

RECOMMANDEE

Monsieur Christian Hofer
Directeur de l'Office fédéral
de l'agriculture OFAG
Schwarzenburgstrasse 165
3003 Berne

Berne, le 20 juillet 2022

Demande d'extension de la mesure d'entraide (force obligatoire) selon l'art. 9 LAgr pour 2023 à 2025

Monsieur le Directeur,

Vous trouvez ci-dessous notre demande d'extension 2023 – 2025 au Conseil fédéral pour la mesure d'entraide "Promotion des vins suisses", que l'assemblée des délégués de l'Interprofession de la vigne et des vins suisses IVVS du 17 juin 2022 a décidé à l'unanimité de déposer.

1. Interprofession de la vigne et des vins suisses (IVVS)

L'IVVS est une association au sens des articles 60ss CCS. Elle a pour but principal la sauvegarde des vignobles et des vins suisses, notamment par la progression des parts de marché en Suisse et à l'étranger. Elle concentre son activité sur (article 2 des statuts) :

- la promotion et le marketing en Suisse et à l'étranger – cette activité peut être déléguée à un autre organisme – un cahier des charges en définit les conditions (article 8, dernier tiret des statuts);
- l'obtention de l'extension de mesures d'entraide de la Confédération et l'application des tâches qui y sont liées.
- l'observation du marché et des prix;
- la défense de la consommation des vins suisses;

L'IVVS compte dix membres (article 3 des statuts), dont les six interprofessions cantonales (supra-cantonales pour la Suisse alémanique et les Trois-lacs) suivantes :

- Interprofession de la vigne et du vin du Valais (IVV)
- Communauté interprofessionnelle du vin vaudois (CIVV)
- Interprofession du vignoble et des vins de Genève (IVVG)
- Interprofession vitivinicole des trois lacs (I3Lacs)
- Interprofessione della vite e del vino ticinese (IVVTI)
- Branchenverband Deutschschweizer Wein (BDW)

ainsi que les quatre organisations professionnelles nationales :

Production

- Fédération suisse des vignerons (FSV)
- Association suisse des vignerons-encaveurs indépendants (ASVEI)

Encavage

- Association nationale des coopératives vitivinicoles suisses (ANCV)
- Société des encaveurs de vins suisses (SEVS).

Les statuts de l'IVVS, adoptés par l'assemblée des délégués du 6 juin 2018, figurent en annexe à la présente demande.

2. *Mesure d'entraide dont l'extension est demandée*

Bilan 2019-2021

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 à 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. Les actions de Swiss Wine Promotion (SWP) se déroulent, tout au long de l'année, dans plusieurs branches économiques. Pour rappel, 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.

Fort de ce constat, dès 2020, SWP s'est engagé avec des moyens supplémentaires de la Confédération pour développer ses actions dans le domaine de la distribution et de la gastronomie. En effet, dans le domaine de la grande distribution, les ventes de vin suisse ont augmenté (+13.6% en 2020) et leurs prix sont restés plutôt stables (-0.3% en 2020). La part de marché (en volume) des vins suisses dans ces enseignes s'élève à 28.1%. Cela représente +0.6% par rapport à 2019. La hausse des ventes de vins suisses en grande distribution se traduit aussi bien pour les vins blancs (+13.5%) que pour les rouges (+13.7%) et les rosés (+14.0%). L'année 2020, marquée par les restrictions liées à la COVID, a favorisé les achats de vin par les consommateurs dans les huit principales enseignes analysées. Plus en détail, on remarque que les ventes des vins AOC (Appellation d'Origine Contrôlée)

suisses (+12.7%) et les Vins de Pays suisses (VdP) (+20.0%) ont augmenté plus fortement. L'ensemble des régions viticoles suisses profite de cet accroissement des ventes en grande distribution. Enfin en comparaison, les ventes des vins étrangers en grande distribution ont augmenté de +11.2% et leur prix de +1.9%. Ces chiffres démontrent également que la pression des produits d'importation est très importante sur le marché national. 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.

Suite à l'étude effectuée par SWP en 2020 auprès des restaurateurs participant à l'action Swiss Wine Gourmet (plus de 2'300 établissements), 54% des restaurants proposent des crus helvétiques sur leur carte. Ce chiffre est en progression de 5% depuis 2019. L'analyse des cartes de vin a également permis de constater que la présence des vins suisses est très disparate selon les régions. D'une manière générale, les établissements privilégient les vins des régions viticoles proches de leur village ou de leur ville. Sans surprise, les vins issus des régions du Valais (62%) du canton de Vaud (57%) ainsi que de la Suisse alémanique (55%) sont bien représentés dans l'ensemble de la Suisse. Les plus petites régions sont très présentes dans leurs régions respectives (jusqu'à 98% de présence sur les cartes des vins) mais plus difficilement dans les autres cantons. Enfin, les exportations des vins suisses s'élèvent à 1,3 million de litres, soit moins de 2% de la production globale. Depuis 2021, les vins suisses gagnent des parts de marché effectives : ceux-ci affichent une hausse de 0.7% et se positionnent à 37.7%. En somme, ces signes positifs encouragent SWP à maintenir et développer la promotion des vins suisses avec des moyens supplémentaires.

Stratégie vitiviniculture suisse 2025

La mesure d'entraide dont nous demandons l'extension est une mesure phare de la stratégie vitiviniculture suisse 2025" élaborée par l'IVVS entre avril 2018 et janvier 2019. Cette stratégie a fait l'objet d'une large consultation des organisations membres de l'IVVS et a rencontré un appui professionnel très large. Pour preuve, la décision prise à l'unanimité par les délégués de l'IVVS en date du 26 juin 2019, pour soutenir cette stratégie (procès-verbal en annexe). Les différentes mesures vont être mises en œuvre étape par étape.

