à l'invitation du Consul Général Niculin Jäger. La présentation des vins a été faite par Christy Canterbury, Master of Wine (MW).



Dégustation au Consulat général Suisse, de gauche à droite : Niculin Jäger, Consul Général, Christy Canterbury, Master of Wine, et Nicolas Joss, Directeur de Swiss Wine
©Swiss Wine Promotion

Canada

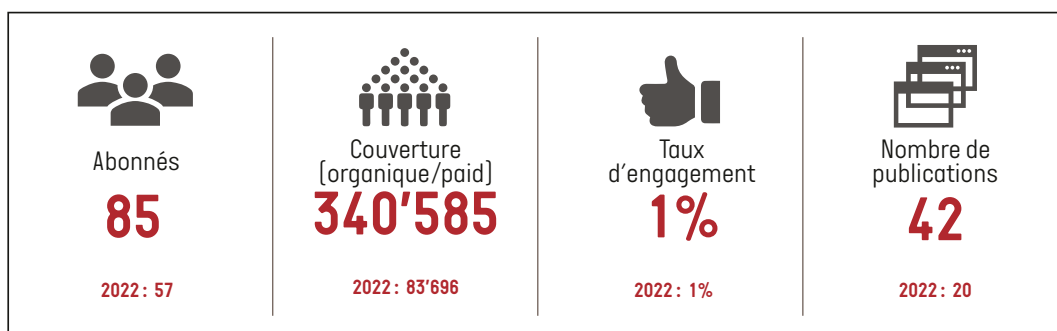
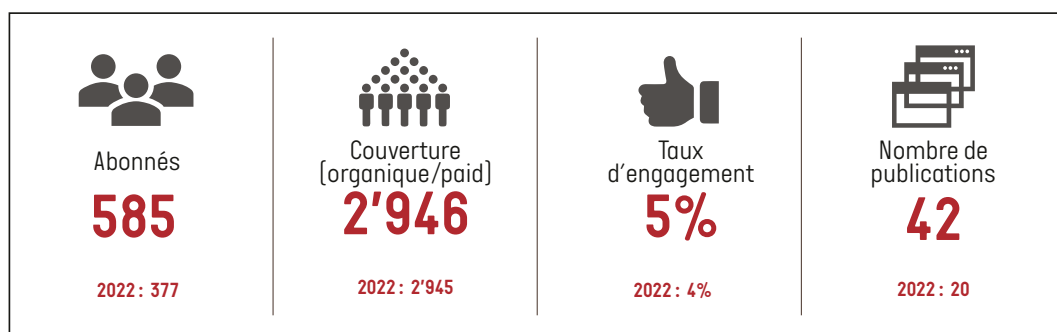
En partenariat avec SwissGrapes, les vins suisses étaient présentés au salon Raspipav (regroupement des agences spécialisées dans la promotion des importations privées des alcools et des vins) à Montréal (3 jours) et Québec (1 jour). En parallèle du salon, une soirée à l'Auberge Saint Gabriel à Montréal a accueilli plus de 80 clients pour une dégustation exclusive.

Asie

CHINE

Depuis 2021, SWP a mandaté Swiss Centers China (SCC) pour développer la présence des vins suisses en Chine. L'objectif commun est de promouvoir les vins suisses sur le dynamique marché chinois. En 2023, SWP continue d'étendre sa présence en Chine, en collaboration avec les Swiss Centers, à travers les réseaux sociaux, mais également lors d'évènements.

Les réseaux sociaux se développent. En plus des contenus textuels, SWP publie également des vidéos sous-titrées en chinois et des photos de paysages qui inspirent les consommateurs.



SHANGHAI CIIE 2023

Pour la 3^e année consécutive, SWP était présente sur le stand des Swiss Centers lors de la China International Import Expo (CIIE) du 5 au 10 novembre à Shanghai. Le stand global présentait des biens de consommation de haute qualité, des produits alimentaires et agricoles ainsi qu'une sélection de vins suisses par la présence de plusieurs importateurs.

