

**RAPPORT DE LA COMMISSION
chargée d'examiner l'objet suivant :**

Postulat Maurice Neyroud et consorts – Pour que la viticulture vaudoise sorte du confinement

1. PREAMBULE

La commission nommée pour traiter de l'objet cité en titre s'est réunie le 6 novembre 2020 à Lausanne.

Elle était composée de Messieurs les Député Alexandre Berthoud, Pierre Fonjallaz, Salvatore Guarna (en remplacement de Monsieur le Député Jean-Claude Glardon), Maurice Neyroud, Bernard Nicod, Jean-Marc Sordet, ainsi que du soussigné, Président et rapporteur de la commission.

A également participé à ces séances, Monsieur le Conseiller d'Etat Philippe Leuba, Chef du Département de l'économie, de l'innovation et du sport (DEIS). Il était accompagné de Monsieur Frédéric Brand, Directeur de la Direction de l'agriculture, de la viticulture et des améliorations foncières (DGAV).

Le Secrétariat de la commission était assuré par Madame Fanny Krug.

2. POSITION DU POSTULANT

Ce postulat évoque, d'une part, la situation viticole avant le coronavirus (COVID-19) qui rencontrait déjà un certain nombre de problèmes : une baisse de la consommation en Suisse et une surproduction au niveau mondial où les acteurs viticoles étrangers ont tendance à pousser à l'exportation. La Suisse étant un pays encore doté de moyens importants, elle demeure une cliente potentielle intéressante. Les prix du raisin ont baissé de 20% entre la récolte 2018 et la récolte 2019. D'autre part, la COVID-19 n'a pas arrangé les choses puisque la viticulture s'est coupée de nombreux marchés pour écouler son vin. Heureusement le Conseil d'Etat a déjà pris des mesures lors de la 1^{ère} vague de la COVID-19 qui sont à saluer : la diminution de la taxe de l'Office des vins vaudois (OVV) ou l'opération welQome, 1^{ère} du nom. Malheureusement, une 2^e vague est arrivée avec la fermeture des restaurants et la fin de différentes manifestations. La fin de l'année 2020 pour les stocks viticoles s'annonce sombre et la situation dans les caves compliquée. Au vu de la faiblesse de la récolte de cette année, il aurait pu être imaginé une hausse du prix du raisin, mais ce n'a pas été le cas.

Aujourd'hui, de nombreux viticulteurs risquent de lâcher les contrats de location, car ils n'ont plus la possibilité de vendre du raisin ou risquent de vendre à perte. Cela pourrait déboucher sur une cessation de l'exploitation de vignes à terme. Il est donc nécessaire de trouver des moyens simples pour remédier à cette situation : la Suisse consomme environ 35% de vins indigènes. Il suffirait d'augmenter cette consommation de 1%, voire 2 % pour qu'il n'y ait plus assez de vin à fournir. Il faut reconquérir ces parts de marché surtout en Suisse allemande où la perte a été importante ces dernières années. Il s'agit d'encourager la promotion des vins vaudois de manière à les revaloriser auprès des consommateurs.

3. POSITION DU CONSEIL D'ETAT

Le Chef du DEIS indique que la situation viticole vaudoise est très difficile sinon catastrophique dans une série de secteurs. Toutefois, une minorité de vigneron·s s'en sort bien, notamment ceux vendant tout en bouteille au contraire de ceux vendant en vrac (moût, raisin ou vin clair) où les prix se sont effectivement effondrés. Au regard de cette situation préoccupante, le Conseil d'Etat a pris des mesures en faveur de la viticulture. Il est vrai que les cafés-restaurants ont de nouveau fermé et le nombre de personnes habilitées à participer à une manifestation publique ou privée a été réduit. Cela a un impact sur la viticulture et la consommation. Comme annoncé la veille de la séance en conférence de presse, l'opération welQome a été relancée avec une enveloppe amplifiée à CHF 20 millions en faveur des acteurs locaux. Cette opération, dans sa 1^{re} mouture, a bénéficié à hauteur d'environ 37% à la restauration et 33-34% à la viticulture et aux brasseurs. Un impact similaire est espéré pour la 2^e mouture de cette opération qui sera opérationnelle dès le mois de décembre 2020.