Vous trouvez ci-dessous le contenu de la stratégie vitiviniculture suisse 2025 :

Neuf objectifs

1. Défendre la légitimité et l'appartenance de la vitiviniculture aux valeurs fondamentales de la Suisse
2. Valoriser l'impact économique, culturel et environnemental de la vitiviniculture en Suisse
3. Englober dans la notion de qualité le niveau gustatif des vins, la durabilité de la production et le soin à notre paysage viticole
4. Accroître le produit brut de la vitiviniculture suisse, avec une définition claire d'un objectif quantifié et contrôlable
5. Maintenir le vignoble à 15'000 hectares en fonction de l'évolution climatique et en encourager le renouvellement pour éviter un vieillissement excessif
6. Vendre annuellement 110 millions de litres : prioritairement en dépassant 40 % de part de marché en Suisse
7. Développer la notoriété des vins suisses hors de nos frontières pour renforcer leur image en Suisse
8. Renforcer les organisations professionnelles nationales envers les institutions, l'opinion publique et les médias en travaillant de manière coordonnée avec les organisations cantonales et les autres filières agroalimentaires

9. Soutenir et encourager le développement de l'œnotourisme

Mesures

Marché

1. Approvisionner régulièrement en volume et qualité des différents segments du marché :
 - a. vins de consommation courante
 - b. vins de consommation régulière
 - c. vins de consommation occasionnelle
 - d. vins haut de gamme, spécialités
2. Développer de manière continue et coordonnée les promotions régionales et la promotion globale des vins suisses par le biais de SWP
3. Investir des moyens complémentaires dans la promotion à l'exportation coordonnée par SWP
4. Développer et gérer la communication Swiss Wine et son logo selon une stratégie de marque définie par SWP, ceci aussi bien en Suisse qu'à l'étranger
5. Mettre en place un système permettant la gestion quantitative de l'offre (réserve climatique)
6. Evaluer la création de surfaces hors cadastre ou non pour la production de vin industriel (Swissness)
7. Entamer une réflexion sur les quotas

Ecologie

1. Soutenir et encourager la mise en place de méthodes de production durable (~~et biologique ?~~)
2. Encourager toute activité favorable au développement d'une viticulture respectueuse de l'environnement
3. Encourager la biodiversité

Recherche et formation

1. Valoriser les métiers de la vitiviniculture
2. Maintenir une formation professionnelle de base et continue de haut niveau
3. Soutenir le maintien d'une recherche vitivinicole fédérale de haut niveau pour la recherche pratique avec AGROSCOPE

Structures

1. Renforcer par mandat le rôle de SWP en tant qu'acteur de la communication globale et de la coordination de la promotion entre les régions
2. Assurer la pérennité de l'Observatoire suisse du marché des vins, afin de disposer de données fiables et de qualité permettant une réelle connaissance des segments et canaux de vente, des valeurs ajoutées et des tendances du marché
3. Gérer la formation professionnelle de viticulteur par le biais de la commission de formation professionnelle de la FSV.

Stratégie de SWP SA 2022 - 2025

1. Missions stratégiques

Swiss Wine Promotion soutient la vente des vins suisses (toutes régions viticoles confondues) produits aussi bien par des vigneron-encaveurs, par des négociants / commerces de vin que par des coopératives en proposant et en mettant en œuvre des actions de marketing et de communication.

L'aperçu global sur la viticulture permet de fixer des objectifs en lien avec le contexte économique, technologique, écologique et social. Dans ces objectifs SWP prend à cœur d'intégrer les thématiques prioritaires de l'OFAG.

1.1. Objectifs OFAG

L'OFAG a établi ses axes principaux pour les quatre prochaines années. Ceux-ci servent à l'amélioration continue de l'ensemble du système de promotion des ventes agricoles. Les priorités 2022-2025 sont définies comme suit

- Réalisation de synergies entre les différentes campagnes
- Mise en évidence de la communication au point de vente
- Communication des plus-values dans le domaine de la durabilité de la production
- Prise en compte des recommandations en matière d'alimentation et transmission d'informations sur des habitudes de consommation respectueuses du principe de durabilité.

1.2 Objectifs stratégiques

Les objectifs de l'OFAG susmentionnés ont poussé SWP à s'interroger sur : qu'est-ce qu'incarne la marque Swiss Wine ? Que promet-elle à ses consommateurs ? Quelles sont les valeurs et comment se distingue-t-elle de la concurrence ? Quels avantages offre-t-elle à ses acteurs ? Quelle est la tonalité de sa communication ? La réponse à ces questions : « Ce qui nous ressemble, nous rassemble ».

Afin que les vins suisses reprennent une place prépondérante sur le marché suisse et se développent au niveau international, SWP s'est fixé les objectifs suivants :

1. Atteindre 40% des parts de marchés de la consommation de vin en Suisse et 3 % au niveau des exportations
2. Se distinguer de la production étrangère par la valorisation de la durabilité des vins suisses
3. Développer des outils de monitoring afin de mieux analyser l'évolution des marchés et des attentes
4. Proposer un meilleur programme de connaissance sur les vins suisses auprès du grand public et des professionnels
5. Fédérer les acteurs
6. Porter une image unique pour les vins suisses sous l'identité Swiss Wine

2. Structure de la stratégie 2022-2025

La stratégie globale passe par une signature forte et une image de marque commune. Ces deux éléments se retrouvent dans tous les supports des communications qui soutiennent les activités marketing de Swiss Wine. Cette signature appelle les consommateurs à découvrir avec enthousiasme les vins suisses. Elle les incite à passer au-delà des préjugés et veut susciter l'engouement, voire la passion pour nos vins.

Pour nourrir cet enthousiasme pour les vins suisses, la stratégie de Swiss Wine Promotion repose sur cinq piliers de promotion stratégiques :

- Communication
- Gastronomie
- Grands événements
- Distributeurs et revendeurs
- Export

Cette répartition des projets permet de visualiser que les piliers sont fortement soutenus par des mesures ciblées selon les publics cibles. De plus, des projets supplémentaires sont également présentés pour soutenir les mesures principales :

- Œnotourisme
- Campagne « Sans hésiter »
- Campagne « Local et durable »
- Etudes et recherches
- Partner Events
- Concours internationaux
- Formation

2.1 Communication

Les actions de communication sont destinées à renforcer la communication auprès du groupe-cible des consommateurs au sens large. Grâce à des mesures importantes pour la communication traditionnelle et digitale, sous les slogans « Swiss Wine, Sans hésiter ! » et « local & durable », l'objectif de SWP est d'améliorer la visibilité et la reconnaissance de la marque comme label de qualité, de proximité et surtout une garantie d'une production durable.