Lors de cette édition, SCC a accueilli l'Ambassadeur Jürg Burri et le Consul Sacha Bachmann. De plus, Nicolas Musy, co-fondateur et membre du conseil d'administration de SCC, a remis le titre d'ambassadeur des vins suisses à Zhao Wang et Wanyi Li, personnalités influentes dans le secteur du vin en Chine.



CIIE et remise des titres
©Swiss Center China

SINGAPOUR

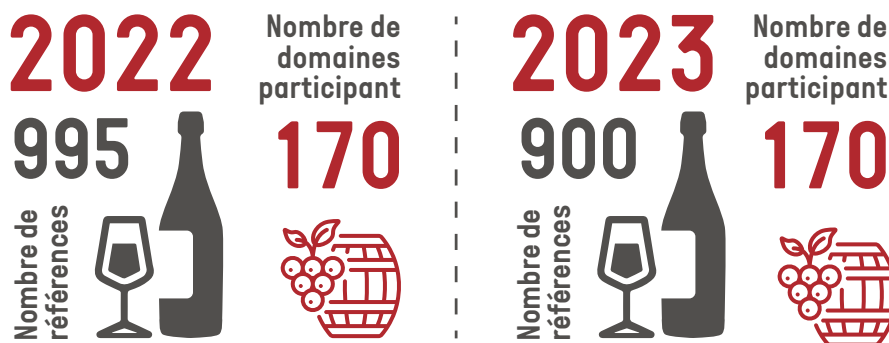
En novembre, avec la collaboration de l'Ambassade de Suisse et différents partenaires, Swiss Wine a organisé pour la première fois, une masterclass et une dégustation au Swiss Club de Singapour. 21 professionnels (sommeliers, importateurs, presse) ont participé à la masterclass et sept vins au total, provenant de toutes les régions viticoles, ont été présentés. Lors de la dégustation, qui a suivi la masterclass, trois vins de 14 entreprises de toute la Suisse ont été servis. La dégustation a réuni un total de 80 invités.



Évènement au Swiss Club à Singapour
en présence de Monsieur l'Ambassadeur Frank Grütter
©Swiss Wine Promotion

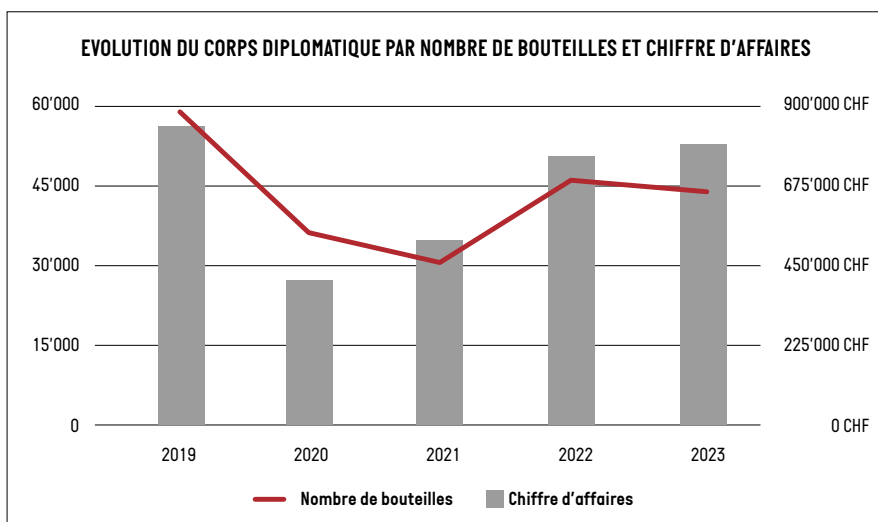
Corps Diplomatique

En 2023, le nombre de bouteilles commandées a diminué légèrement (-2,89%). En revanche, le chiffre d'affaires a augmenté de 4,57% par rapport à l'année précédente. Le listing proposa plus de 900 références issues de 170 domaines.



