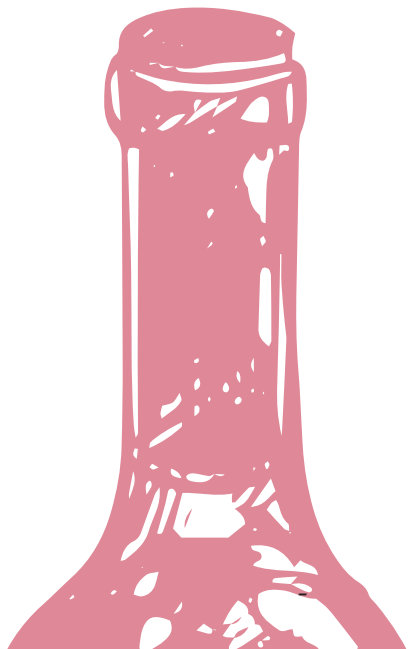




SWISS WINE

RAPPORT D'ACTIVITÉ 2024

Suisse. Naturellement.



75 MILLIONS* DE LITRES DE VIN

Production totale de vin suisse

14'485* HECTARES

de surface viticole

CHIFFRES-CLÉS EN UN COUP D'ŒIL 2024

424'831 LITRES
DE VIN SUISSE EXPORTÉ

15.22 CHF/litre en moyenne



PLUS DE 220 MILLIONS
DE PERSONNES TOUCHÉES

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

10 COLLABORATEURS

18 MILLIONS CHF

Engagement financier global

* Communiqué de presse « Vendange 2024 – deuxième plus faible récolte des 50 dernières années », OFAG, 20 février 2025

SOMMAIRE

Chiffres clés 2024 en un coup d'œil	02
1. Éditorial	04
2. Entreprise	06
Organisation	07
Stratégie 2022-2025	09
3. Focus de l'année 2024	12
4. Notoriété	14
Communication	15
Formation	21
Concours nationaux	23
Concours internationaux	25
5. Durabilité	26
Étude sur la durabilité du secteur vitivinicole en Suisse	27
6. Expériences	31
Caves ouvertes	32
Au cœur des vendanges	33
Suisse Tourisme	36
Great Wine Capitals	37
Best Of Wine Tourism	38
Évènements partenaires	39
7. Gastronomie	40
Swiss Wine Gourmet	41
Partenaires	44
8. Distribution	46
Grande distribution	47
Revendeurs	48
9. Export	50
Évolution des exportations	51
Foire internationale	53
Activités internationales	55
Allemagne	55
Benelux	55
France	56
Italie	58
Royaume-Uni	59
États-Unis	60
Canada	60
Asie	61
Corps diplomatique	63
10. Etudes et recherches	64
Rapport OSMV 2024	65
11. Impressum	66

A close-up photograph of a woman with dark, wavy hair, smiling warmly. She is wearing a light-colored, vertically striped button-down shirt and small gold hoop earrings. She holds a glass of rosé wine. In the foreground, another hand holds a similar glass of rosé wine, slightly out of focus. The background is a blurred outdoor setting with green foliage and a light-colored wall.

1

ÉDITORIAL



Robert Cramer, Président SWP

DES BASES DE TRAVAIL DURABLES

L'année 2024 a été rude pour la viticulture suisse. Les aléas climatiques ont durement frappé un grand nombre de vigneronnes et de vignerons. Il en est résulté une petite récolte, heureusement de qualité.

Notre engagement en matière de promotion n'en est que plus indispensable pour mettre en valeur cette production.

Cet engagement passe par des ressources financières suffisantes et pérennes. À cet égard, 2024 a vu la reconnaissance de notre activité par une garantie de financement de la promotion des vins s'inscrivant dans la durée. Encore merci aux élues et aux élus qui nous ont soutenu et merci à toute l'équipe de SWP et à nos partenaires.

Il faut ajouter que cette contribution fédérale implique de faire la promotion de la durabilité de nos vins. Cette exigence est bienvenue. Nous l'avons anticipée par des études dont on peut découvrir les résultats dans le présent rapport.

Bonne lecture !



A person wearing a red t-shirt, a straw hat with a red band, and a white apron is seen from behind, pouring green grapes from a green bucket into a large wooden bowl. The scene is set in a vineyard with green leaves and clusters of grapes. The number '2' is displayed in a red circle over the person's hat.

2

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 cinq piliers de promotion que sont : la communication, la gastronomie, les grands événements, 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

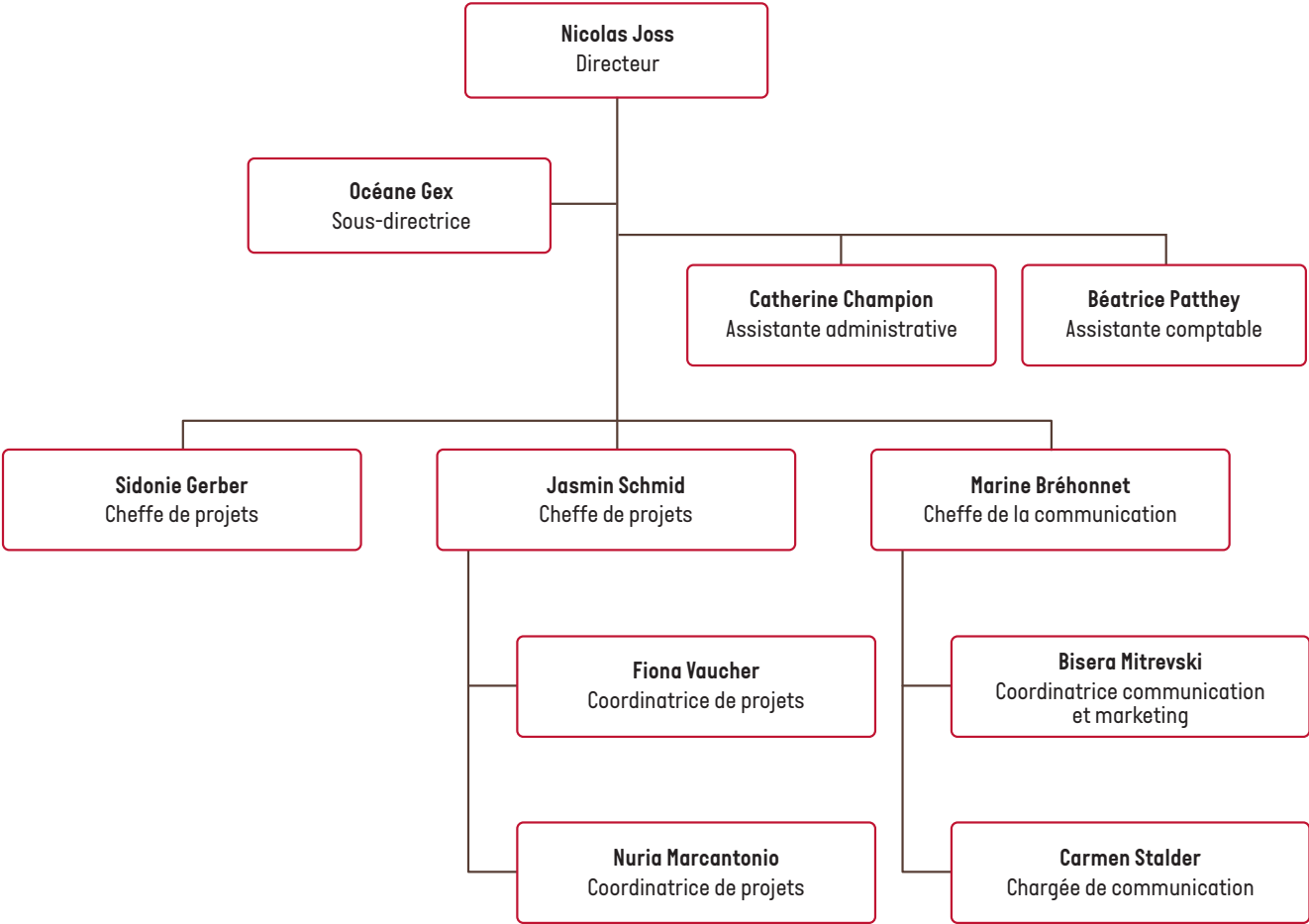
Gérard-Philippe Mabillard	IVV (Valais)
Benjamin Gehrig	OVV (Vaud)
Jürg Bachofner	BDW (Suisse alémanique)
Denis Beausoleil	OPAGE (Genève)
Andrea Conconi	Ticinowine (Tessin) (sortant le 30 septembre 2024)
Maria Grazia Carbone	Ticinowine (Tessin) (entrée le 1 ^{er} octobre 2024)
Mireille Bühler	NVT (Neuchâtel)

MEMBRES DE LA COMMISSION MARCHÉ

Evelyn Boedts	Divino-Rutihauser SA, Winthertur ZH
David Delea	Angelo Delea SA, Losone TI
Henry Grosjean	Château d'Auvernier, Auvernier NE
Cédric Guillod	Délégué VignobleSuisse, Cave Guillod, Praz FR
David Héritier	Les Celliers de Sion, Sion VS
Julien Hoeflige	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	Sous-directrice (nommée le 1 ^{er} février 2024)
Jasmin Schmid	Cheffe de p ojets
Sidonie Gerber	Cheffe de p ojets (nommée le 1 ^{er} janvier 2024)
Marine Bréhonnet	Cheffe de la ommunication
Carmen Stalder	Chargée de communication (entrée le 1 ^{er} mars 2024)
Bisera Mitrevski	Coordinatrice marketing et communication
Fiona Vaucher	Coordinatrice de projets
Nuria Marcantonio	Coordinatrice de projets (entrée le 1 ^{er} février 2024)
Catherine Champion	Assistante administrative
Béatrice Patthey	Assistante comptable (entrée le 15 septembre 2024)



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 2024, l'année viticole a été fortement impactée par des conditions climatiques difficiles. La production n'atteint que 75 millions de litres, ce qui représente la deuxième plus faible récolte des 50 dernières années. La Suisse romande enregistre une chute de -23,8%, la Suisse alémanique -36,9% et la Suisse italienne -15,6% par rapport à 2023.

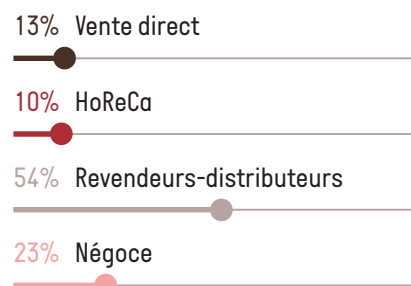
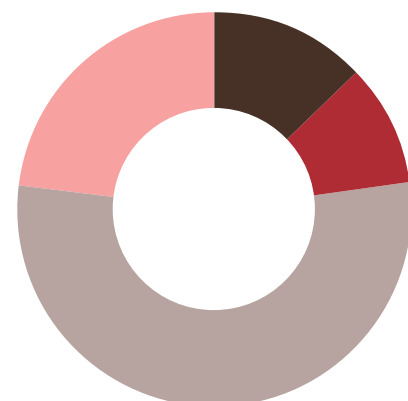
D'un point de vue de la consommation, selon le rapport « année viticole 2023 » établi par l'OFAG, la consommation de vin a atteint 235,9 millions, dont 91 millions de litres de vin suisse. La consommation de vin, tous canaux confondus, a augmenté de 3,8% pour les vins suisses et a reculé de 3,1% pour les vins étrangers par rapport à 2022. La part de marché des vins suisses a progressé de 37% en 2022 à 38,6% en 2023 (+1,6%).

Dans le domaine de la grande distribution, en 2024, les ventes de vin [suisse et étrangers] enregistrent une baisse de volume de 3,9 %, tandis que les prix restent globalement stables [-0,5%]. Les ventes de vin suisse ont diminué de 5,4%. En revanche, les prix des crus helvétiques sont en légère hausse [+0,9%], tandis que ceux des vins étrangers affichent une légère baisse [-1,0%].