Objectifs quantitatifs

- En 2020 : 38% de la consommation totale représentée par les vins suisses
- 2025 : +2% soit 40% de la consommation totale représentée par les vins suisses

2.2 Grands événements

La présence de vin suisse lors d'événements en Suisse ou à l'étranger est destinée à renforcer le contact direct avec les clients. Cela permet de créer un contexte favorable pour des échanges directs entre le consommateur et le producteur ou pour découvrir la diversité de la viticulture suisse.

Objectifs quantitatifs

- Faire vivre une expérience exclusive au public (expérience directe)
- Faire découvrir aux consommateurs de vins suisses le travail de la vigne et rendre hommage aux gestes du vigneron dans ce qu'il a de plus élégant, humble, créatif, précieux et humain

2.3 Gastronomie

La gastronomie est un pilier important dans la promotion des vins suisses. C'est pourquoi SWP met en place des actions qui soutiennent le secteur HORECA, le domaine viticole par la vente de vins suisses auprès des distributeurs, revendeurs ou directe.

Les projets de Swiss Wine Summer et Swiss Wine Gourmet visent à augmenter la représentation des vins suisses en gastronomie en encourageant les restaurateurs à prendre de nouvelles habitudes de commande. Le développement de partenariat avec les faitières de cette filière sera renforcé.

Objectifs quantitatifs

- Renforcer les partenariats avec le secteur gastronomique
- Former et informer les personnels HoReCa sur les vins suisses

2.4 Distributeurs-revendeurs

SWP maintient son excellente collaboration avec ses différents partenaires dans la distribution afin de mettre les produits en avant selon les tendances de consommation et la saisonnalité. Cette mise en avant se traduit par des dégustations en magasins, des cahiers spéciaux dédiés aux vins suisses, des affichages et des insertions médias dans les supports de communication des distributeurs. Ces partenariats avec les distributeurs permettent avant tout de rapprocher les vins suisses des consommateurs, directement sur les points de vente.

Objectifs quantitatifs :

- Consolider position auprès des consommateurs et acheteurs en mettant la priorité sur la Suisse alémanique
- Concurrencer la forte présence des vins d'importation et redonner envie aux consommateurs suisses de déguster des vins de proximité
- Créer une identité commune forte pour tous les vins suisses, sans distinction des régions d'origine, pour être facilement reconnaissable dans les rayons

2.5 Export

L'ensemble des actions Export vise à renforcer la communication et les actions de promotion dans les marchés principaux et stratégiques.

La commercialisation des vins suisses à l'exportation en 2020 permet de constater une diminution du volume en litre (-23.93%) et du chiffre d'affaires (-17.95%), mais une augmentation de 7.89% du prix par litre. L'objectif est de renverser la courbe et d'augmenter le volume ainsi que le chiffre d'affaires tout en maintenant un prix au litre stable.

En plus du marché intérieur, SWP mène des opérations sur plusieurs marchés internationaux tels que l'Allemagne, le Benelux (Belgique, Pays-Bas, Luxembourg), la France, le Royaume-Uni, les Etats-Unis, la Chine et le Japon, pour augmenter sa visibilité et créer des liens qui facilitent l'exportation pour les vigneronnes et vignerons suisses.

SWP se charge également des relations avec le Corps diplomatique afin d'assurer la représentativité des vins suisses dans les ambassades et lieux diplomatiques helvétiques.

Objectifs quantitatifs

- Au niveau des exportations, une augmentation de 10% des volumes et de 2% en chiffre d'affaires par rapport à 2020
- Au niveau du corps diplomatique, une augmentation de 20% en volumes et 10% en chiffre d'affaires par rapport à 2020

3. Promotion des ventes

Avec des mesures publicitaires classiques et accrocheuses, SWP attire l'attention des consommateurs et les plonge dans une atmosphère qui rappelle de bons souvenirs.

Supports d'information et d'éducation

Depuis 2019, 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.

Annonces et publiportages

Les publiportages sont privilégiés pour mettre en avant une campagne spécifique avec un message fort à travers les médias imprimés ou digitaux. Les campagnes de communication sont diffusées à travers des affiches, écrans numériques, dans des lieux très fréquentés comme les gares ou les transports publics.

Les annonces sont publiées dans des médias spécialisés en Suisse ou à l'étranger, ainsi que dans les médias destinés au grand public.

Ambassadeurs de marque

Sur le marché suisse et les marchés d'exportation, des personnalités sont choisies comme ambassadeurs et ambassadrices des vins suisses. Collaboration avec les partenaires La collaboration avec les partenaires régionaux et privés est renforcée par une utilisation constante de l'identité visuelle Swiss Wine et le développement de projets en lien avec les objectifs stratégiques de SWP.

4. Marketing digital

Internet est la source d'information majeure et l'un des points de contact avec les consommateurs les plus importants. SWP cherche à constamment améliorer ces outils de communication digitaux en créant des synergies positives avec ses partenaires.

SWP renforce ses activités marketing orientées données : ciblage, publicité programmatique, newsletters personnalisées.

SWP offre aux consommateurs un contenu éducatif et inspirant via les réseaux sociaux et encourage les utilisateurs avec l'hashtag #swisswine et le slogan SWISS WINE | SANS HESITER. Le contenu généré par les utilisateurs est intégré dans la communication en ligne. Actuellement SWP est actif, principalement, sur le marché suisse via les plateformes Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube, Twitter. D'autres canaux sont régulièrement examinés.

Distribution numérique Une personnalisation des newsletters permet de conserver le lien avec les clients cibles et de collecter des données, afin d'offrir une communication ciblée et une meilleure expérience des vins suisses aux consommateurs.