	Quantité				Valeur	
	2022		2023		2022	2023
	Nbre bts.	%	Nbre bts.	%	CA (prix bte)	CA (prix bte)
BLANCS	21'937	47,65%	19'754	44,33%	321'787	309'575
ROSES	1'080	2,35%	800	1,80%	14'711	11'546
ROUGES	17'249	37,47%	16'876	37,87%	312'216	323'087
MOUSSEUX	4'920	10,69%	6'102	13,69%	82'531	110'527
DOUX	132	0,29%	120	0,27%	2'884	2'440
LIQUEURS SPIRITUEUX	572	1,24%	883	1,98%	22'501	33'839
BIÈRES	144	0,31%	-	-	427	-
Divers/sans alcool	-	-	30	0,07%	-	176
TOTAL	46'034	100,00%	44'565	100,00%	757'058	791'191

Chiffres des ventes de vin annuelles du Corps diplomatique, comparatif entre 2022 et 2023. Source : Swiss Wine, 2023



Source : Swiss Wine, 2023



9

ÉTUDES ET RECHERCHES

RAPPORT OFAG 2023

La consommation totale de vin a baissé en 2023, pour atteindre 235,9 millions de litres. Il s'agit d'une diminution de 1,3 million de litres (-0,5%). Elle se répartit en 85,3 millions de litres de vins blancs et 150,6 millions de litres de vins rouges (rosés inclus). La baisse de consommation est due, en volume, à une diminution dans les vins rouges non compensée par l'augmentation dans les vins blancs.

Sur les tables, la consommation de vins suisses a augmenté contrairement à celle des vins étrangers qui a baissé. En effet, en 2023, 91 millions de litres de vin suisse ont été bus, soit 3,8% de plus que l'année précédente. La consommation de vins étrangers a, quant à elle, diminué de 3,1%, pour atteindre 144,9 millions de litres. Les parts de marché des vins suisses gagnent ainsi 1,6 points pour atteindre 38,6% en 2023.

Grâce à la récolte généreuse de 2023, les stocks de vins suisses au 31 décembre 2023 se raffermissent. Ils atteignent 156 millions de litres (+6,8%) et représentent des volumes confortables dans tous les cantons tant pour les vins blancs que pour les vins rouges. Les stocks de vins étrangers quant à eux diminuent de -4,9% pour atteindre 52,6 millions de litres.

[Extrait du communiqué de presse de l'OFAG, 18 avril 2024]

RAPPORT OSMV 2023

La part de marché des vins suisses chez Coop, Denner, Manor, Migros, Spar, Volg et Landi est de 28,0% (+0,1% par rapport à 2022). Les ventes de vins suisses parmi ces distributeurs représentent 27,5% de la consommation globale des vins suisses calculée par l'Office fédéral de l'agriculture (OFAG) (tous canaux de distribution confondus).

En 2023, les volumes vendus de vin suisse en grande distribution sont en baisse (-3,1%) et les prix moyens sont en augmentation (+2,4%) par rapport à 2022. En comparaison, les ventes des vins étrangers en grande distribution ont baissé de -3,7% et leurs prix moyens sont restés stables (+0,2%).

Plus en détail, on remarque que les ventes des vins AOC (Appellation d'Origine Contrôlée) suisses (-1,9%) ont moins fortement baissé que les Vins de Pays suisses (-11,4%).

En termes de chiffres d'affaires, les vins suisses en grande distribution, toutes couleurs et catégories confondues, sont stables (-0,7%) par rapport à 2022, tandis que celui des vins étrangers est en baisse (-3,5%). La part de marché des vins suisses en termes de chiffre d'affaires dans la grande distribution était de 34,4% en 2022 et de 35,0% en 2023, soit une augmentation de +0,6%.