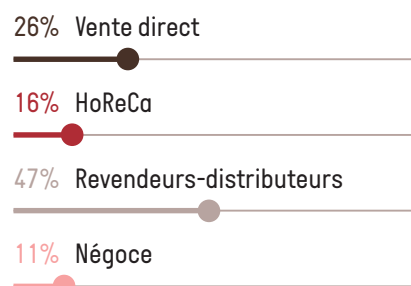
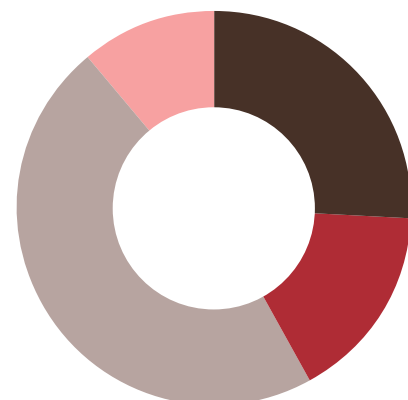
En grande distribution, les vins rouges et rosés suisses enregistrent une baisse de volume plus marquée [-10%] que les vins blancs [-1,9%] par rapport à 2023. À l'inverse, les prix restent stables [+0,2% pour les blancs AOC] voire en hausse [+2% pour les rosés AOC].

La part des vins suisses vendus en grande distribution représente 24,9% du total.

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



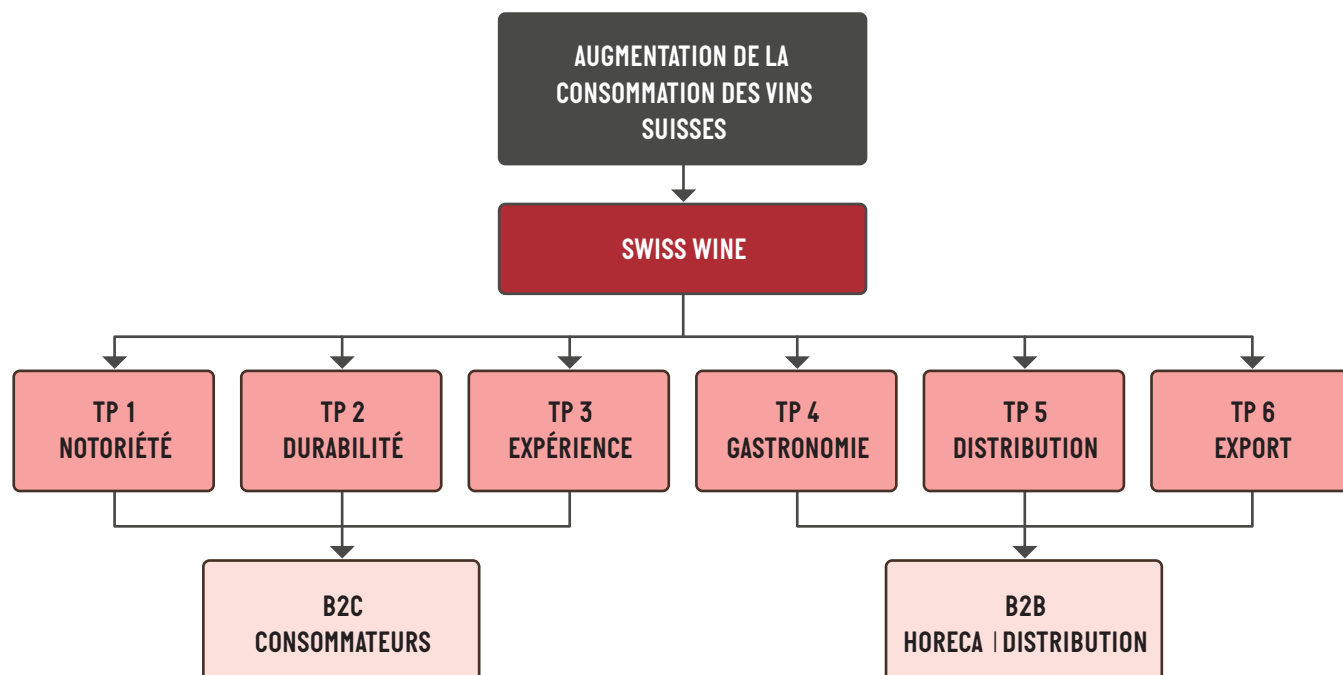
CANAUX DE DISTRIBUTION
DES VINS SUISSES (AOC & VDP)
EN VALEUR EN 2022



Source: OSMV 2022

Objectifs d'efficacit

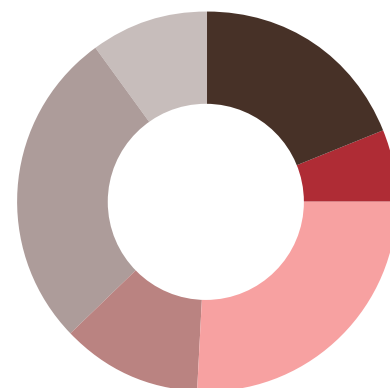
Swiss Wine Promotion (SWP) vise à renforcer la présence et la notoriété des vins suisses pour inciter une préférence spontanée des consommateurs. L'objectif principal est d'augmenter la part de marché des vins suisses à 40%. Pour y parvenir, SWP déploie une stratégie structurée autour de six axes :



- **Notoriété** : Développer la reconnaissance de la marque Swiss Wine auprès des consommateurs et des professionnels (gastronomie, distribution) via des campagnes de communication ciblées, des collaborations avec des ambassadeurs et une présence active dans les concours nationaux et internationaux.
- **Durabilité** : Promouvoir les vins suisses comme un choix responsable, en mettant en avant leurs dimensions écologiques, économiques et sociales. Une campagne nationale a souligné la régionalité, l'engagement des producteurs et leur savoir-faire.
- **Expérience** : Offrir des opportunités de découverte immersive des vins suisses à travers des événements, des rencontres avec les producteurs et des expériences mémorables favorisant un choix spontané pour les vins locaux.
- **Gastronomie** : Valoriser les vins suisses dans les restaurants grâce au label Swiss Wine Gourmet et à des actions ciblées, notamment en été, tout en développant des partenariats avec des acteurs du secteur.
- **Distribution** : Consolider les relations avec les distributeurs et revendeurs pour maintenir et accroître la présence des vins suisses sur le marché.
- **Exportation** : Accroître la notoriété des vins suisses à l'international en ciblant les professionnels et les consommateurs avertis, tout en mettant en avant la qualité et la diversité du terroir helvétique.

Grâce à cette approche globale, SWP poursuit son engagement à renforcer la visibilité et l'attrait des vins suisses sur tous les fronts, en Suisse comme à l'étranger.

RÉPARTITION DES MOYENS FINANCIERS PAR SOUS-PROJETS EN 2024



19% Notoriété



6% Durabilité



26% Expérience



12% Gastronomie



27% Distribution



10% Export



An aerial photograph of a vineyard, showing rows of grapevines in various shades of green and brown, separated by dirt paths. The perspective is from directly above, looking down on the terrain.

3

FOCUS DE L'ANNÉE 2024



Nicolas Joss, Directeur SWP

UNE ANNÉE DE CONSOLIDATION ET DE DÉVELOPPEMENT STRATÉGIQUE POUR SWISS WINE

En 2024, Swiss Wine Promotion (SWP) a intensifié ses actions pour renforcer la notoriété et la valorisation des vins suisses autour de cinq piliers stratégiques essentiels.

SWP a déployé des campagnes nationales percutantes mettant en avant l'authenticité et l'excellence du savoir-faire vitivinicole suisse. Une collaboration active avec des ambassadeurs et, pour la première fois, des influenceurs, a permis d'amplifier le rayonnement des vins suisses auprès des consommateurs et des professionnels, tant sur les médias traditionnels que digitaux.

La durabilité a été particulièrement mise en avant avec la diffusion d'une campagne nationale axée sur l'importance de privilégier les vins suisses, mettant en lumière les aspects écologiques, économiques et sociaux de la production viticole suisse. Par ailleurs, les résultats de l'étude sur la durabilité des vins suisses ont été communiqués en collaboration avec notre agence partenaire, apportant ainsi des données solides pour soutenir les vins suisses dans son positionnement durable.

L'œnotourisme a été particulièrement mis en avant avec l'événement phare « Au Cœur des Vendanges », attirant plus de 650 participants et mobilisant plus de 30 domaines viticoles à travers la Suisse. D'autres partenariats stratégiques tels que Wyschiff, Vinea, Swiss Wine Festival, Swiss Wine Tasting, Lâche-moi la grappe, Divines, Jungwinzer Schweiz, Fondation pour la promotion du Chasselas et le Grand Prix du Vin Suisse ont consolidé cette dynamique, favorisant la découverte des vins suisses à travers des expériences immersives.

La gastronomie, essentielle pour la visibilité des vins suisses, a bénéficié d'une dynamique positive à travers le développement du label Swiss Wine Gourmet et de la campagne estivale Swiss Wine Summer, consolidant ainsi la présence des crus helvétiques dans la restauration. Grâce au soutien de partenaires gastronomiques renommés, l'intégration des vins suisses dans les cartes des restaurants suisses s'est également intensifiée, valorisant davantage l'offre locale auprès des consommatrices et consommateurs.

Sur le volet de l'export, les activités internationales se sont multipliées, avec une extension notable du concept Swiss Wine Week à de nouveaux marchés prioritaires. Cette stratégie dynamique a permis de renforcer la reconnaissance des vins suisses auprès des professionnels et amateurs exigeants à l'étranger, augmentant ainsi les opportunités commerciales pour les vigneronnes et vignerons suisses sur les marchés internationaux.

Ces réalisations confirment l'efficacité de la stratégie mise en place en 2024, qui vise à accroître durablement la présence et l'attractivité des vins suisses auprès des consommatrices et consommateurs en Suisse comme à l'étranger.

A stack of straw hats with red bands reading "of the harvest" and "SWISS WINE", with a white drawstring bag in the background.

4

NOTORIÉTÉ

NOTORIÉTÉ | RÉSUMÉ

Budget: CHF 3'120'000.–

Durée: janvier à décembre

Lieu: Suisse

PERFORMANCE

Communication analogue: _____	14'278'000
Pages vues sur swisswine.com: _____	146'800
Couverture organique Facebook: _____	184'255
Couverture organique Instagram: _____	107'260
Couverture organique TikTok: _____	41'440
Couverture organique LinkedIn: _____	130'625
Taux d'ouverture moyen des newsletters: _____	37%
Campagne d'influence - impressions totales: _____	277'500
Swiss Wine Campus - nouveaux inscrits: _____	5'300
Nombre de références de vins suisses aux concours nationaux: _____	2'019
Nombre de références de vins suisses aux concours internationaux: _____	343

COMMUNICATION

La promotion des vins suisses, en Suisse et à l'international, repose sur une approche multicanale: actions sur le terrain, relations publiques, promotion des ventes et communication digitale.

Pour atteindre ses objectifs, SWP crée des contenus multimédias, collabore avec des ambassadeurs de la marque et les diffuse stratégiquement sur ses différents canaux.

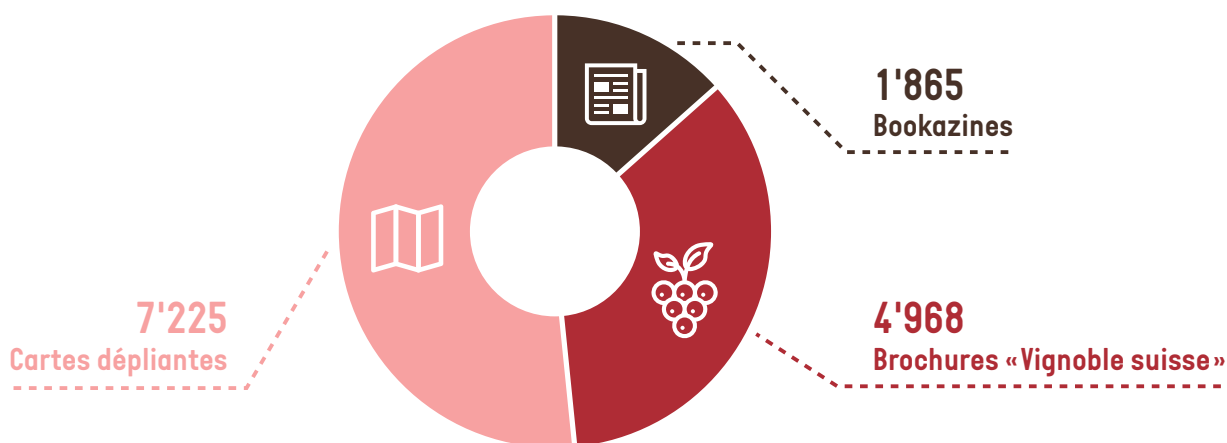
Promotion

SWP développe des outils de promotion pour renforcer la marque Swiss Wine. Supports traditionnels, communication numérique et collaboration avec des ambassadeurs permettent de valoriser son image.