5. Relations publiques

SWP mise sur l'acquisition, le suivi et l'information auprès des médias suisses et internationaux. L'accent est mis sur la promotion de produits oenotouristiques qui visent à faire vivre une expérience mémorable et en apprendre plus sur les crus helvétiques. Pour ses nouvelles campagnes, SWP envisage de collaborer plus étroitement avec des influenceurs afin d'atteindre le public des milléniaux.

6. Financement

Les contributions, fixées en 2011 à 0.455 centime au m² (CHF 0.00455) pour la production, et à 0.55 centime au kilo de raisin (CHF 0.0055) pour l'encavage, sont maintenues (voir procès-verbal de l'assemblée des délégués du 17 juin 2022).

Les cotisations sont calculées sur la récolte qui précède l'année de l'encaissement, soit par exemple pour 2022 les surfaces et volumes publiés dans le rapport "Année viticole 2021" de l'Office fédéral de l'agriculture (OFAG). Cette manière de procéder permet de coordonner le prélèvement avec d'autres contributions cantonales perçues par les Interprofessions régionales, respectivement par les cantons. Elle facilite ainsi les travaux en limitant la bureaucratie. Nous ne sommes cependant pas en mesure de vous renseigner sur la façon dont les contributions sont perçues auprès des membres, chaque canton ayant ses propres pratiques en la matière.

Par décision du Conseil fédéral du 22 novembre 2017, le Conseil fédéral a accordé à l'IVVS la force obligatoire pour les années 2018 et 2019. Le 13 novembre 2019, il a de plus approuvé la demande d'extension du 1^{er} janvier 2020 au 31 décembre 2022.

Le mode de perception des cotisations appliqué par l'IVVS depuis 2011, c'est-à-dire d'utiliser les données figurant dans le rapport "Année viticole" de l'OFAG n'a jamais posé de problème auprès des interprofessions et de leurs membres. L'IVVS demande de pouvoir continuer à procéder de la sorte. En effet, si la contribution doit être fixée individuellement sur la base de la surface/du volume encavé effectif de chaque entreprise, cela signifierait que l'IVVS devrait, d'une part, se procurer les données auprès des cantons. D'autre part, elle devrait envoyer plus de 10'000 factures, ce qui engendrerait une perte de temps et un travail énorme. Enfin, l'acquittement de ces factures interviendrait au compte-goutte, ce qui mettrait en péril le travail de SWP qui doit pouvoir disposer de montants plus importants tout au long de l'année, afin de mettre en œuvre ses activités.

Les fonds propres sont perçus par les interprofessions cantonales (supra-cantonales pour la Suisse alémanique et les Trois Lacs). Celles-ci peuvent charger une organisation ou un fiduciaire de procéder à l'encaissement. Les montants facturés depuis 2011 par l'IVVS aux interprofessions sont les suivants :

- 2011 CHF 1'099'900.70
- 2012 CHF 1'333'491.20
- 2013 CHF 1'366'976.00
- 2014 CHF 1'251'578.80
- 2015 CHF 1'315'970.10
- 2016 CHF 1'256'924.90
- 2017 CHF 1'411'855.40
- 2018 CHF 1'214'355.43
- 2019 CHF 1'331'155.61
- 2020 CHF 1'249'212.86
- 2021 CHF 1'154'316.86

Pour l'année 2022, l'IVVS facturera une somme de CHF 1'084'994,45

Il convient de rappeler que le Conseil fédéral, par décision du 13 novembre 2019, a accordé à l'IVVS la force obligatoire pour les années 2020 à 2022.

La continuité dans le financement de SWP est primordiale, car pour être perçue par un large public, une communication doit pouvoir compter sur une planification suivie sur le moyen et le long terme. Une constance dans le prélèvement des redevances est donc indispensable et ne peut dépendre du bon vouloir de certains producteurs à financer ou non l'effort entrepris dans l'intérêt général.

La valorisation des produits de nos terroirs passe par la valorisation des appellations régionales. La défense de ce patrimoine commun est du ressort de tous les producteurs. En ce sens, il est primordial que chacun participe à l'effort de promotion, car tous en sont bénéficiaires. Malheureusement, nous craignons qu'un nombre croissant de producteurs renonce à payer ces redevances. Les difficultés financières liées aux années COVID-19, suivi de la petite récolte et aux aléas climatiques de 2021, incitent de plus en plus de producteurs à refuser de payer les redevances, alors que c'est en ces périodes difficiles que la promotion est la plus nécessaire pour préserver la position des vins suisses sur le marché interne. Cette tendance provoque un effet de contagion qui va porter un préjudice grave au maintien des activités de promotion globale qui ont été confiées à SWP par l'IVVS. Les contributions étant restées inchangées depuis la création de SWP, l'augmentation du nombre de producteurs refusant de s'acquitter des redevances peut mettre sérieusement en danger le programme promotionnel indispensable à l'amélioration de la valorisation du travail de l'ensemble de la branche. Etant donné que la facturation des redevances par les interprofessions n'intervient en général pas avant le mois de juin, il n'est, à ce stade, pas possible de vous fournir le nombre de membres qui refuseront de s'acquitter de leur dû en 2022. Il faudra vraisemblablement attendre la fin de l'année pour pouvoir vous fournir ces données. Enfin, comme la force obligatoire n'existe pas dans les cantons alémaniques, ceux-ci refuseront de communiquer quelque chiffre que ce soit au Branchenverband Deutschschweizer Wein (BDW).

Dans les cantons qui connaissent déjà la force obligatoire (Valais, Vaud, Genève, Neuchâtel, Fribourg et Tessin), les dispositions de l'Ordonnance sur l'extension des mesures d'entraide des interprofessions et des organisations de producteurs (OIOP) ne s'appliquent pas.

Les contributions encaissées seront dans leur intégralité affectées aux activités de promotion globale (selon programme d'activité 2022-2025 de SWP) et à l'OSMV.

Il est proposé qu'aucune cotisation ne soit perçue auprès des non-membres lorsque le montant est inférieur à dix francs, ceci afin de limiter les charges administratives.

Lors de l'encaissement, les non-membres seront orientés sur le fait que les vins vendus directement au consommateur final par le producteur ne sont pas soumis à cette contribution. La preuve officielle doit être apportée par un fiduciaire ou par le canton.