[Extrait du communiqué de presse de SWP et de l'OSMV, 18 avril 2024]



10

COMPTES

Bilans comparés aux 31 décembre 2022 et 2021

ACTIF	NOTE	31.12.2023	31.12.2022
CIRCULANT			
Banque		541 236	405 743
Comptes courants partenaires		0	1 131
Débiteurs		1 203 181	376 991
Actifs de régularisation	1.	6 224 371	2 628 392
		7 968 788	3 412 257
IMMOBILISES			
Matériel promotionnel		187 949	151 795
Mobilier & installations		7 146	4 600
		195 095	156 395
TOTAUX DE L'ACTIF		8 163 883	3 568 652
PASSIF	NOTE	31.12.2023	31.12.2022
DETTES A COURT TERME			
Fournisseurs-créanciers		2 519 432	420 906
Banque - comptes courants partenaires		0	1 131
Passifs de régularisation	2.	5 329 499	2 838 200
		7 848 931	3 260 237
CAPITAUX PROPRES			
Capital-actions		200 000	200 000
Réserve issue d'apport en capital		100 000	100 400
Propres parts du capital	3.	(8 700)	(8 600)
Bénéfice reporté		16 615	(12 132)
Résultat de l'exercice		7 037	28 747
		314 952	307 915
TOTAUX DU PASSIF		8 163 883	3 568 152

Comptes de résultat comparés des exercices 2022 et 2021

DESIGNATION	NOTE	2023	2022
PRODUITS			
Subvention de la Confédération		8 503 076	3 030 103
Subvention de la Confédération - mesures urgentes		0	800 000
Réduction de l'impôt préalable - TVA		(422 029)	(245 143)
Organisations de la branche	4.	7 126 823	3 476 647
Autres revenus	5.	439 473	329 611
TOTAL DES PRODUITS		15 647 343	7 391 218
CHARGES			
Projets nationaux - Swiss Wine Promotion			
Oenotourisme - Suisse Tourisme		486 316	230 151
Matériel promotionnel et give aways		458 491	73 816
Swiss Wine Gourmet		176 698	111 475
Partenariat gastronomique		733 375	601 676
Formation e-learning		111 244	33 100
Foires & salons divers		446 985	53 909
Concours internationaux		14 253	19 188
Caves ouvertes		999 177	863 771
Campagne "sans hésiter"		1 991 998	944 229
Campagne "durabilité & local"		923 464	0
Campagne publicitaire nationale	6.	5 957 214	2 224 354
		12 299 215	5 155 669
Projets nationaux - Partenaires			
Vinea		371 402	165 274
Sponsoring events		287 461	12 071
Mondial du Chasselas		241 412	212 627
Wyschiff		250 696	157 846
Mémoire des Vins Suisses		106 778	106 778
SWC Swiss Wine Tasting		219 163	192 201
Jardin des Vins		64 531	63 138
Etudes & recherches (MIS Trend, OMSV, etc.)		249 154	211 165
Swiss Wine Festival		130 183	25 000
		1 920 780	1 146 100
TOTAL PROJETS NATIONAUX		14 219 995	6 301 769

Comptes de résultat comparés des exercices 2022 et 2021 (suite)

DESIGNATION	NOTE	2023	2022
Projets export			
ProWein et autres foires internationales		466 717	215 306
Weinakademie		30 862	25 429
Master of Wine, Master Of Taste		45 019	30 905
Allemagne		151 380	94 671
Marché internationales - Asie, Benelux et Canada		100 390	122 107
Présence Suisse		13 300	15 176
France - Cité des Vins		21 863	0
Export développement (USA - UK - ASEAN)		201 301	58 372
TOTAL PROJETS EXPORT		1 030 832	561 966
Administration			
Salaires & charges sociales	7.	142 452	201 447
Formations		8 495	3 400
Administration		74 376	143 344
Frais logistique		32 951	17 643
Consultation juridique et fiscale		4 600	0
Comptabilité		59 334	38 121
Charges d'assemblées et commissions		24 781	23 264
Charges de conseil d'administration		31 444	63 205
Honoraires organe de révision		10 500	7 500
Charges / (Produits) financiers		268	774
TOTAL ADMINISTRATION		389 201	498 698
Charges extraordinaires		0	0
Impôts		278	38
TOTAL DES CHARGES		15 640 306	7 362 471
BENEFEICE NET		7 037	28 747

Annexes comparées aux comptes annuels

DESIGNATION	31.12.2023	31.12.2022
-------------	------------	------------

Informations sur les principales mises en application dans les comptes annuels

Les principes d'évaluation utilisés dans les présents comptes annuels sont conformes aux exigences du droit comptable suisse.