SUPPORT D'INFORMATION ET D'ÉDUCATION

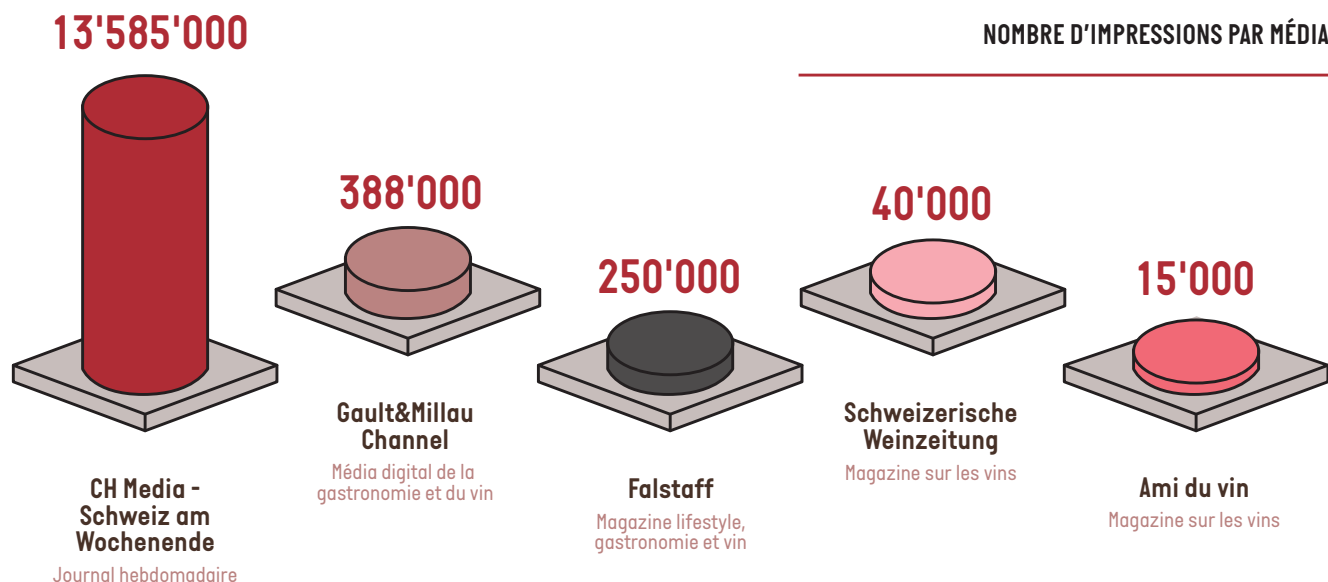
SWP produit et diffuse des contenus informatifs et éducatifs pour promouvoir Swiss Wine. Adaptés aux marchés suisses et internationaux, ces supports sont régulièrement mis à jour et disponibles en version imprimée et numérique.

RÉPARTITION DES SUPPORTS D'INFORMATION



ANNONCES ET PUBLIREPORTAGES

Les publiportages sont privilégiés pour mettre en avant une campagne spécifique avec un message fort à travers les médias analogues 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.



AMBASSADEURS DE MARQUE

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



Chandra Kurt

Journaliste et auteur

Rédaction d'articles et de fiches de dégustations sur les vins suisses auprès des médias helvétiques et internationaux.



Paolo Basso

Meilleur Sommelier du Monde 2013

Masterclass dédiée aux médias français à l'Ambassade de Suisse en France.



Yvonne Heistermann

Sommelière et Ambassadrice du Chasselas

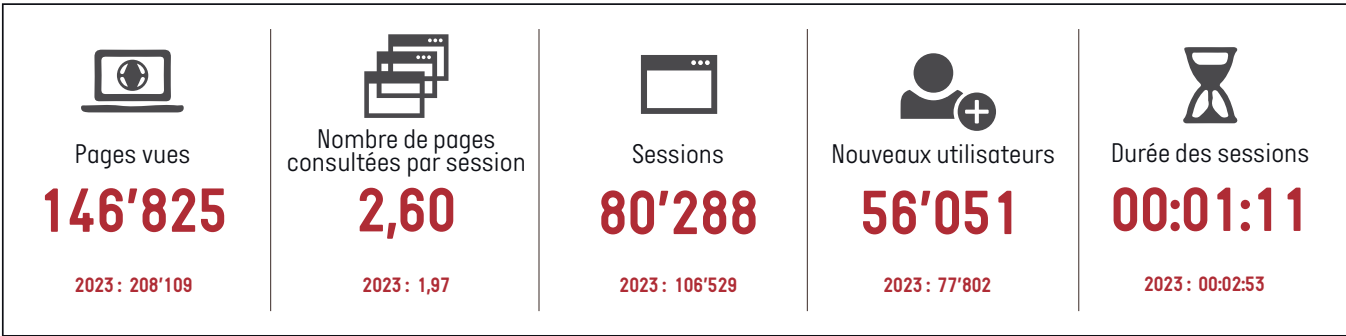
Ateliers de dégustation sur les vins suisses dans les écoles hôtelières et en formation de sommelier : 25 ateliers.

Marketing digital

Le digital est un levier essentiel pour informer et interagir avec les consommateurs. SWP améliore en permanence ses outils numériques et développe des synergies avec ses partenaires.

SITE INTERNET

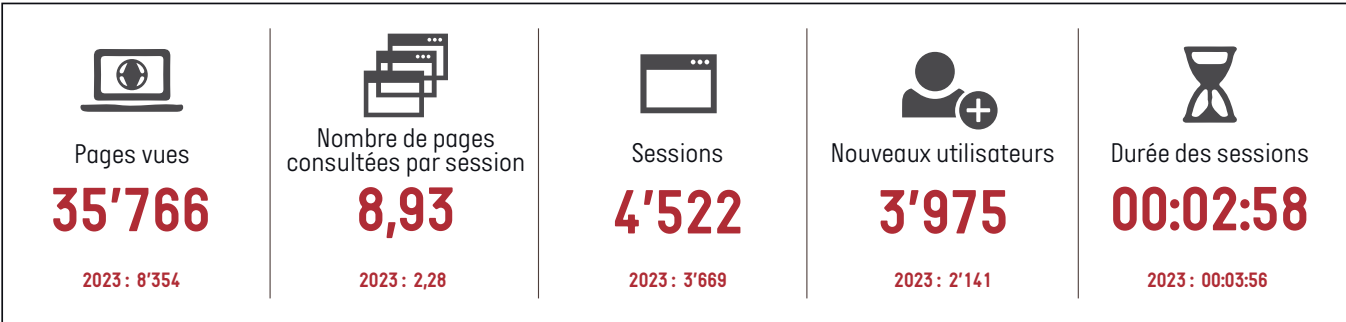
En 2024, une stratégie SEO a été mise en place avec une refonte de la navigation, la mise à jour des pages existantes et la publication régulière de nouveaux articles. Ces optimisations ont permis d'augmenter le trafic organique de 10% qui représente désormais 66% des visites du site. Les efforts doivent être maintenus pour atteindre l'ensemble des objectifs de performance du site internet.



SITE INTERNET PROFESSIONNEL

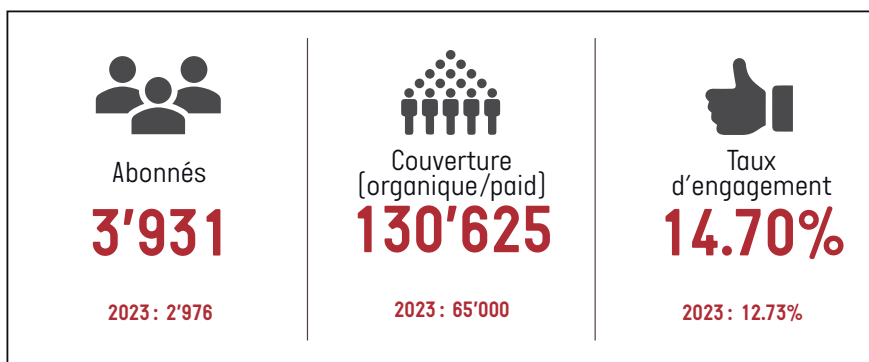
Le site internet www.pro.swisswine.com a été mis en ligne le 1^{er} juillet 2023. Cette plateforme a pour objectif de rassembler toutes les informations destinées à la branche (VignobleSuisse, IVVS, VITISWISS) et les activités SWP auxquelles les domaines viticoles peuvent participer.

Les résultats positifs démontrent la nécessité d'avoir une plateforme dédiée à la branche vitivinicole.



RÉSEAUX SOCIAUX

Depuis deux ans, SWP axe sa stratégie sur le storytelling et la découverte des vins suisses via la gastronomie, l'œnotourisme et la durabilité sur Facebook et Instagram. En parallèle, la présence sur TikTok se développe progressivement pour toucher le grand public, tandis que LinkedIn est renforcé pour les professionnels du secteur.

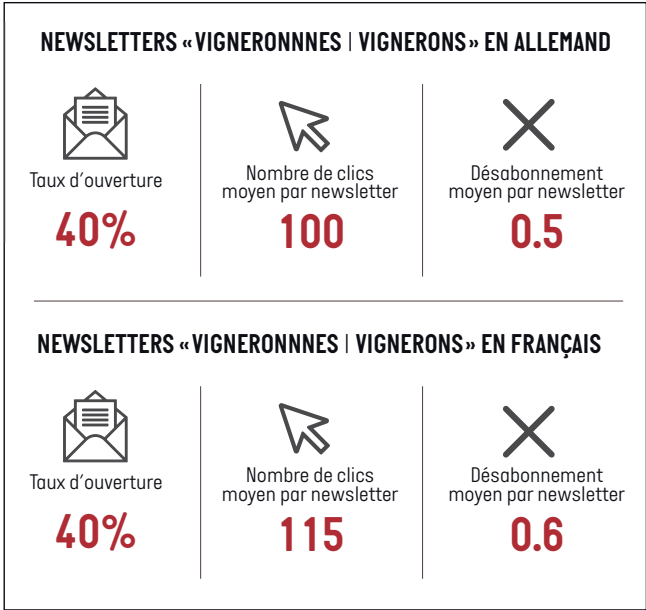


* En 2024, il n'y a pas eu de campagne META Ads sur Facebook et Instagram.

NEWSLETTER

En 2024, deux newsletters mensuelles ont été envoyées, l'une à la communauté des « Swiss Wine Fans » et l'autre aux viticulteurs.

La newsletter destinée aux fans s'adresse à un large lectorat intéressé par le vin suisse. Les thèmes sont: l'oenotourisme, la gastronomie, les évènements autour du vin suisse et les articles publiés sur www.swisswine.com. Pour les vigneronnes et vignerons, les projets de SWP, les concours nationaux et internationaux ainsi que les communications de VignobleSuisse et l'IVVS sont présentés.



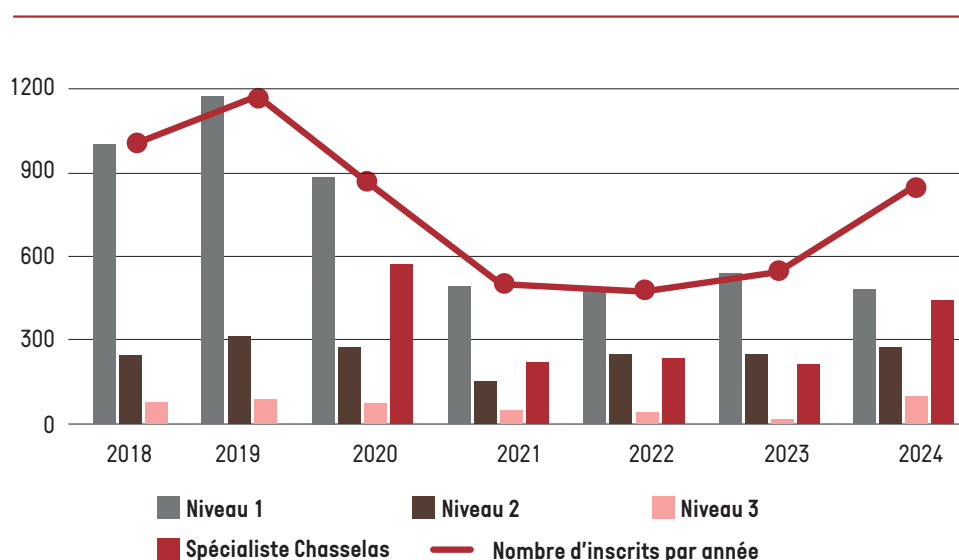
Swiss Wine Campus

Swiss Wine Campus est une formation en ligne dédiée aux vins suisses, conçue pour les professionnels de la restauration, les cavistes et les amateurs éclairés.