Etant donné que l'IVVS confie la mise en œuvre de la campagne à SWP et que les fonds réunis par les interprofessions sont utilisés par SWP, le contrôle de l'affectation de ces fonds sera assuré par le même organisme qui contrôle déjà aujourd'hui les mouvements financiers de cette organisation, à savoir actuellement la fiduciaire BfB Fidam Révision SA à Renens. La mesure de l'impact des activités se fait par sondage auprès des consommateurs par des instituts de sondage reconnus (MIS Trend, Link) et par le suivi des analyses de marché de l'OSMV.

Les ventes directes représentent un tiers en moyenne nationale. Dans les régions viticoles comptant de nombreuses petites caves, la part en valeur peut aller jusqu'aux trois quarts. Dans les six régions viticoles, des journées "caves ouvertes" sont régulièrement organisées, où la vente directe est massivement soutenue par des fonds fédéraux. Tous les viticulteurs et producteurs de raisin en profitent. C'est pourquoi la force obligatoire est à appliquer chez tous les viticulteurs, sans exception.

Extension

Une extension de la mesure est nécessaire pour exclure toute resquille et pour garantir les fonds propres nécessaires à la réalisation d'une promotion globale structurée et cohérente pour les années à venir (2023 – 2025). Elle revêt une grande importance, en particulier en Suisse alémanique. En effet, cette partie de notre pays compte un grand nombre de non-membres et elle ne connaît pas la force obligatoire. Pour les cantons de Zurich, St-Gall et Thurgovie, les non-membres représentent entre 18 et 30 % de la surface totale. Il nous est cependant très difficile de fournir des chiffres plus précis sur le nombre exact de membres et de non-membres dans les cantons de Suisse alémanique, les cantons refusant de livrer ces informations au BDW car il n'y a pas la force obligatoire. L'extension de la mesure est donc extrêmement importante, d'abord pour la Suisse alémanique, mais aussi pour le reste de la Suisse vu le fort risque de "contagion".

Ainsi, si l'IVVS n'obtient pas une nouvelle extension de la force obligatoire, la mesure d'entraide sera remise en question par les interprofessions et les activités de promotion globale mentionnées plus haut ne pourront être maintenues. Dans la situation de marché actuelle, les mesures nationales de promotion sont dans l'intérêt général de tous les producteurs et encaveurs de vins suisses – qu'ils soient membres ou pas. Il est indéniable que même les opérateurs vendant tout ou partie de leur production directement au consommateur final bénéficient de l'impact de la campagne de promotion. L'image du vin suisse doit durablement être améliorée et la notoriété des vins suisses augmentée. Ce n'est qu'à ce prix que la filière vitivinicole suisse réussira à stabiliser ses parts de marché, tout en améliorant la rentabilité d'un secteur qui joue un rôle primordial dans l'équilibre économique de bien des communes et des cantons.

Par ailleurs, sans renouvellement de l'extension de la mesure, il sera difficile pour l'interprofession de Suisse alémanique d'obtenir de la part des commissaires viticoles les données relatives au litrage et aux surfaces pour facturation des contributions volontaires. De ce point de vue là également, l'extension de la mesure est indispensable.

Enfin, la situation qui règne actuellement sur le marché est extrêmement tendue et inquiétante après une année 2021 aux aléas climatiques nombreux et quelques années de COVID-19. La situation économique des producteurs devient de plus en plus critique, il faut un signal en faveur de la branche. Un renforcement de l'aide à la promotion est essentiel pour retrouver un accroissement de la consommation de vins suisses dans notre pays. L'utilisation de la force obligatoire pour contribuer au financement des actions de promotion est une méthode adéquate et paritaire entre tous les producteurs. L'ensemble des régions viticoles suisses sont concernées par la difficulté de commercialiser leurs produits et ce système astreint l'ensemble de la filière viticole à se serrer les coudes et à travailler ensemble pour le futur.

3. Représentativité de l'organisation

Représentativité en termes de volumes

Nous vous renvoyons au tableau annexé intitulé "Données nécessaires pour la demande d'extension de la mesure d'entraide (force obligatoire)".

Représentativité au niveau des entreprises

L'IVVS est largement représentative des opérateurs de la branche par le recoupement des organisations nationales et des interprofessions cantonales. Ainsi, d'une part via les FSV, ASVEI, SEVS et ANCV et, d'autre part, les interprofessions cantonales (supra-cantonales pour la Suisse alémanique et les Trois Lacs), qui regroupent la majorité des intervenants de la filière vitivinicole de leur territoire, la représentativité verticale et horizontale se complète pour atteindre une large représentativité.

Vous trouvez ci-dessous la démonstration de la représentativité des interprofessions cantonales en 2022, issue des chiffres de nos organisations membres.

Région / Organisation	Vignerons (-encaveurs)/ encaveurs	Membres	
IP 3 Lacs	551 vignerons (-encaveurs) 75 encaveurs	503 vignerons (-encaveurs) 73 encaveurs	91% 97%
Lac de Bienne	127 vignerons (-encaveurs) 2 encaveurs	79 vignerons (-encaveurs) 0 encaveurs	62% 0%
Vully	120 vignerons (-encaveurs) 0 encaveurs	120 vignerons (-encaveurs) 0 encaveurs	100% 100%
Neuchâtel	304 vignerons(-encaveurs) 73 encaveurs	304 vignerons (-encaveurs) 73 encaveurs	100% 100%
IP de Genève	201 vignerons(-encaveurs) 27 encaveurs	201 vignerons(-encaveurs) 27 encaveurs	100% 100%
IP de Suisse alémanique	2459 vignerons(-encaveurs) 319 encaveurs	2180 vignerons(-encaveurs) 288 encaveurs	87% 90%
AG	571 vignerons(-encaveurs) 10 encaveurs	517 vignerons(-encaveurs) 10 encaveurs	91% 100%
BL, BS, SO	130 vignerons(-encaveurs) 10 encaveurs	130 vignerons(-encaveurs) 9 encaveurs	100% 90%
GR	313 vignerons(-encaveurs) 64 encaveurs	250 vignerons(-encaveurs) 61 encaveurs	80% 95%
SH	351 vignerons (-encaveurs) 25 encaveurs	330 vignerons (-encaveurs) 20 encaveurs	94% 80%
SZ	25 vignerons (-encaveurs) 4 encaveurs	21 vignerons (-encaveurs) 3 encaveurs	84% 75%
SG, AR, AI, GL	330 vignerons (-encaveurs) 25 encaveurs	280 vignerons (-encaveurs) 22 encaveurs	85% 88%
Lac de Thoune, Berne	17 vignerons (-encaveurs) 1 encaveur	14 vignerons(-encaveurs) 1 encaveur	82% 100%