L'une des hypothèses formulées dans ce postulat est de jouer sur les importations en élevant les barrières sur la quantité ou les taxes. Cette question agite le Parlement fédéral et son administration, mais pose deux problèmes. En 1^{ère}, elle se heurte aux accords internationaux où il faudrait renégocier avec les partenaires internationaux comme l'Union européenne (UE) et l'Organisation mondiale du commerce (OMC), mais aussi les grands producteurs de vins (la France, l'Italie, l'Afrique du Sud, l'Australie, etc.) avec l'exigence de contreparties de la part de ceux-ci. Il faut avouer que la viticulture en Suisse pèse peu dans le produit intérieur brut (PIB) et concerne seulement sept à huit cantons. S'il est demandé de freiner l'importation de vins, l'UE pourrait demander de taxer les médicaments, les services financiers ou l'industrie. À titre de comparaison, le secteur des médicaments représente cent fois plus d'emplois que le secteur de la viticulture. Il ne pense pas que la Suisse accepterait de mettre en péril des dizaines de milliers d'emplois dans une politique de cette nature. En 2^e, la fixation des quotas et des taxes d'importations est de nature fédérale ; le Canton ne peut rien entreprendre dans ce domaine.

Le postulant a raison de vouloir plus de perspectives pour la viticulture par le biais d'une politique de conquêtes des marchés plus dynamique ; c'est le rôle d'ailleurs de l'OVV. Après le départ de Pierre Keller en 2018, l'ancien directeur de l'école hôtelière, Michel Rochat, a été embauché parce qu'il disposait d'un excellent carnet d'adresses avec la volonté d'en faire beaucoup pour la promotion des vins vaudois. Dans le canton de Vaud, il y a un taux de population exogène important (environ 30% de la population vaudoise est d'origine étrangère) avec des communautés différentes (portugaises, kosovares, italiennes, espagnoles). Celles-ci souhaitent boire leurs vins, car cela leur rappelle leur pays d'origine. Néanmoins, il faut tout de même mettre en place une politique plus ambitieuse en matière de viticulture. Pour lui, deux pistes sont à privilégier : reconquérir la voie du marché intérieur notamment en Suisse alémanique et effectuer des campagnes de promotion en faveur de la viticulture vaudoise.

4. DISCUSSION GENERALE

Un député expose la situation dans la région où il vit et désire connaître la consommation de vins indigènes dans le canton de Vaud. De plus, la promotion doit être accentuée en Suisse allemande ainsi que dans toutes les régions de notre canton. Il désire également savoir où en est le traitement d'une motion au Conseil national, demandant d'intégrer les trente millions de litres de champagne et vins mousseux dans les quotas d'importation¹.

Le Chef du DEIS répond qu'effectivement les vins mousseux ne sont pas intégrés dans les quotas d'importation, mais le Canton est intervenu formellement auprès de l'Office fédéral de l'agriculture (OFAG) et du chef du Département fédéral de l'économie, de la formation et de la recherche (DEFR) pour que ce soit le cas : il est dans l'attente de la réponse de l'administration et du Conseil fédéral.

Il y a un début de prise de conscience dans la profession de la nécessité d'une certaine unité. En effet, la viticulture est composée d'individualistes ; cela a pu faire sa force jusqu'à récemment, mais cela est en train de changer. En termes de conquête de marché, les moyens de promotion des vins sont au cœur de l'enjeu. L'exemple du succès du champagne est avancé parce qu'il consacre plus de CHF 2.- par bouteille à la promotion coordonnée et toute une région viticole est soudée derrière celui-ci. Il y a là une force de frappe

¹ : 12.3738 Motion Darbellay Christophe : Intégrer les vins mousseux au contingent d'importation des vins.

avec des budgets colossaux. Dans le canton de Vaud, plus qu'ailleurs en Suisse, il y a des promotions très individualisées ou très locales. C'est l'une des difficultés liées au peu de moyens, car il ne peut pas être demandé à un vigneron, dans une situation actuelle, de consacrer CHF 2.- par bouteille pour la promotion de l'appellation d'une région, car ce serait économiquement insupportable.

Le Conseiller d'Etat croit plus à des efforts, conjoints entre le Canton et la profession, avec une stratégie, plutôt que se lancer dans un combat qui lui apparaît vain, celui de la limitation des importations.