En 2024, la plateforme a enregistré **836 nouvelles inscriptions**, portant le total à **5'391 utilisateurs** depuis son lancement en mai 2018. Cette année, **478 participants** ont validé l'attestation de niveau 1, **281** celle de niveau 2 et **109** celle de niveau 3.

L'offre s'est enrichie avec l'ajout de **deux nouveaux modules**: « **Vin bio** » et « **Vin vaudois** », développés en partenariat avec des acteurs du secteur. Ces contenus spécialisés renforcent la visibilité du Swiss Wine Campus et répondent à une demande croissante pour des connaissances plus approfondies sur les spécificités des vins suisses.

EVOLUTION DE LA PLATEFORME SWISS WINE CAMPUS



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 14 au 16 juin dans les régions de Genève, Vaud et Valais. Le second voyage a eu lieu du 21 au 22 juin dans les régions du Tessin et des Grisons. L'objectif de ces voyages œnologiques est de rapprocher les étudiants du vin suisse.



©Weinakademie

CONCOURS NATIONAUX

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



Au Mondial du Merlot, les vins du Tessin se sont particulièrement distingués
©Vinea

RÉSULTATS



Grand Prix du Vin Suisse

Plus de 560 représentants de la scène viticole suisse, des politiciens, des médias et des amateurs de vin se sont réunis le 18 octobre au Kursaal de Berne pour célébrer le 18^e Grand Prix du Vin Suisse. Fait inédit dans l'histoire du GPVS, la cave Leukersonne à Susten, dirigée par Damian et Fabienne Seewer, a pu défendre son titre de « Cave de l'année ». Au total, 18 des 26 cantons suisses étaient représentés par des vins, soit deux cantons de plus que par le passé.



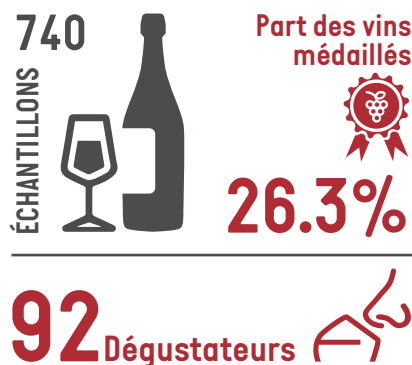
Leukersonne, cave suisse de l'année 2023 et 2024
©Grand Prix du Vin Suisse



Mondial du Chasselas

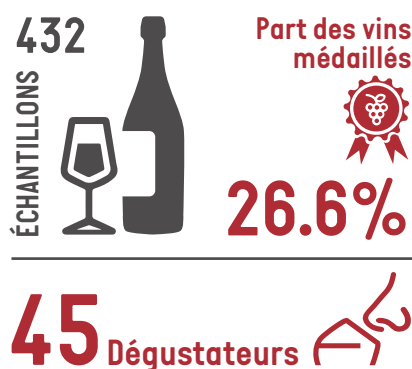
Le Mondial du Chasselas est organisé chaque année par l'Association pour la Promotion du Chasselas (APC). Elle a pour but de promouvoir, protéger et valoriser le cépage en Suisse et à l'étranger.

La 13^e édition du Mondial du Chasselas a eu lieu les 31 mai et 1^{er} juin à Aigle. 92 jurés ont dégusté 740 échantillons. Le concours a été marqué par une participation record de Chasselas étrangers (17,4%).



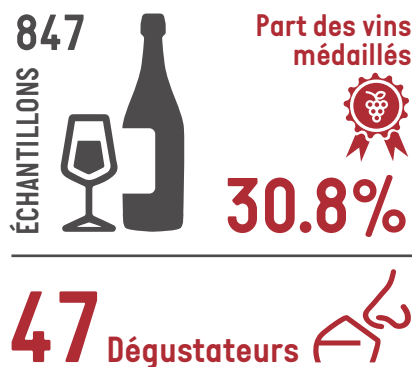
Mondial du Merlot & Assemblages

La 17^e édition du Mondial international du Merlot & Assemblages s'est déroulée le 13 juin à Zurich. À cette occasion, le Tessin a une fois de plus démontré le potentiel de son cépage principal en raflant 23 des 59 médailles d'or. Au total, 179 producteurs et productrices ont inscrit 432 vins provenant de 9 pays, dont la France, l'Italie, la Moldavie, l'Allemagne, le Brésil et bien sûr la Suisse.



Mondial des Pinots

La remise des prix de la 27^e édition du Mondial des Pinots a eu lieu le 27 juin à Bâle. Les médailles attribuées montrent que les Pinots se sentent de plus en plus à l'aise dans les vignobles plus septentrionaux. 268 viticulteurs et viticultrices de 14 pays ont soumis leurs vins au jugement du jury. Celui-ci a évalué pendant trois jours un total de 847 vins.



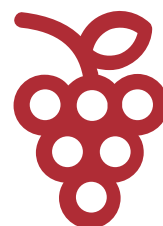
CONCOURS INTERNATIONAUX

SWP renforce la notoriété des vins suisses à l'international en soutenant la participation des vigneronnes et vignerons à des concours de renom. Actuellement, SWP assure l'envoi d'échantillons pour le Concours Mondial de Bruxelles, les Decanter World Wine Awards et les Sélections Mondiales des Vins Canada.

RÉSULTATS

343

ÉCHANTILLONS



Concours Mondial de Bruxelles

Lors de la 31^e édition du Concours Mondial de Bruxelles au Mexique, le jury a dégusté près de 7'500 vins blancs et rouges provenant de 42 pays du monde entier. La Suisse était bien représentée au concours et a surpris par une augmentation d'échantillons par rapport à l'année précédente: il en a résulté une médaille Grand Or, 24 médailles d'or et 23 médailles d'argent.

163

ÉCHANTILLONS



Nombre de vins suisses médaillés



47

Decanter World Wine Awards

Lors de la 21^e édition des Decanter World Wine Awards, la Suisse a impressionné le jury par l'élégance de ses vins. Elle a reçu trois médailles d'or et une médaille de platine ainsi qu'un Best in Show.

150

ÉCHANTILLONS



Nombre de vins suisses médaillés



109

Sélections Mondiales des Vins Canada

Plus de 1'630 vins de 31 pays se sont affrontés lors de la 31^e édition des Sélections Mondiales des Vins Canada.

30

ÉCHANTILLONS



Nombre de vins suisses médaillés



14



5

DURABILITÉ

DURABILITÉ | RÉSUMÉ

Budget: CHF 2'620'000.–

Durée: janvier à décembre

Lieu: Suisse

PERFORMANCE

Nombre de contacts total :	19'426'423
Couverture organique Facebook – nombre d'impressions :	34'974
Couverture organique Instagram – nombre d'impressions :	13'758
Média analogue – nombre de contacts :	3'003'500
Média digital – nombre d'impressions :	2'369'653
Affichas – nombre de contacts :	14'005'539

Étude sur la durabilité du secteur vitivinicole en Suisse

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 écologique, social et économique, afin d'identifier et d'évaluer les points forts et les pistes d'amélioration. Les résultats de l'étude ont été présentés par la société DSS en 2024.

Une empreinte carbone réduite grâce à la production locale

La consommation de vins suisses a un impact écologique nettement inférieur à celui des vins importés. Un vin produit et consommé en Suisse génère une empreinte carbone 30 à 40% plus faible, notamment grâce à la proximité entre production et consommation. De plus, 67% de l'énergie utilisée en Suisse provient de sources renouvelables, limitant l'impact environnemental du processus de vinification

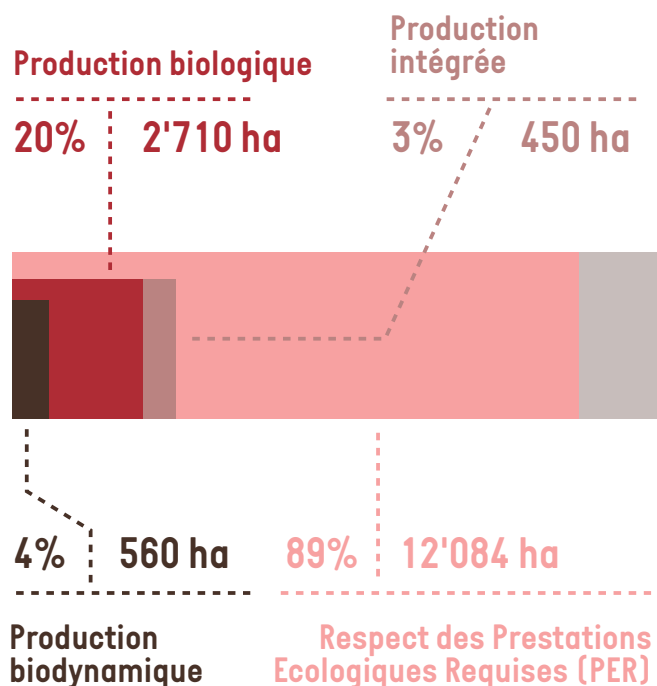
EMPREINTE CARBONNE



Des pratiques agricoles respectueuses de l'environnement

La viticulture suisse se distingue par son engagement en faveur d'une agriculture durable. Aujourd'hui, près de 90% des surfaces viticoles respectent des critères environnementaux stricts. La culture biologique et biodynamique connaît une forte progression, représentant désormais 20% du vignoble suisse, soit trois fois plus qu'en 2017.

Les viticulteurs suisses intègrent également des pratiques favorisant la biodiversité : 85% des exploitations maintiennent un enherbement inter-rang et 89% utilisent des engrais verts pour enrichir les sols naturellement et protéger l'écosystème.



Source : OFAG, Bio Suisse, Demeter, IP Suisse

Une gestion responsable des emballages et du recyclage

La production et le recyclage du verre représentent jusqu'à 45% de l'empreinte carbone d'une bouteille de vin. Conscients de cet enjeu, les viticulteurs suisses innovent pour réduire le poids des bouteilles, harmoniser les formats et encourager leur réutilisation. Grâce à ces efforts, 97% des bouteilles en verre sont recyclées, un des taux les plus élevés au monde.

Valorisation des terroirs et développement de l'œnotourisme

Les vignobles suisses ne sont pas seulement des terres de production, mais aussi des paysages culturels d'exception. Des sites emblématiques comme Lavaux, inscrits au patrimoine mondial de l'UNESCO, témoignent du lien profond entre l'homme et son terroir.

Une filière engagée pour l'économie locale

La viticulture suisse n'est pas seulement un secteur agricole, c'est aussi un moteur économique. Elle garantit des conditions salariales équitables, avec des rémunérations supérieures aux minima légaux et une forte proportion d'emplois stables. 75% des exploitations offrent des postes à plein temps, contribuant ainsi à la transmission du savoir-faire et à la pérennité du secteur.

Campagne de communication

Selon l'étude MIS Trends, **38% des consommateurs** estiment que la viticulture suisse est plus écologique que la viticulture étrangère. Forte de ce constat, **Swiss Wine Promotion** met en avant la viticulture durable lors d'une campagne automnale autour de trois slogans :

- « **Fait main, fait ici, fait d'excellence** » : incitation à une consommation locale et responsable.
- « **La haute qualité du fait-main** » : valorisation du savoir-faire artisanal et de la qualité des vins suisses.
- « **À la main, avec le cœur** » : hommage à la passion des vigneronnes et vignerons.

Les objectifs de cette campagne étaient de **renforcer la notoriété** des vins suisses, de promouvoir **une consommation locale et durable**, de **stimuler la préférence spontanée** pour les vins suisses et de mettre en avant le **savoir-faire des vigneronnes et vignerons**.