TG	159 vignerons (-encaveurs) 65 encaveurs	117 vignerons(-encaveurs) 56 encaveurs	74% 86%
LU, UR, OW, NW, ZG	50 vignerons (-encaveurs) 8 encaveurs	46 vignerons(-encaveurs) 8 encaveurs	92% 100%
ZH	513 vignerons (-encaveurs) 107 encaveurs	475 vignerons(-encaveurs) 98 encaveurs	93% 92%
IP du Valais	6297 vignerons (- encaveurs) 87 encaveurs	6297 vignerons (-encaveurs) 87 encaveurs	100% 100%
IP du canton de Vaud	1409 vignerons (- encaveurs) 55 encaveurs	1409 vignerons-encaveurs 55 encaveurs	100% 100%
IP du Tessin	2'757 vignerons (- encaveurs) 13 encaveurs	1495 vignerons (-encaveurs) 10 encaveurs	54% 77%

Sources des données

Les sources des données chiffrées contenues dans le tableau "Données nécessaires pour la demande d'extension de la mesure d'entraide (force obligatoire) " sont les suivantes :

Région / Organisation	Nombre de vignerons, vignerons-encaveurs, encaveurs	Montant des contributions collectées auprès des membres	Surface	Volume
IP Valais	Service de l'Agriculture du VS	IVVS	IVV	IVV
IP Vaud	DGAV (Direction générale de l'agriculture, de la viticulture et des affaires vétérinaires)	IVVS	DGAV (Direction générale de l'agriculture, de la viticulture et des affaires vétérinaires)	DGAV (Direction générale de l'agriculture, de la viticulture et des affaires vétérinaires)

IP Genève	VV20 l'Office cantonal de l'agriculture	IVVS	Direction générale agriculture et nature Genève	Direction générale agriculture et nature Genève
IP Tessin	IVVT et Service cantonal tessinois de l'agriculture	IVVS	IVVT et Service cantonal tessinois de l'agriculture	IVVT et Service cantonal tessinois de l'agriculture
IP 3 Lacs				
Neuchâtel	Source IVN et Sagr (office station viticole neuchâteloise)	IVVS	Source IVN et Sagr (office station viticole neuchâteloise)	Source IVN et Sagr (office station viticole neuchâteloise)
Lac de Bienne	Volkswirtschafts direktion des Kantons Bern / Amt für Landwirtschaft und Natur, Abteilung Direktzahlungen, Fachbereich GELAN Quervergleich: Mitgliederverzeichnis der Rebgesellschaft Bielersee	Volkswirtschaftsdirektion des Kantons Bern / Amt für Landwirtschaft und Natur, Abteilung Direktzahlungen, Fachbereich GELAN Quervergleich: Mitgliederverzeichnis der Rebgesellschaft Bielersee	Volkswirtschaftsdirektion des Kantons Bern / Amt für Landwirtschaft und Natur, Abteilung Direktzahlungen, Fachbereich GELAN Quervergleich: Mitgliederverzeichnis der Rebgesellschaft Bielersee	Volkswirtschaftsdirektion des Kantons Bern / Amt für Landwirtschaft und Natur, Abteilung Direktzahlungen, Fachbereich GELAN Quervergleich: Mitgliederverzeichnis der Rebgesellschaft Bielersee
Vully FR	Association interprofessionnelle des vins du Vully AIVV	AIVV/comptes	AIVV/comptes	AIVV/comptes
IP suisse alémanique				

Argovie	Branchenverband Aargauer Wein			
Bâle – Soleure	Weinproduzenten Basel-Solothurn			
Grisons	Branchenverband Graubünden Wein			
Schaffhouse	Branchenverband Schaffhauser Wein			
Schwytz	Weinbau Schwyz			
St-Gall – Appenzell	Branchenverband St. Galler Wein			
Lac de Thoune - Berne	Rebgesellschaft Thunersee-Bern			
Lucerne, Obwald, Nidwald, Uri	Branchenverband Zentralschweizer Wein			
Zurich	Branchenverband Zürcher Wein			
Hors interprofessions				
Cheyres	Service de l'agriculture Sagri	IVVS	Service de l'agriculture Sagri	Service de l'agriculture Sagri
Jura	Service de l'économie rurale du Jura			

4. Délégués de l'IVVS

Président Marco Romano
 Secrétaire générale et trésorière Hélène Noirjean

Organisa tion	Sièg es	Délégués Production	Délégués Encavage
IVV	4P, 4E	<p><i>Pierre-Antoine Héritier</i>, président du Groupement des organisations viticoles valaisannes (GOV), St-Germain (Savièse)</p> <p><i>Dominique Passaquay</i>, vigneron-encaveur, Choëx</p> <p><i>Daniel Etter</i>, vigneron-encaveur et secrétaire du GOV, Granois (Savièse)</p> <p><i>Samuel Luisier</i>, Co-Président de la Fédération Valaisanne des Vignerons (FVV) et Viticulteur à Fully</p>	<p><i>Frédéric Rouvinez</i>, membre du comité de l'IVVS et encaveur, Sierre</p> <p><i>Jacques Cordonier</i>, vigneron-encaveur, Flanthey</p> <p><i>Claude Crittin</i>, Société des encaveurs de vins suisses (SEVS), Président de la Société des encaveurs de vins valaisans (SEVV) et directeur de Maurice Gay, cave à Chamoson</p> <p><i>Jean-René Germanier</i>, encaveur et directeur du Domaine Jean-René Germanier à Vétroz</p>