À défaut d'indications contraires dans leurs libellés, les dettes ne portent pas intérêt.

Indications, ventilation et explication pour certains postes du bilan

1. Actifs de régularisation

Produits à recevoir - solde subvention de la Confédération		
Subventions régulières	1 897 862	770 450
Produits à recevoir - solde subvention de la Confédération		
Mesures urgentes	0	200 000
Produits à recevoir - fonds propres des partenaires et régions	4 029 037	1 393 335
Autres produits à recevoir	63 558	144 385
Charges payées d'avance	233 914	120 222
	<u>6 224 371</u>	<u>2 628 392</u>

2. Passifs de régularisation

Charges à payer - factures à recevoir des partenaires et régions	4 654 761	2 386 670
Charges à payer	674 738	451 530
	<u>5 329 499</u>	<u>2 838 200</u>

3. Propres parts du capital

	Nombre	Valeur	Valeur	Nombre
Propres parts du capital au début de l'exercice	87	8 700	87	8 700
Souscription de propres parts de capital durant l'exercice	0	0	0	0
Part du capital non entièrement libéré	0	0	0	0
Aliénation de propres parts du capital	0	0	0	0
Propres parts du capital à la fin de l'exercice	<u>87</u>	<u>8 700</u>	<u>87</u>	<u>8 700</u>

Annexes comparées aux comptes annuels (suite)

DESIGNATION	2023	2022
Indications, ventilations et explications pour certains postes du compte de résultat		
<u>4. Produits provenant des organisations de la branche</u>		
Interprofession de la Vigne et du Vin (IVVS)	1 251 565	1 007 475
Partenaires et Régions - fonds propres projets nationaux	5 875 258	2 469 172
	<u>7 126 823</u>	<u>3 476 647</u>
<u>5. Autres revenus</u>		
Frais d'administration refacturés aux régions partenaires	100 428	101 000
Commissions d'agence projets partenaires	89 761	54 109
Prestations de services	225 957	154 000
Ventes shop	17 031	18 810
Escomptes et produits divers	6 296	1 692
	<u>439 473</u>	<u>329 611</u>
<u>6. Campagne de publicité nationale</u>		
Presse & Grande distribution	3 366 708	1 335 723
Au Coeur des Vendanges	306 357	228 165
Swiss Wine Summer / Winter + Aperó + Events	1 317 327	328 901
E-communication & Social Media	386 283	190 270
Relations publiques	122 834	0
Relations publiques - Ambassadeurs	72 250	69 730
Great Wine Capital Lausanne + AGM 2023	385 455	71 565
	<u>5 957 214</u>	<u>2 224 354</u>
<u>7. Salaires & charges extraordinaires</u>		
Total des charges de salaires et charges sociales	752 941	591 247
Total des salaires réaffectés aux projets	(578 550)	(357 000)
Total des salaires et charges sociales réaffectés aux charges de conseil d'administration	(31 444)	(32 800)
Total des salaires & charges sociales non-affectées	<u>142 947</u>	<u>201 447</u>
<u>8. Dissolution nette significative de réserves latentes</u>		
	<u>0</u>	<u>0</u>
<u>9. Nombre de collaborateurs</u>		
Nombre de personnes employées en moyenne équivalent temps plein	8,0	6,0
<u>10. Événements postérieurs à la date du bilan</u>		
La société a demandé un prêt Covid de CHF 500'000 qui lui a été octroyé sous la forme d'une limite de crédit auprès de l'UBS SA. Cette ligne de crédit n'a jamais été utilisée depuis.		
<u>11. Autre information prescrite par la loi</u>		
	Néant	Néant