Diffusée à l'échelle nationale en **trois langues**, la campagne a offert une **forte visibilité** à la marque **Swiss Wine** et au message du « local et durable » sur divers supports stratégiques.



AFFICHAGE 14'005'539	MÉDIA ANALOGIQUE 3'003'500	MÉDIA DIGITAL 2'369'653	RÉSEAUX SOCIAUX 48'732
--------------------------------	--------------------------------------	-----------------------------------	----------------------------------

Personnes touchées en Suisse: 19'426'423

A man and a woman are seen from behind, standing on a dirt path in a vineyard. They are both wearing black backpacks with a red logo. The man is wearing a black t-shirt and shorts, while the woman is wearing a white dress and a wide-brimmed hat. They are looking out over a scenic landscape that includes a body of water, distant mountains, and a small village. The sky is blue with scattered white clouds.

6

EXPÉRIENCE

EXPÉRIENCE | RÉSUMÉ

Budget: CHF 4'670'000.–

Durée: janvier à décembre

Lieu: Suisse

PERFORMANCE

Nombre de participants aux événements: _____ 150'000

Nombre de contacts total: _____ 90'800'000

Communication analogue – nombre de contacts: _____ 31'000'000

Communication digitale – nombre de contacts: _____ 19'800'000

Affichage nombre de contacts: _____ 40'000'000

L'étude de notoriété a révélé que seuls 17% des personnes interrogées considèrent le vin suisse comme facile à découvrir, avec une disparité marquée entre les régions: la Suisse romande affiche un taux plus élevé que le Tessin.

Face à ce constat, le pilier « Expérience » vise à renforcer l'accessibilité des vins suisses en mettant en avant des événements dédiés. Pour y parvenir, SWP collabore étroitement avec les régions viticoles et des partenaires privés, afin d'offrir au public un avantage d'opportunités de découvrir et d'apprécier les crus helvétiques.

RÉSULTAT

Nombre de visiteurs

1'356'118



Caves ouvertes

Les caves ouvertes sont les manifestations incontournables du printemps. En avril et 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 du canton.

NOMBRE DE VISITEURS

(toutes caves ouvertes confondues)

259'000

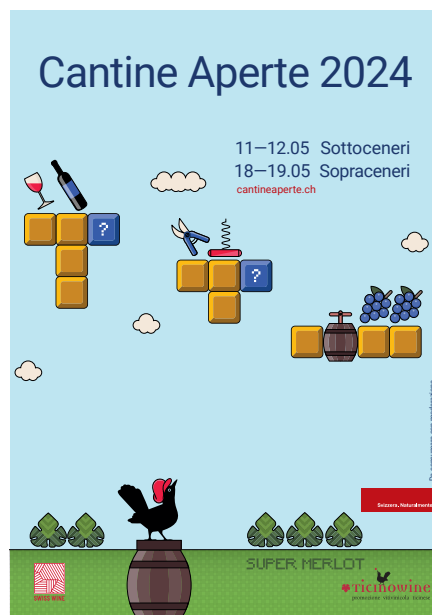


PARUTION
MÉDIA

articles de presse

(DE) 140

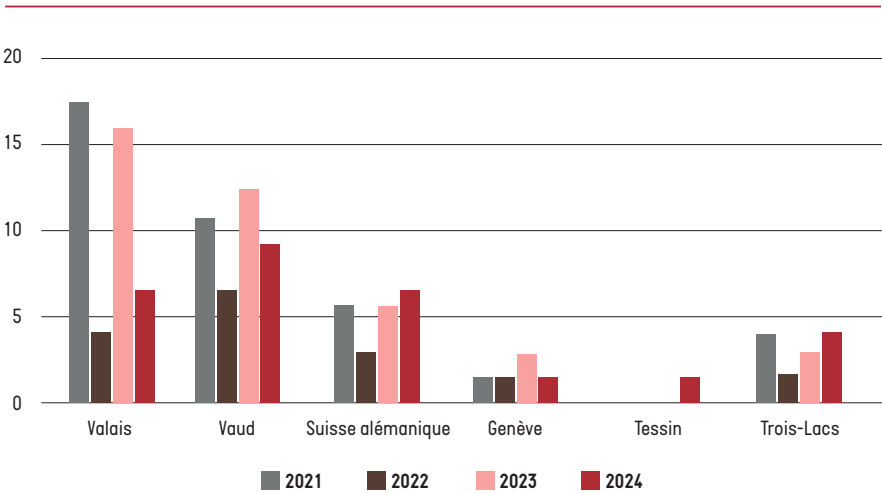
(FR) 118



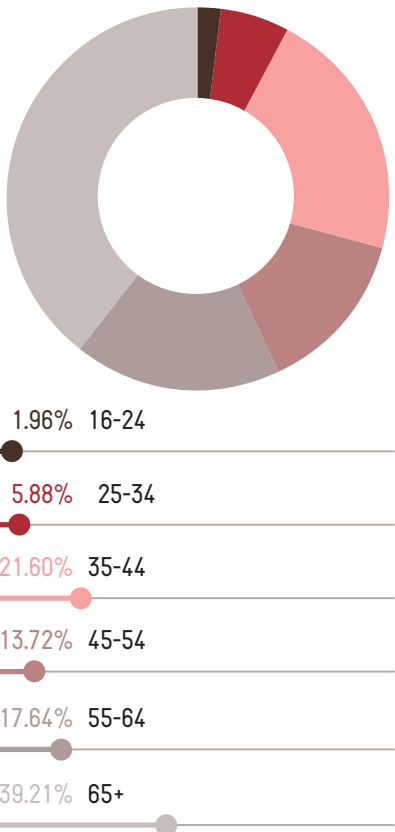
Au Cœur des Vendanges

Pour sa quatrième édition, « Au Cœur des Vendanges » s’est déroulé sur deux week-ends, les 21, 22, 28 et 29 septembre. L’évènement a rassemblé 31 domaines viticoles et plus de 650 participants, offrant une immersion unique dans l’étape clé de la production viticole : les vendanges. Entre initiation, découverte du savoir-faire des vignerons et repas convivial, cet évènement vise à sensibiliser le public au travail de la vigne et à renforcer le lien entre producteurs et amateurs.

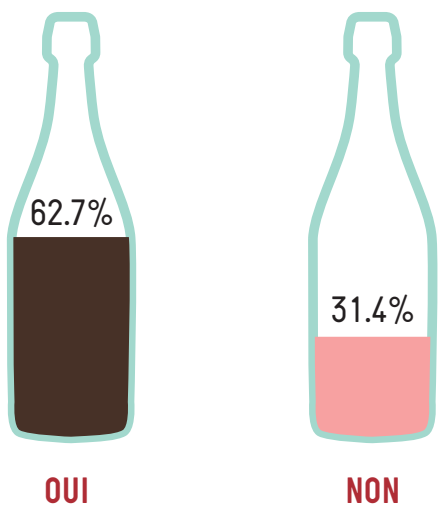
EVOLUTION DE PARTICIPATION DES DOMAINES VITICOLES



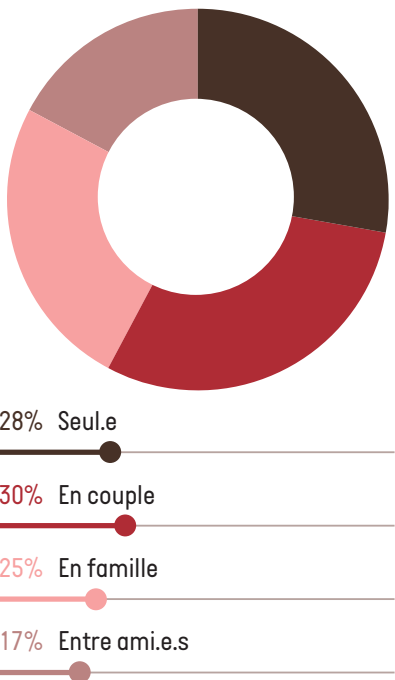
PROFIL DES PARTICIPANTS (ÂGE)



ACHAT DE VIN À LA FIN DE L'ÉVÈNEMENT



PROFIL DES PARTICIPANTS (TYPE)



COMMUNICATION

La campagne de promotion, déployée du 20 août au 29 septembre, a couvert toute la Suisse via de l’affichage (gares et transports publics), médias imprimés et digitaux (Impact Média, Blick, titres régionaux), ainsi que des publications et publicités payantes sur les réseaux sociaux.



AFFICHAGE 24'663'802	MÉDIA ANALOGIQUE 3'748'000	MÉDIA DIGITAL 10'426'224	RÉSEAUX SOCIAUX 1'121'805
Personnes touchées en Suisse: 39'794'962			



Au Cœur des Vendanges 2024
©Swiss Wine Promotion



Au Cœur des Vendanges 2024
©Swiss Wine Promotion

Suisse Tourisme

En 2024, SWP et Suisse Tourisme (ST) ont prolongé leur collaboration pour trois ans, afin de renforcer la promotion de l'œnotourisme en Suisse et à l'international.

Dans un contexte où les voyageurs recherchent des expériences authentiques, la Suisse, avec ses six régions viticoles, se positionne comme une destination incontournable pour les amateurs de vin. Ce partenariat stratégique vise à :

- **Renforcer l'image de marque** de Swiss Wine et des vins suisses ;
- **Créer des synergies promotionnelles** à travers des actions communes ;
- **Positionner la Suisse** comme une destination de choix pour l'œnotourisme.

Grâce à l'expertise de SWP et au réseau de ST, cette collaboration ciblera le marché suisse ainsi que des marchés clés à l'international, notamment l'Allemagne, la France, le Benelux, l'Amérique du Nord et le Japon.



Renouvellement du partenariat
©Nik Hunger

GRAPE ESCAPES

Grape Escapes est un projet lancé par Suisse Tourisme et recense les hébergements dans les vignes ou avec une vue sur celles-ci pour les proposer aux voyageurs. SWP, étant le partenaire officiel du projet, bénéficie d'une visibilité sur les supports de communication de la campagne nationale et internationale.



Grape Escapes
©Suisse Tourisme



MÉDIA	SITE INTERNET	NEWSLETTER	RÉSEAUX SOCIAUX
20'646'72 contacts	308'000 vues	62'626 impressions	1'162'232 impressions
		35.7% conversions	54'638 interactions

Personnes touchées en Suisse et à l'international: 22'179'585

ST soutient également la mise en avant du label Swiss Wine Gourmet auprès des consommateurs en référencant les restaurants Gourmet sur sa plateforme. De plus, un partenariat média avec Watson a permis la réalisation d'une série de publications sur les vins suisses et la gastronomie avec notamment l'interview de Guy Ravet, chef de cuisine au Grand Hôtel du Lac à Vevey.

En plus des campagnes digitales de Grape Escapes et de la gastronomie, SWP et ST ont collaboré lors d'événements sur les marchés internationaux. Ces événements avaient pour objectif de faire connaître la Suisse ainsi que les produits du terroir, plus particulièrement les vins. Plusieurs manifestations se sont tenues sur les marchés suivants :

- France
- Benelux
- Allemagne
- États-Unis
- Brésil
- Australie
- Singapour

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 (Australie), Bilbao | Rioja (Espagne), Bordeaux (France), Cape Town | Cape Winelands (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.



Le « Agriesperienze » a remporté le prix « Global Best Of Wine Tourism »
©Swiss Wine Promotion

Best Of Wine Tourism

Le réseau des Great Wine Capitals s'est réuni à Vérone en 2024 pour sa rencontre annuelle ainsi que pour l'annonce des Global Best Of Wine Tourism 2025 Awards. La cérémonie a récompensé les meilleures expériences œnotouristiques du monde entier.

Parmi les fin listes suisses, « Le Agriesperienze » du Tessin a remporté un prix « Global Best Of Wine Tourism ». L'office a ainsi été élue meilleure expérience œnotouristique de Suisse.