CIVV	3P, 3E	<p><i>Olivier Mark</i>, président CIVV</p> <p><i>François Montet</i>, vigneron-encaveur et président de la Fédération vaudoise des vignerons, Blonay</p> <p><i>Louis Fonjallaz</i>, vigneron-encaveur et président de l'Association vaudoise des vignerons-encaveurs indépendants, Epresses</p>	<p><i>André Fuchs</i>, membre du comité de l'IVVS et directeur de Schenk SA, Rolle</p> <p><i>Grégoire Dubois</i>, viticulteur, Cully</p> <p><i>Pierre Duruz</i>, président de la Fédération des coopératives viticoles vaudoises</p>
BDW	2P, 2E	<p><i>Martin Wiederkehr</i>, vice-président de l'IVVS et président du Branchenverband Deutschschweizer Wein BDW</p> <p><i>Jürg Bachofner</i>, directeur du BDW, Wädenswil</p>	<p><i>Thomas Wettach</i>, directeur de Volg Kellereien, Winterthour</p> <p><i>Urs Jauslin</i>, membre du comité Branchenverband Deutschschweizer Wein BDW</p>
IVVGE	1P, 1E	<p><i>Willy Cretegny</i>, président de l'Association suisse des vignerons-encaveurs indépendants et vigneron-encaveur, Satigny</p>	<p><i>Jérôme Leupin</i>, directeur général de la Cave de Genève SA</p>
IVVTI	1P, 1E	<p><i>Rolf Homberger</i>, Direttore commerciale Cantina Sociale MENDRISIO</p>	<p><i>Uberto Valsangiacomo</i>, propriétaire et directeur de Valsangiacomo F.lli SA, Mendrisio</p>
I3Lacs	1P, 1E	<p><i>Boris Keller</i>, Président PI 3 Lacs ; vigneron-encaveur, Vaumarcus</p>	<p><i>Yann Huguelit</i>, président de l'Interprofession des 3 Lacs et directeur de la Chambre neuchâteloise de l'agriculture et de la viticulture, Cernier</p>
FSV	2P	<p><i>Philippe Herminjard</i>, secrétaire de la Fédération vaudoise des vignerons, Paudex, membre du comité FSV</p> <p>Dominique Maigre, membre du comité FSV vigneron-encaveur, Bernex</p>	
ASVEI	1P	<p><i>Jean-Denis Perrochet</i>, membre du comité de l'IVVS et vice-président de l'Association suisse des vignerons-encaveurs indépendants</p>	

ANCV	1E		<i>Patrick Ansermoz</i> , membre du comité de l'IVVS et directeur des Artisans Vignerons d'Yvorne Société Coopérative
SEVS	2E		<i>Benjamin Massy</i> , membre du comité de l'IVVS et vigneron, Epeesses <i>Olivier Savoy</i> , secrétaire général SEVS.

P = famille production

E = famille encavage

Les délégués de l'IVVS ont été démocratiquement élus par les organes statutaires des organisations qui la constituent.

5. Décisions et demande d'extension

En date du 17 juin 2022, l'assemblée des délégués de l'IVVS a siégé à Berne et a :

- constaté le quorum à la double majorité des 2/3 (familles production et encavage),
- décidé à l'unanimité de reconduire la campagne de promotion des vins suisses pour les années 2023 à 2025
- décidé à l'unanimité de maintenir les contributions à 0.455 centime au m² (CHF 0.00455) pour la production, et à 0.55 centime au kilo de raisin (CHF 0.0055) pour l'encavage,
- décidé à l'unanimité de demander l'extension au Conseil fédéral de la mesure d'entraide (force obligatoire) pour la campagne de promotion des vins suisses.

Au vu de ce qui précède, l'IVVS demande l'extension de la mesure d'entraide pour les années 2023 à 2025.

Le procès-verbal de l'assemblée concernant le vote et prouvant que la mesure a été clairement présentée et a été acceptée à chaque échelon à la majorité qualifiée est à trouver en annexe

6. Mise en œuvre de la mesure

a) Campagne de promotion

L'assemblée des délégués de l'IVVS du 17 juin 2022 a décidé à l'unanimité de confier l'exécution et la mise en œuvre de la campagne de promotion des vins suisses à Swiss Wine Promotion SA (voir procès-verbal du 17 juin 2022).

b) Prélèvement des contributions

Les modalités du prélèvement des contributions sont décrites au point 2 "Mesures d'entraide dont l'extension est demandée" sous le titre "Financement".

Nous vous remercions de bien vouloir vérifier si toutes les conditions requises à une reconduction de l'extension de la mesure sont remplies et de transmettre notre demande au Conseil fédéral.

Nous restons naturellement à votre disposition pour des renseignements complémentaires.

Dans l'attente de vos nouvelles, nous vous prions d'agréer, Monsieur le Directeur, nos salutations les meilleures.

INTERPROFESSION DE LA VIGNE ET DES VINS SUISSES (IVVS)



Marco Romano, président



Hélène Noirjean, secrétaire générale

Annexes :

- Statuts de l'IVVS du 6 juin 2018
- Extrait du procès-verbal de l'assemblée des délégués du 17 juin 2022
- Tableau "Données nécessaires pour la demande d'extension de la mesure d'entraide (force obligatoire)"
- Stratégie marketing 2022-2025 de Swiss Wine Promotion SA

STATUTS IVVS

Article 1 Siège

¹Sous la dénomination "Interprofession de la vigne et des vins suisses / Branchenverband Schweizer Reben und Weine / Organizzazione di categoria della vite e dei vini svizzeri" (ci-après en abrégé IVVS) est constituée une association au sens de l'article 8 de la loi fédérale sur l'agriculture du 29 avril 1998 et des articles 60 et suivants du Code Civil Suisse.

²Le siège de l'IVVS se trouve au domicile du secrétariat.

³Sa durée est indéterminée.