Le Directeur de la DGAV renforce les propos du chef du département. Sur la part de consommation des vins vaudois sur le marché cantonal, en 2019 cela représentait environ 50% de vins vaudois. Sur la part des vins suisses et italiens sur le marché suisse en 2019, cela représente respectivement 27.5% et 28.3%. Les fonds marketing investis par l'Italie (au niveau des entreprises, des régions, de l'Italie, de l'Union Européenne, etc.) représentent une somme d'environ CHF 50 millions pour le marché suisse contre CHF 10 millions, en additionnant les cantons et les entreprises, pour les fonds marketing investis pour les vins suisses sur ce même marché. Le succès des vins étrangers s'explique par la forte intensité du soutien marketing liée au fait que le marché suisse est très rémunérateur avec une habitude prise chez ses consommateurs d'un prix du vin élevé, avec pour conséquence des marges très importantes pour les échelons en aval de la filière (mais pas au niveau de la production).

Un député partage les propos du chef de département sur les modifications des barrières à l'importation comme étant une peine perdue. Le meilleur moyen est de travailler sur la demande en cette période difficile, notamment en doublant le marketing, d'après une discussion qu'il a eue avec un vigneron du Lavaux. En Suisse allemande, il s'inquiète de la présence exclusive de vins italiens à la carte de nombreux restaurants. Le succès de la vigne vaudoise était dû, sur ces cinquante dernières années, à la conquête par les vignerons du marché alémanique. Il ne manque pas grand-chose pour tenir les prix, soit 2% de consommation supplémentaire. A ce stade, il souhaite savoir l'ampleur du succès passé dans l'offre des vins vaudois en Suisse alémanique et pourquoi plus rien ne se réalise là-bas aujourd'hui.

M. le Conseiller d'Etat ne dispose pas d'une vision globale des cinquante dernières années à partager. Un 1^{er} problème est le matraquage des régions étrangères en termes de marketing, qui a encore plus de poids dans les régions n'étant pas viticoles. Dans le canton de Saint-Gall – canton pas réputé pour ses vins – il importe peu de boire des vins du canton de Vaud ou d'Italie alors qu'à Chardonne, par exemple, le réflexe spontané n'est pas de boire du vin italien. Un second problème est celui des marges dans la restauration. Par exemple dans une pizzeria, un client se verra proposer, la plupart du temps, du Chianti parce que cela assure probablement une marge quatre à cinq fois supérieure au restaurateur que de proposer un Pinot ou un Gamay vaudois. Il y a un différentiel majeur de prix pour la viabilité du restaurant. Le Conseiller d'Etat entend des vignerons dire que le marché de la Suisse alémanique peut être conquis avec des vins plus chers visant la gastronomie et sur la base d'une relation directe et qualitative entre le vigneron et le restaurateur. Cela demande un important investissement de la part du vigneron car il s'agit d'entretenir cette relation.

Plusieurs députés estiment que de grandes parts de marché ont été perdues en Suisse alémanique à cause de plusieurs éléments. Tout d'abord, le matraquage de pays étrangers, l'Autriche puis l'Italie, avec des vins de qualité défiant toute concurrence au niveau des prix. Ensuite, les Vaudois se sont endormis ou ne disposaient pas des moyens suffisants pour effectuer la promotion de leurs vins. Dans la restauration vaudoise, la difficulté est due au fait que le vin constitue pour une grande part le produit principal de celle-ci. A l'étranger, la différence entre le prix à la cave et le prix à la restauration n'est pas aussi élevée qu'en Suisse.

Un autre député exprime qu'il devrait être envisagé d'investir des moyens dans la promotion, car il y a beaucoup d'organisation, mais pas d'unité d'action entre les différentes régions viticoles vaudoises. L'Etat, par le biais de ses moyens financiers, pourrait encourager la profession à se structurer pour trouver les grands distributeurs parce que chaque vigneron ne peut pas vendre ses vins dans sa cave. La profession doit s'organiser en abordant les grands distributeurs avec l'intention de maintenir les prix et éviter de vendre leur production au rabais. En conclusion, le canton de Vaud a intérêt à ce que la viticulture retrouve une situation financière saine.