Chaque capitale du réseau avait auparavant organisé son concours régional décernant le prix de « Regional Best Of Wine Tourism » dans différentes catégories :

- **Architecture/paysage** : Caves du Château d'Auvernier (NE)
- **Art/culture** : Humus & Wine (VD)
- **Innovation** : Nuit des Capites (VD)
- **Environnement** : Le Agriesperienze (TI)
- **Gastronomie/hôtellerie** : De la Vigne à la Montagne (VD)
- **Service/Organisation** : Sion Wine Bus (VS)
- **Artisanat** : Domaine Vitis Musicalis (VD)
- **Prix d'honneur** : Weinweg Weinfelden (TG)

NOMBRE D'INSCRIPTIONS

2021
43

2022
41

2023
47

2024
53



Regional Best Of Wine Tourism 2025
©Swiss Wine Promotion

Évènements partenaires

Les évènements mettant en avant les vins suisses sont soutenus par SWP pour offrir de la visibilité et de la notoriété auprès des publics cibles de SWP.

NOMBRE DE VISITEURS
[tous évènements confondus]

45'000



**MONDIAL
DU CHASSELAS**

Gutedel • Fendant



DiVINES!
Salon suisse des vigneronnes



**Lâche-moi
la Grappe**

Salon des vins



**SWISS
WINE
FESTIVALS**
WINTERTHUR
EULACHHALLEN
27.02. – 02.03.2025



WYSCHIFF
BE DIFFERENT. BE SWISS.



**Grand Prix
du Vin Suisse**



7

GASTRONOMIE

GASTRONOMIE | RÉSUMÉ

Budget: CHF 2'820'000.–

Durée: janvier à décembre

Lieu: Suisse

PERFORMANCE

Nombre de contacts total: _____	64'234'951
Vues sur swisswinegourmet.ch : _____	72'000
Restaurants labellisés Swiss Wine Gourmet: _____	1'303 [+22%]
Communication analogue – nombre de contacts: _____	2'719'000
Communication digitale – nombre de contacts: _____	9'810'000
Affichage nombre de contacts: _____	51'710'000

Swiss Wine Gourmet

La gastronomie joue un rôle clé dans la commercialisation des vins suisses, représentant **10% des ventes** selon l'étude OSMV 2023. De plus, **41% des consommateurs** déclarent boire du vin suisse au restaurant, dont **12% majoritairement ou exclusivement** (SwissMilk, 2023).

En réponse à ces tendances, SWP a renforcé ses actions en 2024, notamment avec l'expansion du label **Swiss Wine Gourmet**, la campagne estivale **Swiss Wine Summer** et divers partenariats stratégiques.

LABELS SWISS WINE GOURMET

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 :



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

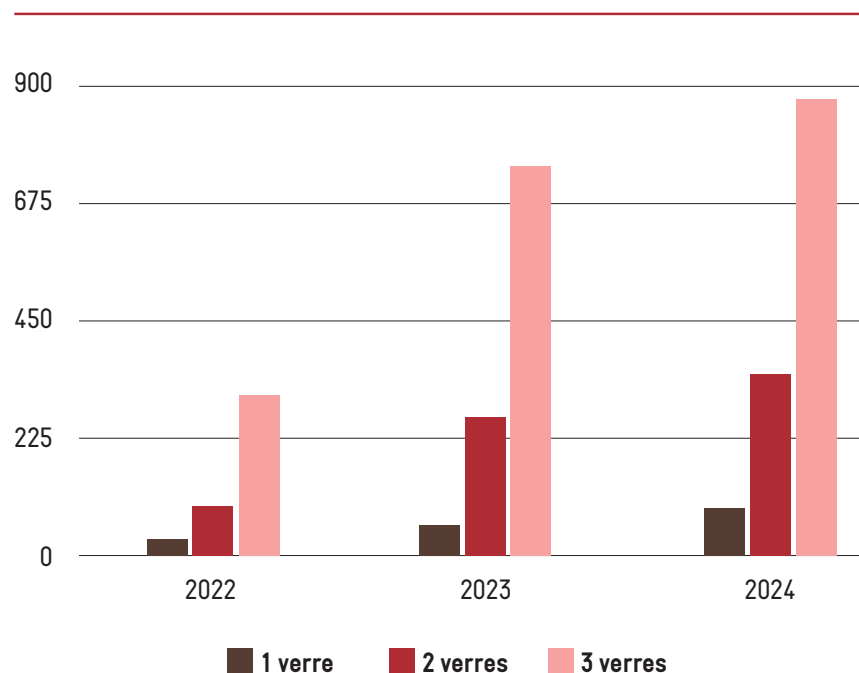


TROIS VERRES

**Excellente sélection
de vins suisses**

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

NOMBRE D'ÉTABLISSEMENTS INSCRITS



RÉSULTAT
+ 22%



SWISS WINE SUMMER

Sous le slogan « Cet été, savoure la Suisse », Swiss Wine Promotion a mené la cinquième édition de sa campagne estivale du 14 juin au 15 août. L'immersion dans différentes régions viticoles a incité les consommateurs à redécouvrir les vins suisses dans les restaurants labellisés Swiss Wine Gourmet, directement chez les viticulteurs ou lors d'activités œnotouristiques.

Pour les consommateurs, ils avaient la possibilité de participer à un concours en scannant un QR-code. Les gagnants pouvaient alors remporter les lots suivants : 1x Bon Swiss Wine Tour d'une valeur de CHF 1'000, 3x une bouteille de Magnum et 5x les sacs à dos apéro. Il y a eu plus de 5'300 participants.

Pour les restaurateurs, l'action avait lieu 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

**BUDGET
ENGAGÉ** 265'000.-

**BONS
DÉLIVRÉS** 1'325

**Vente minimum
générée grâce
aux bons**



1 Million



Swiss Wine Summer
©Swiss Wine Promotion

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 14 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 affiches étaient principalement dans les gares et les transports publics.

Sur les **réseaux sociaux**, la campagne a été renforcée par des publications hebdomadaires, mettant en avant des **restaurateurs, vigneronnes, vignerons et activités œnotouristiques** à travers les six régions viticoles, via des interviews et des vidéos immersives.



AFFICHAGE 51'708'584	MÉDIA ANALOGIQUE 2'719'000	MÉDIA DIGITAL 9'321'957	RÉSEAUX SOCIAUX 485'410
Personnes touchées en Suisse: 64'234'951			

Partenaires

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 ce partenariat, SWP présente lors du gala de la Semaine du Goût les vins de la région désignée - pour cette édition, le Valposchiavo était sous les feux de la rampe. Les ambassadeurs de la Semaine du Goût suisse 2024 étaient les vignerons et châtelains de Reichenau, le père Gian-Battista et le fils Johann-Baptista von Tscharner.



Gian-Battista et Johann-Baptista von Tscharner, parrains de la Semaine du Goût 2024
©Fondation pour la promotion du goût

GAULT&MILLAU – MEILLEUR SOMMELIER

Le partenariat avec Gault&Millau sensibilise les restaurants à l'excellente qualité et à la diversité des vins suisses et ouvre aux productrices et producteurs des possibilités intéressantes de générer de nouveaux canaux de vente dans les restaurants.

En collaboration avec Gault&Millau, SWP a remis le 30 septembre le prix « Sommelier de l'année 2025 » à Fabian Mennel du restaurant Schäfli à Igoltingen.



Fabian Mennel, Sommelier de l'année 2025 par Gault&Millau
©Gault&Millau Suisse

BOCUSE D'OR

Pour la cinquième 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 2024, Euloge Malonga, la commis Fiona Wittwer et Christoph Hunziker ont participé au Bocuse d'Or Europe à Trondheim en Norvège où ils se sont classés à la 13^e place.



L'équipe Suisse au Bocuse d'Or Europe à Trondheim en Norvège
©Bocuse d'Or

MICHELIN – MICHELIN SOMMELIER AWARD

Le 21 octobre, le Guide Michelin a dévoilé sa nouvelle sélection de restaurants étoilés. Dans le cadre de cette cérémonie, Swiss Wine Promotion a pu remettre le « Michelin Sommelier Award » à Loris Lenzo du restaurant Einstein Gourmet à Saint-Gall.



Loris Lenzo, Michelin Sommelier Award 2025 par Michelin
©Michelin Guide

A close-up photograph showing a person's hands placing a wine bottle into a red bag. The bag features a white logo consisting of a stylized mountain or cube shape with the words 'SWISS WINE' printed below it. In the background, a blue plastic crate filled with more bottles is visible, along with other wine bottles on a wooden surface. The scene is set in what appears to be a warehouse or distribution center.

8

DISTRIBUTION

DISTRIBUTION | RÉSUMÉ

Budget: CHF CHF 4'422'000.–

Durée: janvier à décembre

Lieu: Suisse

PERFORMANCE

Nombre de contacts grande distribution: _____ 30'000'000

Nombre de contacts revendeurs: _____ 345'000

Plus de 50% des consommateurs achètent régulièrement eux-mêmes leurs vins. L'acte d'achat s'effectue principalement en grandes surfaces (50%), magasins spécialisés (18%) et chez les producteurs (20%)*. 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, Flaschenpost Services AG et Mövenpick vins.

Pour 2024, les opérations standards ont pu être développées comme suit:



- Cahier spécial sur les vins suisses
- Campagne digitale en collaboration avec FOOPY
- Distribution du « guide des vins suisses » dans les POS



- 2 booklets vins suisses
- Annonces dans le Hebdo Denner
- Newsletter focus vins suisses durant les vendanges



- Annonce dans les catalogues
- Cahier spécial
- Stop-rayon Swiss Wine dans les réfrigérateurs



- Marque-page Swiss Wine dans le catalogue gastronomie
- Une campagne « vin suisse » le 1^{er} août
- Visibilité digitale et dans le POS
- Newsletter spéciale vins suisses

* Etude MIS Trends 2024

 • Bannières avec la campagne «Swiss Wine - rien que pour toi» dans des cahiers hebdomadaires	 • 2 reportages dans le magazine Spar • Dégustation dans les POS • 2 camions de livraison brandés Swiss Wine	 • Annonce dans le magazine • Bannières digitales sur le site internet	 • Page de contenus sur les vins suisses • Newsletters à thèmes • Publications réseaux sociaux
--	---	---	---

Revendeurs

LES SEMAINES DES VINS SUISSES

Du 1^{er} septembre au 30 novembre ont eu lieu Les semaines des vins suisses – Rien que pour toi. L'objectif est de soutenir les revendeurs dans la mise en avant de vins suisses et de leur clientèle à sa proximité avec les crus helvétiques. Pour cette deuxième édition, 17 revendeurs y ont participé.

L'action est ouverte à tous les revendeurs qui remplissent les conditions préétablies :

- Engagement sur deux semaines au minimum
- Présence d'au moins trois régions viticoles et 15 références de vins suisses dans l'assortiment

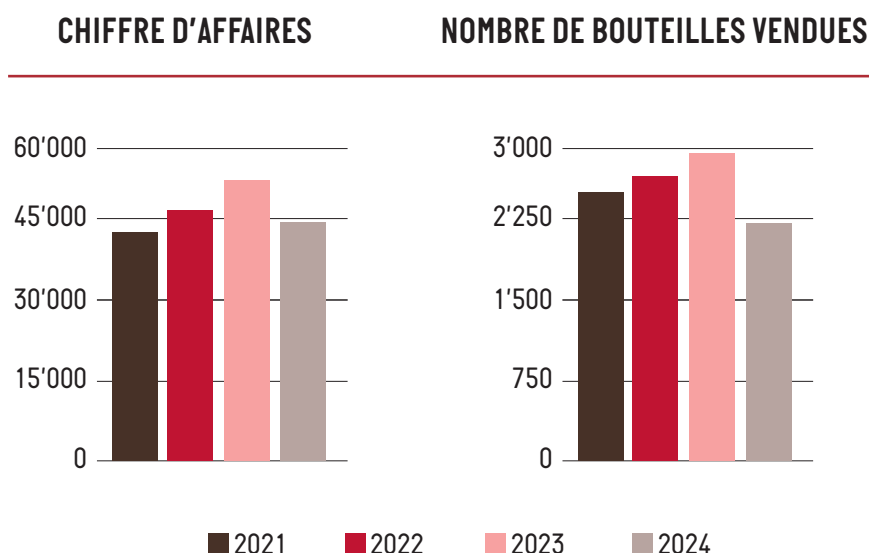


LAGARDÈRE TRAVEL RETAIL

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 deuxième fois l'espace Bar à l'intérieur du Duty Free du 30 avril au 27 mai. 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 quatre régions était présentée : Valais, Vaud, Genève et Suisse alémanique.

Des producteurs étaient sur place pour présenter leurs références pour la dégustation à l'espace Bar.