11

RAPPORT DE L'ORGANE DE RÉVISION

Rapport de l'organe de révision sur le contrôle restreint à l'Assemblée générale de SWP SA

BfB Fidam révision SA
Avenue des Baumettes 23
Case postale 183
CH-1020 Renens VD 1

Téléphone +41 (0)21 641 46 46
Téléfax +41 (0)21 641 46 40
E-mail : contact@bfbvd.ch

Rapport de l'organe de révision sur le contrôle restreint
à l'assemblée générale de
Swiss Wine Promotion AG
Berne

BfB

En notre qualité d'organe de révision, nous avons contrôlé les comptes annuels (bilan, compte de résultat et annexe) de Swiss Wine Promotion AG pour l'exercice arrêté au 31 décembre 2023.

La responsabilité de l'établissement des comptes annuels incombe au conseil d'administration alors que notre mission consiste à contrôler ces comptes. Nous attestons que nous remplissons les exigences légales d'agrément et d'indépendance.

Notre contrôle a été effectué selon la Norme suisse relative au contrôle restreint. Cette norme requiert de planifier et de réaliser le contrôle de manière telle que des anomalies significatives dans les comptes annuels puissent être constatées. Un contrôle restreint englobe principalement des auditions, des opérations de contrôle analytiques ainsi que des vérifications détaillées appropriées des documents disponibles dans l'entreprise contrôlée. En revanche, des vérifications des flux d'exploitation et du système de contrôle interne ainsi que des auditions et d'autres opérations de contrôle destinées à détecter des fraudes ou d'autres violations de la loi ne font pas partie de ce contrôle.

Lors de notre contrôle, nous n'avons pas rencontré d'élément nous permettant de conclure que les comptes annuels, ainsi que la proposition concernant l'emploi du bénéfice au bilan ne sont pas conformes à la loi suisse et aux statuts.

Renens, le 24 mai 2024

BfB Fidam révision SA


Guy Chervet
Expert-réviseur agréé
Réviseur responsable


Hakan Savci
Expert-réviseur agréé

12

PROPOSITION AUX ACTIONNAIRES



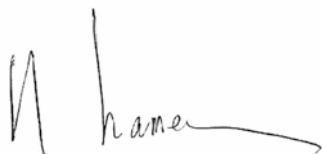
PROPOSITION AUX ACTIONNAIRES

Nous proposons à Mesdames et Messieurs les actionnaires l'adoption des trois résolutions suivantes :

- 1 L'assemblée générale des actionnaires approuve les comptes et le bilan de l'exercice 2023 ;
- 2 Elle approuve la gestion et donne décharge au Conseil d'administration et à la Direction ;
- 3 Elle approuve la proposition du Conseil d'administration concernant l'emploi du résultat (en CHF)

	2023	2022
A la disposition de l'assemblée générale		
Résultat reporté	16 615	-12 132
Bénéfice de l'exercice	7 037	28 747
Total	23 652	16 615
Proposition du conseil d'administration		
Résultat résultant du bilan	23 652	16 615
./. Affectation à la réserve légale issue du bénéfice	352	-
./. Distribution d'un dividende	-	-
	23 300	16 615
Report à compte nouveau		

Berne, le 14 mai 2024
Swiss Wine Promotion SA



Robert Cramer, Président



Nicolas Joss, Directeur



13

IMPRESSUM

Impressum

Adresse

Swiss Wine Promotion SA
Belpstrasse 26
3007 Berne

info@swisswine.ch

Tél. +41 (0)31 398 52 20

www.swisswine.ch

Rédaction:

Swiss Wine Promotion SA, Berne

Traduction:

Swiss Translate,
Rue du Jeu-de-l'Arc 15, 1207 Genève

Photos pages de titre:

@Swiss Wine Promotion

Graphisme:

Agence PAF design & communication Sàrl,
Route du Village 12, 1070 Puidoux

Impression:

Copy Press Sàrl,
Rue du Verney 12, 1070 Puidoux

Papier recyclé et FSC

imprimé en

suisse



Partenaires principaux