Un député rappelle que la situation du marketing des vins étrangers est ancienne. La moyenne de l'importation de ces vins n'a jamais été plus haut que CHF 1.- le litre et aucune comparaison n'est possible au regard des frais de production et des faibles marges de vigneron vaudois pour vivre seulement de la vente des vins. Dans son exploitation en Lavaux, il avait trois millésimes de vins où il n'y avait plus d'acheteur, mais il a trouvé des solutions. Il n'y a donc plus d'acheteur ou de marché impliquant que les solutions trouvées ne sont plus valables aujourd'hui. Pour adapter le marché, les quotas ont baissé impliquant moins de production et donc moins de marge. Ensuite, les prix en vrac se sont effondrés et les prix d'achat n'ont pas tellement augmenté depuis une vingtaine d'années, probablement beaucoup moins que l'augmentation du prix de la vie. Il faut rappeler, en tout cas en Lavaux, que les vigneron sont aussi les acteurs de la région qui est très appréciée pour son paysage. À ce stade, il n'a pas de solution à apporter.

Un député viticulteur désire démystifier la vente de bouteilles du vigneron dans sa cave. À ce propos, il serait curieux de connaître la proportion de bouteilles vendues à la production par rapport au volume commercialisé par les grandes entreprises. Environ 70% de la production vaudoise est commercialisé par le biais de grandes sociétés ou de coopératives. Il se désole également de la publicité pour les vins étrangers dans les médias. A ce stade, il se dit sceptique sur les mesures à prendre (doubler le marché, mettre des taxes, etc.).

La discussion se poursuit avec une question d'un député. Il indique qu'au mois de novembre 2019, le Conseil fédéral a refusé une motion demandant d'imposer 50% de vins suisses à la carte des restaurants². Il demande si cette option pourrait être envisagée dans le canton tout en s'interrogeant sur la fixation d'un pourcentage.

M. le Chef du DEIS répond que la loi sur les auberges et les débits de boissons (LADB) prévoit actuellement l'obligation de faire figurer un vin vaudois sur la carte de chaque établissement. À partir d'un certain nombre, cela violerait les règles régissant la loi fédérale sur le marché intérieur (LMI) interdisant aux cantons d'avoir des mesures protectionnistes. Si le canton de Vaud recourt au protectionnisme, il sera compliqué d'éviter que les cantons alémaniques n'en fassent pas de même.

Plusieurs députés demandent aux représentants de l'État si ceux-ci ont une stratégie pour attaquer le marché alémanique. Si oui, il faudrait pouvoir articuler un montant. Pour améliorer le sort de la viticulture vaudoise, un député est d'avis de s'inspirer de deux exemples concrets :

- les vigneron de la région du Nord-vaudois ont réussi, en quelques années, à améliorer la qualité de leurs vins ;
- le vin vaudois devrait suivre l'exemple du champagne en devenant un produit de luxe ou de qualité sur le marché extérieur.

D'autre part, il est demandé de savoir combien il faudrait investir pour renverser la tendance avec des promotions impactant la consommation. Comme pour le domaine des améliorations foncières par exemple, il s'interroge dans quelle mesure la Confédération ne pourrait pas aussi participer à cet effort. Même s'il a peu d'impact sur le PIB, il s'agit de soutenir et de valoriser la viticulture suisse avec un financement commun entre la production, la distribution, la Confédération et les cantons viticoles.

M. le Conseiller d'Etat répond qu'il ne peut pas donner de chiffre précis pour conquérir le marché suisse alémanique. Il s'agit d'une stratégie de longue haleine pour la conquête d'un marché. Il croit à un positionnement des vins vaudois plutôt dans la gamme supérieure en termes de prix et de qualité. Il ne revient pas à l'État de faire tout cela en demandant d'injecter une somme de plusieurs millions. La vente du vin n'est pas seulement la vente d'un produit, mais aussi d'une émotion et d'une expérience comme c'est le cas pour le champagne par exemple. Tout comme les horlogers suisses qui ne vendent pas l'heure mais l'émotion, la maîtrise du temps. C'est cet aspect qu'il faut travailler et développer, avec l'ensemble des acteurs viticoles, pour les vins vaudois qui sont en même temps un produit d'exception, un produit unique et un produit de grande consommation. Il s'agit d'humaniser le vin. Toutefois, le Grand Conseil doit faire preuve de cohérence tout au long de l'année. En effet, il ne peut pas être exprimé la volonté de promouvoir les vins vaudois un jour, mais un autre jour, décider de réglementer la publicité sur le vin, interdire sa vente aux jeunes ou en soirée, etc.