SWP constate une baisse générale du chiffres d'affaires, des bouteilles vendues ainsi que panier moyen qui est à CHF 21.50.



Évolution de l'impact de l'action avec Lagardère Travel Retail de 2021 à 2024, source : Lagardère Travel Retail



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



9

EXPORT

EXPORT | RÉSUMÉ

Budget: CHF 1'775'000.–

Durée: janvier à décembre

Lieu: marchés prioritaires

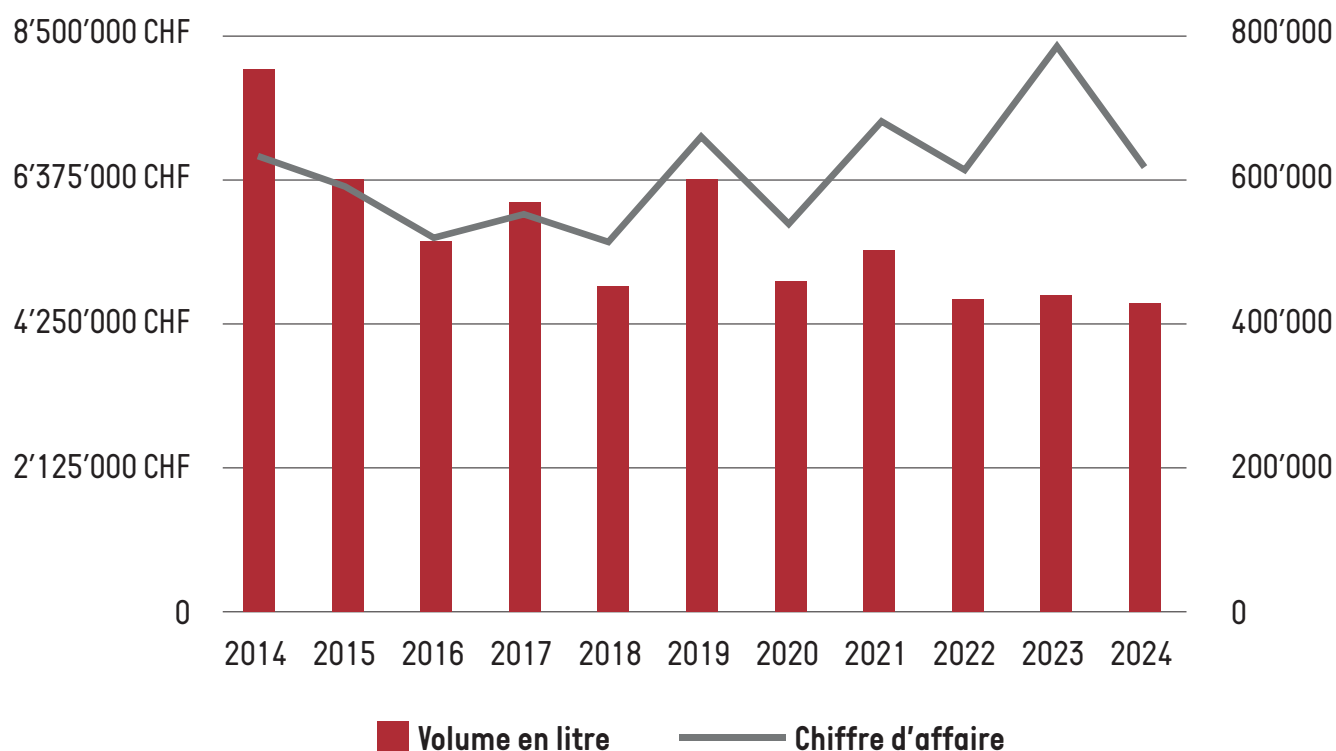
PERFORMANCE

Nombre de contacts total:	470'000
Nombre d'événements sur les marchés prioritaires:	30
Evolution de l'exportation - volume en litres:	-2,20%
Evolution de l'exportation - chiffre d'affaires:	-22,35%
Evolution du Corps diplomatique - volume en bouteille:	+16%
Evolution du Corps diplomatique - en chiffre d'affaires:	+15%

Évolution des exportations

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

EVOLUTION DES EXPORTATIONS



Fin 2022, une diminution du volume [-13%] et du chiffre d'affaires [-9%] est constatée. En revanche, le prix par litre continue sa progression [+5%]. 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%. En 2024, il y a une diminution du volume [-2%] et du chiffre d'affaires [-22%]. Cependant, les objectifs de prix au litre pour les vins blancs et vins rouges suisses exportés ont été atteints.

Ces résultats confirment la stratégie de SWP qui est d'encourager l'exportation de crus à forte valeur ajoutée, ainsi que de 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
2024	424'831	6'463'915 CHF	15,22 CHF/l

Source : ASCV, Bulletin d'information - exportation, décembre 2024

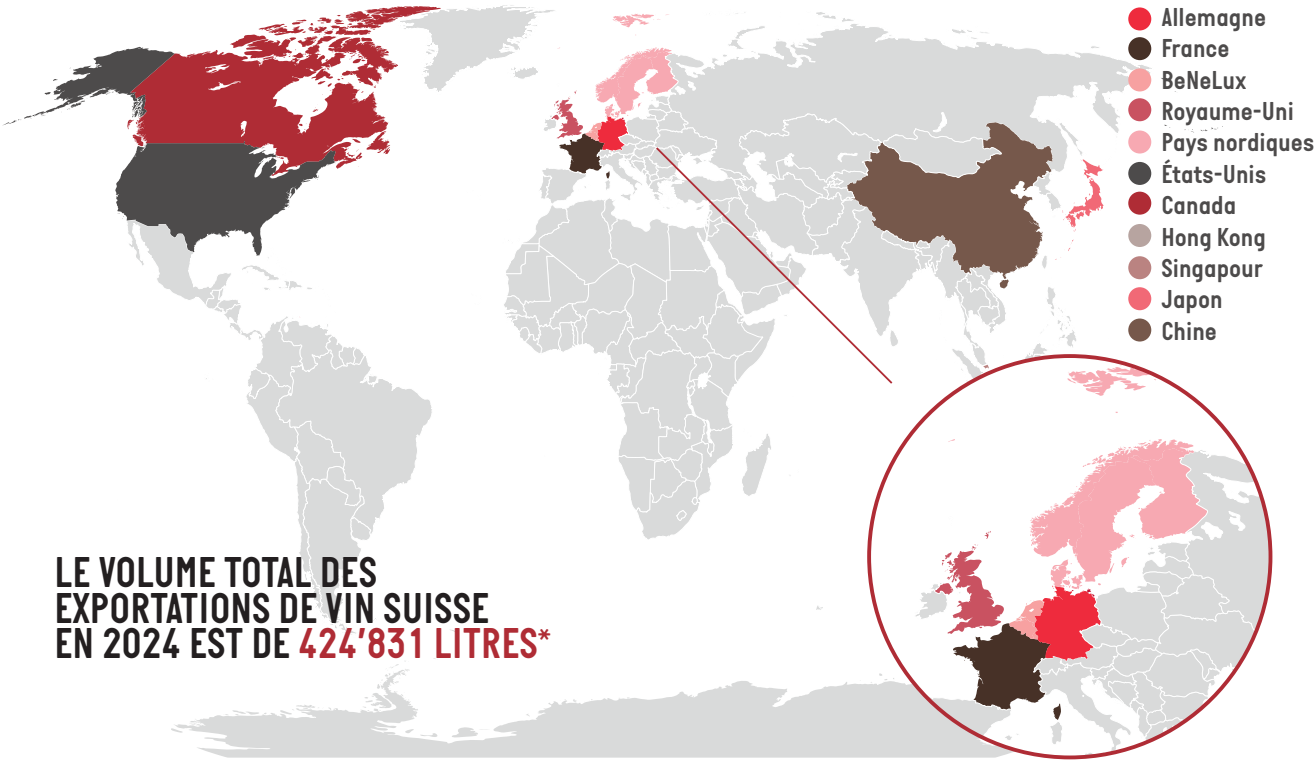
RÉSULTATS

PRIX AU LITRE DU VIN BLANC SUISSE

12.66 CHF/L

PRIX AU LITRE DU VIN ROUGE SUISSE

20.54 CHF/L



*Source ASCV | Chiffres provisoires au 31 janvier 2025

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, la présence de SWP permet de faire découvrir les crus helvétiques aux professionnels et d'augmenter le potentiel de vente des domaines présents sur le stand Swiss Wine.

INTERNATIONALE GRÜNE WOCHEN (IGW)

L'Internationale Grüne Woche de Berlin, qui s'est tenue du 19 au 28 janvier, est le plus grand salon international de l'alimentation, de l'agriculture et de l'horticulture. Cet événement annuel réunit des exposants du monde entier pour présenter un large éventail de produits alimentaires, de boissons et d'innovations agricoles. Grâce au partenariat avec Agro Marketing Suisse et les synergies avec les organisations promotionnelles du secteur agricole suisse, dont Swiss Cheese Marketing, Agritourisme Suisse, Swissmilk, la visibilité des vins suisses est renforcée sur ce marché.

WINE PARIS & VINEXPO À PARIS

Du 12 au 14 février, SWP a participé pour la deuxième fois à Wine Paris & Vinexpo. Il y avait 12 domaines viticoles présentant 90 vins, ainsi que l'Association pour la promotion du Chasselas.

- Albert Mathier & Fils SA
- Castello di Cantone
- Cave de la Côte
- Cave des Amandiers
- Caves du Château d'Auvergnier
- Domaine Jean-René Germanier SA
- Les Frères Dutruy
- Matasci Fratelli SA
- Vinattieri Ticino SA
- Vini Delea Angelo SA
- Vinigma Sàrl
- Wine By Jet

RÉSULTATS

90



Vins suisses
disponibles à
la dégustation

Domaines
viticoles
présents

12



NOMBRE DE VISITEURS

41'251



Roberto Balzaretti, Ambassadeur de Suisse en France, Nicolas Joss, directeur de Swiss Wine et l'équipe Swiss Wine, de gauche à droite : Fiona Vaucher, Sidonie Gerber, Jasmin Schmid, Océane Gex, Nuria Marcantonio, Marine Bréhonnet
© Swiss Wine Promotion

PROWEIN

Le salon international des vins et spiritueux de Düsseldorf, en Allemagne, s'est tenu du 10 au 12 mars. 13 domaines viticoles étaient représentés à ce salon :

- Albert Mathier & Söhne AG
- Bonvin 1858
- Association interprofessionnelle du vin de Suisse alémanique
- Castello di Cantone - Vecchia Masseria
- Caves du Château d'Auvernier
- Domaine Jean-René Germanier SA
- La Cave de la Côte
- Le Vin de l'A
- Cave du Rötiberg
- Schenk Suisse S.A.
- Vini Delea Angelo SA
- Vinigma Sàrl
- Wine by JET

De plus, sept masterclasses ont été organisées, qui ont remporté un franc succès avec plus de 200 participants.

RÉSULTATS

100



Domaines
viticoles
présents

13

Vins suisses
disponibles à
la dégustation



NOMBRE DE VISITEURS

38'000



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

Activités internationales

Allemagne

SWISS WINE WEEK BERLIN ET HAMBOURG

La Swiss Wine Week en Allemagne a été organisée en collaboration avec l'agence ff.k. Elle s'est tenue en octobre à Berlin et Hambourg. Durant un mois, huit restaurants et revendeurs ont mis en avant les vins suisses.



Swiss Wine Week à Berlin et Hambourg
©Yvonne Heistermann



NEWSLETTER
6'500
contacts

COLLABORATION MÉDIA
112'300
impressions

MÉDIA DIGITAL
208'500
impressions

Nombre total de personnes atteintes : 327'300

Benelux

SWISS WINE WEEK BELGIQUE

Du 15 au 25 février, SWP a organisé la première édition de la Swiss Wine Week Belgique, afin de mettre en avant les vins suisses sur le marché du Benelux (Belgique, Pays-Bas, Luxembourg). Pendant ces dix jours placés sous le signe de la gastronomie, dix restaurants belges ont mis les vins suisses à l'honneur. Une masterclass à l'Ambassade de Suisse en Belgique a également été menée par Xavier Faber, meilleur sommelier de Belgique en 2000, présentant 20 références.