Un député demande s'il serait possible de connaître le budget ainsi que le financement de l'OVV.

² 19.4300 Motion Jean-Luc Addor : Du vin suisse dans nos bistrotts !

Le Chef du DEIS répond qu'il y a une taxe obligatoire sur les vins vaudois imposée par le droit cantonal et payée par les vigneron·s assurant ainsi un financement stable à la viticulture vaudoise. C'est la mutualisation de la promotion des vins au travers de la taxe calculée en fonction du volume et de la surface. C'est une somme d'environ CHF 3 millions représentant l'essentiel du budget de l'OVV. Trois cantons connaissent ce système. Dans le cadre de la COVID-19, comme l'a relevé le postulant, l'obligation de paiement de la taxe a été levée pour alléger les charges financières des viticulteurs. Toutefois sans priver l'office de cette manne essentielle, il a été prélevé dans un fonds les CHF 3 millions nécessaires, afin d'éviter que les vigneron·s doivent payer cette taxe alors que leur situation financière est catastrophique.

Un député explique que le Grand Conseil ne sera jamais cohérent, mais une majorité sera trouvée sur cette thématique. Cela doit être un investissement de soutien aux patrons devant être effectué par le canton avec un plan d'action risquant de ne pas plaire aux vigneron·s où serait mis en avant, non plus les régions, mais les vignes vaudoises. Ensuite, il faudrait prévoir une somme de CHF 20 millions pour attaquer le marché alémanique avec un produit de luxe. Il faut se battre pour la viticulture vaudoise, afin d'inverser la tendance et rendre cette économie prospère. Il propose d'accepter le postulat et d'évaluer les moyens publics à investir pour doper la demande.

Un député vigneron juge discutable la réalisation de certains investissements de l'OVV sur des campagnes de publicité sans lien à la tradition et à la culture viticoles. Il imagine une promotion claire donnant envie aux gens de consommer ces vins et de les positionner comme un produit de haut de gamme. Il faut travailler et communiquer sur cette image avant d'investir de l'argent et de fédérer l'ensemble des acteurs. À ce propos, il pourrait être intéressant de créer un groupe de travail avec l'OVV et les producteurs, afin de garantir l'efficacité de cette promotion sur la durée.

Un autre député, également vigneron, évoque la question de l'augmentation de la taxe dont le paiement échoira toujours aux vigneron·s et où l'État ne mettra pas CHF 1.- supplémentaire. Pour rappel, l'introduction de la taxe a rencontré également des oppositions chez des confrères de sa région. Celle-ci est unilatérale et il se demande s'il ne faudrait pas prévoir une taxe proportionnelle au résultat économique plutôt que sur la surface. Il s'interroge pourquoi les vigneron·s qui bougent au sein de l'OVV, en faisant de la publicité par exemple, doivent payer une taxe identique à des vigneron·s n'entreprenant rien. Aucun vigneron ne veut pas payer, mais il faut s'interroger comment payer.

En conclusion, plusieurs commissaires expriment que des actions marketing devraient être entreprises du côté de la Suisse allemande pour augmenter la consommation. Toutefois, les moyens pour y arriver sont larges et est-ce vraiment à l'État d'investir dans cette promotion. Afin de pouvoir gagner quelques parts de marché, les vins vaudois devraient plutôt se vendre avec une appellation en provenance du Canton de Vaud plutôt que par régions. Il est nécessaire de fédérer les vigneron·s vaudois plutôt que de se faire concurrence pour l'augmentation de parts de marché en Suisse orientale. D'autre part, il faudrait viser une gamme supérieure pour mieux positionner les vins vaudois. L'instauration d'une task force serait une des pistes sans remettre en cause la mission de l'OVV. Le Parlement devrait également se questionner sur les moyens à apporter.

5. VOTE DE LA COMMISSION

La commission recommande au Grand Conseil de prendre en considération ce postulat à l'unanimité des membres présents, et de le renvoyer au Conseil d'État.

Rolle, le 30 avril 2021.

*Le rapporteur :
(Signé) Cédric Echenard*