Swiss Wine Week Belgique
©Suisse Tourisme

France

CITÉ DU VIN DE BORDEAUX

La Cité du Vin de Bordeaux, portée par la Fondation pour la Culture et les Civilisations du Vin, propose une large sélection de vins du monde entier. En 2023, SWP a renouvelé les vins présentés dans le musée. Pour l'année 2024, 55 références sont présentes.

Deux ateliers afterwork ont été menés par Nicolas Joss avec plus de 45 participants.

ÉVÈNEMENT AU CONSULAT DE SUISSE À LYON

Lors d'un afterwork organisé en collaboration avec Suisse Tourisme et le Consulat de Suisse à Lyon, une quarantaine d'invités ont eu l'occasion de déguster une sélection de vins suisses servis avec des plats traditionnels suisses. Ce fut une soirée conviviale et enrichissante, célébrant la richesse et la diversité du terroir suisse.



Évènement au Consulat Suisse à Lyon
©DFAE

DÉGUSTATION ET MASTERCLASS À L'AMBASSADE DE SUISSE EN FRANCE

Le 12 février, une masterclass menée par Marc Almert, meilleur sommelier du monde 2019, a eu lieu à la résidence de l'Ambassadeur Roberto Balzaretti. À cette occasion, une dégustation de plus de 35 références, dont des vieux millésimes de Chasselas, a été organisée. Pour cet évènement, le Domaine Grand'Cour s'est joint aux domaines présents à Wine Paris & Vinexpo. Plus de 100 invités ont participé à l'évènement.



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

DÉGUSTATION PUBLIQUE

Le 13 février, SWP et Suisse Tourisme ont présenté la Suisse lors d'un événement « afterwork » au Paris Mariott Opera Ambassador. Le thème de la soirée : À la découverte des vins suisses. Lors de cet événement, plus de 100 personnes ont découvert le pays de Heidi entre tourisme, gastronomie et vin.



Dégustation publique
© Suisse Tourisme

JEUX OLYMPIQUES ET PARALYMPIQUES 2024 À PARIS

Du 26 juillet au 11 août et du 26 août au 11 septembre, lors des Jeux Olympiques et Paralympiques à Paris, l'Ambassade de Suisse a accueilli dans ses jardins la Maison Suisse. Il y avait une exclusivité de vins suisses avec une sélection de neuf crus. Plus de 1'600 bouteilles ont été vendues. Durant cette période, il y a eu 91 événements publics et privés ainsi que 29 médailles célébrées et environ 62'000 visiteurs.



Maison Suisse aux Jeux Olympiques 2024 à Paris
© Présence Suisse

BHV LE MARAIS

Du 6 novembre au 31 décembre, dans le cadre de sa campagne hivernale « à l'heure de Noël, les vins suisses ont été mis à l'honneur dans le magasin BHV Le Marais. Durant cette période, des vins de sept domaines viticoles étaient en vente dans deux espaces, l'Agora et la vinothèque.



Présence des vins suisses au BHV Le Marais
© Swiss Wine Promotion

Italie

MILANO WINE WEEK

Lors de la Milano Wine Week 2024, en collaboration avec Swiss Business Hub, une dégustation sur les vins suisses, menée par Paolo Basso, meilleur Sommelier du monde 2013, a été organisée.



Milano Wine Week
©Swiss Business Hub

Royaume-Uni

SWISS WINE WEEK ROYAUME-UNI

La première édition de la Swiss Wine Week au Royaume-Uni s'est déroulée du 16 au 22 novembre à Londres, en collaboration avec plusieurs partenaires: l'Ambassade de Suisse à Londres, Suisse Tourisme, The Institute of Masters of Wine, The Wine and Spirit Education Trust, Decanter, Hedonism Wines, The Samples, 67 Pall Mall et Fitting Wines. Huit événements ont été organisés avec les partenaires, ceux-ci ont accueilli plus de 290 personnes.



Swiss Wine Week au Royaume-Uni
© Tom Bradley

États-Unis

SWISS WINE WEEK - NEW YORK CITY

Pour la 3^e année consécutive, les vins suisses étaient à l'honneur à New York en juin. Afin de faire connaître la diversité des vins suisses à un large public, différentes manifestations ont eu lieu pendant une semaine : un événement de lancement au Lavaux Wine Bar, un dîner avec présentation de vins suisses et une dégustation exclusive.



Swiss Wine Week à New York City
© Swiss Wine Promotion

Canada

SWISSGRAPES

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 en mars et en octobre. De plus, SwissGrapes a mis en place un partenariat avec Suisse Tourisme pour la mise à disposition de vins suisses lors d'événements. Ce partenariat a été concrétisé, avec la présence des vins suisses, au Time Out Market en avril, et lors du lancement de la ligne direct Zurich-Toronto de Swiss en avril. Enfin, il y a eu plusieurs événements autour de la gastronomie où les vins suisses ont été intégrés.

Asie

CHINE

Depuis 2021, SWP a mandaté Swiss Centers China (SCC) pour développer la présence des vins suisses en Chine. Cette collaboration permet d'accroître chaque année la visibilité des comptes Weibo et WeChat de SWP.



WeChat



Abonnés

851

2023 : 585

2022 : 377



Couverture
[organique/paid]

1'627

2023 : 2'946

2022 : 2'945



Taux
d'engagement

9%

2023 : 5%

2022 : 4%



Nombre de
publications

48

2023 : 42

2022 : 20



Weibo



Abonnés

100

2023 : 85

2022 : 57



Couverture
[organique/paid]

81'020

2023 : 340'585

2022 : 83'696



Taux
d'engagement

1%

2023 : 1%

2022 : 1%



Nombre de
publications

50

2023 : 42

2022 : 20

CIIE 2024

Pour la 4^e année consécutive, SWP était présent sur le stand des Swiss Centers lors de la China International Import Expo (CIIE) du 5 au 10 novembre 2024 à Shanghai. Le stand global présentait 75 exposants suisses avec 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. Le salon a accueilli plus de 850'000 personnes.

Lors de cette édition, SCC a accueilli Monsieur l'Ambassadeur Jürg Burri et Monsieur le Consul Sacha Bachmann.



CIIE 2024
@Swiss Centers China

SINGAPOUR

En 2024, la première Swiss Wine Week Singapour a eu lieu du 4 au 13 octobre. Durant une semaine, neuf événements ont été organisés en partenariat avec l'Ambassade de Suisse à Singapour, Suisse Tourisme, Wine Circle, Kempinski, SwissCham et Swissness Wine. Il y a eu 14 domaines viticoles représentés, dont trois sur place, plus de 450 participants et plus de 300 bouteilles vendues durant les événements.



Swiss Wine Week Singapour
@Benjamin Chia | @Decanter

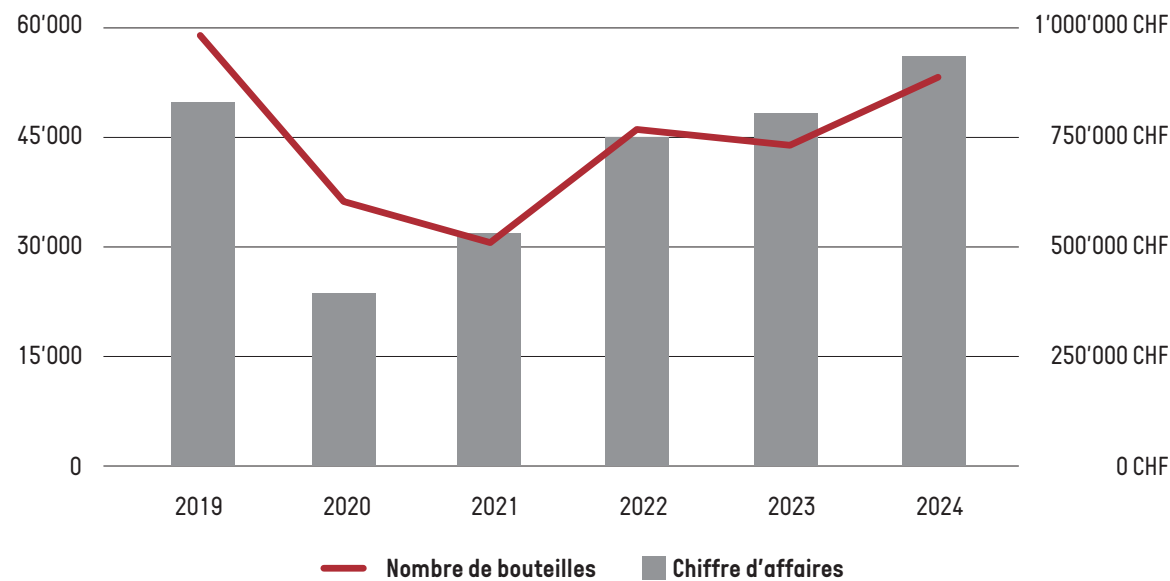
Corps Diplomatique

En 2024, le chiffre d'affaires ainsi que le nombre de bouteilles commandées augmentent respectivement de 16% et 18% par rapport à l'année précédente.

	Quantité				Valeur	
	2023	2023	2024	2024	2023	2024
	Nbre bts.	%	Nbre bts.	%	CA (prix bte)	CA (prix bte)
BLANCS	19'754	44,33%	26'265	50,69%	309'575	415'177
ROSES	800	1,80%	1'332	2,57%	11'546	20'974
ROUGES	16'876	37,87%	17'175	33,15%	323'087	330'446
MOUSSEUX	6'102	13,69%	6'376	12,31%	110'527	118'213
DOUX	120	0,27%	96	0,19%	2'440	2'027
LIQUEURS SPIRITUEUX	883	1,98%	499	0,96%	33'839	22'503
Divers/sans alcool	30	0,07%	70	0,14%	176	988
TOTAL VIN	44'565	100%	51'813	100%	791'191	910'328

Chiffres des ventes de vin annuelles du Corps diplomatique, comparatif entre 2023 et 2024. Source : Swiss Wine, janvier 2025

EVOLUTION DU CORPS DIPLOMATIQUE PAR NOMBRE DE BOUTEILLES ET CHIFFRE D'AFFAIRES



Source : Swiss Wine, 2024



10

ÉTUDES ET RECHERCHES

RAPPORT OSMV 2024

Les vins suisses représentent 24,9% des parts de marché en grande distribution par rapport aux vins totaux, soit -0,4% comparé à 2023.

En 2024, les volumes vendus de vin suisse en grande distribution sont en baisse [-5,4%] et les prix moyens en légère hausse [+0,9%]. En comparaison, les ventes des vins étrangers en grande distribution ont baissé de -3,4% et leurs prix moyens affichent une légère baisse [-1,0%].

Plus en détail, on remarque que les ventes des vins AOC (Appellation d'Origine Contrôlée) enregistrent une baisse des volumes [-5,3%] et une faible croissance des prix [+0,8%]. Cependant, les Vins de Pays affiche une plus forte baisse dans le volume [-6,8%] et une plus grande hausse dans les prix [+2,1%].

En termes de chiffres d'affaires, les vins suisses en grande distribution, toutes couleurs et catégories confondues, sont en baisse de -4,6% par rapport à 2023, tout comme les vins étrangers [-4,4%].

En 2024, la part de marché des vins suisses par rapport aux vins totaux en grande distribution varie de -0,4% par rapport à 2023. Dans le détail, la part de marché des vins blancs suisses progresse de +1,0% par rapport au total des vins blancs, tandis que celles des vins rouges et rosés reculent respectivement de -0,8% et de -2,0%. Les vins blancs représentent 56,8% du volume total des vins suisses, tandis que les vins rouges comptent pour 23,9% et les vins rosés 16,9%. Les vins mousseux suisses, quant à eux, constituent 2,3% des vins suisses totaux.

Source : Rapport OSMV, 2024

A woman in a black blazer is the central figure, holding a wine glass filled with white wine in her left hand and a smartphone in her right. She wears a red lanyard with 'SWISS WINE' printed on it and a white badge with a red logo and 'SWISS WINE' text. The background is blurred, showing other people and a table with a yellow tablecloth.

11

IMPRESSUM

Impressum

Adresse

Swiss Wine Promotion SA

Belpstrasse 26

3007 Berne

info@swisswine.com

Tél. +41 (0)31 398 52 20

www.swisswine.com

Partenaires principaux



Rédaction:

Swiss Wine Promotion SA, Berne

Crédits photos:

©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