Article 2 But et tâches

¹L'IVVS a pour but principal la sauvegarde des vignobles et des vins suisses, notamment par la progression des parts de marché en Suisse et à l'étranger. Elle concentre son activité sur :

- la promotion et le marketing en Suisse et à l'étranger – cette activité peut être déléguée à un autre organisme – un cahier des charges en définit les conditions (art. 8, dernier tiret) ;
- l'obtention de l'extension de mesures d'entraide de la Confédération et l'application des tâches qui y sont liées
- l'observatoire du marché et des prix ;
- la défense de la consommation des vins suisses.

²En plus des objectifs essentiels énumérés à l'alinéa premier, l'IVVS s'occupe également de la défense de la consommation du vin en général. Pour les décisions concernant ce sujet, l'IVVS agit en partenariat avec l'ASCV.

Article 3 Membres

¹Sont membres de l'IVVS les interprofessions cantonales ou régionales, les associations professionnelles nationales de la production et de l'encavage.

²Interprofessions cantonales ou régionales :

- Interprofession de la vigne et du vin du Valais (IVV)
- Communauté interprofessionnelle du vin vaudois (CIVV)
- Interprofession du vignoble et des vins de Genève (IVVGE)
- Interprofession vitivinicole des trois lacs (I3Lacs)
- Interprofessione della vite e del vino ticinese (IVVTI)
- Branchenverband Deutschschweizer Wein (BDW)

³Associations professionnelles nationales :

Production

- Fédération suisse des vigneronns (FSV)
- Association suisse des vigneronns-encaveurs indépendants (ASVEI)

Encavage

- Association nationale des coopératives vitivinicoles suisses (ANCV)
- Société des encaveurs de vins suisses (SEVS).

Article 4 Nouveaux membres

¹L'assemblée des délégués peut admettre de nouveaux membres, pour autant qu'il s'agisse d'associations professionnelles ou d'organisations de l'économie vitivinicole suisse.

²Les demandes d'admission doivent être présentées par écrit au comité, qui émet un préavis à l'intention de l'assemblée des délégués.

³L'acceptation d'un nouveau membre entraîne la modification des présents statuts aux articles 3, 7, 10, 11 et 13.

Article 5 Invités

Swiss Wine Promotion (SWP), l'Association suisse du commerce des vins (ASCV), l'Office fédéral de l'agriculture (OFAG), l'Office fédéral de la sécurité alimentaire et des affaires vétérinaires (OSAV), le Contrôle suisse du commerce des vins (CSCV), l'Organisme intercantonal de certification (OIC), des représentants du groupe parlementaire vitivinicole et la Corporation des courtiers en vins de Suisse peuvent être invités, ainsi que d'autres partenaires si nécessaire.

Article 6 Organes

Les organes de l'IVVS sont :

- l'assemblée des délégués
- le comité
- les commissions consultatives
- l'organe de contrôle.

Article 7 Composition de l'assemblée des délégués

¹L'assemblée des délégués est composée de 30 délégués, dont 24 des interprofessions cantonales/régionales et 6 des organisations nationales. La répartition est la suivante :

- IVV 8 représentants, dont 4 de la production et 4 de l'encavage
- CIVV 6, dont 3 et 3
- BDW 4, dont 2 et 2
- IVVGE 2, dont 1 et 1
- IVVTI 2, dont 1 et 1
- I3Lacs 2, dont 1 et 1
- FSV 2
- ASVEI 1
- ANCV 1
- SEVS 2

²Chaque organisation désigne ses délégués et suppléants et en communique la liste nominative au secrétariat.

Article 8 Attributions de l'assemblée des délégués

L'assemblée des délégués est l'organe suprême de l'IVVS. Ses attributions inaliénables sont les suivantes :

- adoption des règlements et prise des décisions dans le champ des compétences déléguées par la Confédération, en particulier mesures d'entraide et demande de leur extension;
- élection du président et du/des vice-président(s) – les autres membres du comité sont nommés sur proposition de leur organisation respective;

- définition des lignes directrices de la promotion des vins suisses;
- désignation de l'organe de contrôle;
- admission de nouveaux membres;
- approbation du rapport d'activité du comité;
- approbation des comptes annuels et du rapport de vérification;
- approbation du budget et des programmes d'activité;
- fixation des contributions annuelles;
- modification des statuts et dissolution de l'association;
- délibération sur les questions touchant à la défense du vin en général, en partenariat avec l'ASCV;
- défense de la consommation des vins suisses;
- délégation de compétences à d'autres organismes; cette délégation est définie dans un cahier des charges approuvé par les deux parties et précisant notamment les tâches et responsabilités des deux parties.

Article 9 Convocation et mode de délibération de l'assemblée des délégués

¹L'assemblée des délégués est convoquée une fois l'an en réunion ordinaire et aussi souvent que le comité le juge nécessaire ou à la demande écrite de l'un des membres de l'association en réunion extraordinaire.

²Le comité convoque l'assemblée des délégués par lettre adressée à chacun des délégués au moins 20 jours à l'avance, sous réserve des cas d'urgence. La convocation mentionne l'ordre du jour.

³Pour que l'assemblée des délégués puisse valablement délibérer, le quorum de deux tiers de délégués présents ou représentés doit être atteint pour chacune des deux familles.

⁴L'assemblée des délégués délibère sur tout objet relevant de ses buts et de ses tâches. Aucune décision ne peut être prise sur un objet qui n'est pas préalablement porté à l'ordre du jour, sauf à l'unanimité des voix présentes ou représentées. Chaque membre peut demander qu'un objet soit porté à l'ordre du jour, à la condition que sa proposition écrite parvienne au secrétariat 10 jours avant la date de l'assemblée. L'assemblée des délégués est présidée par le président du comité ou, à défaut, par le vice-président.

Article 10 Mode de décision de l'assemblée des délégués

¹L'assemblée des délégués prend ses décisions à la majorité des 2/3 des voix présentes ou représentées. Chaque délégué peut se faire représenter par procuration écrite par un suppléant. Un délégué ou suppléant ne peut détenir plus de deux voix au total.

²Pour les votes concernant les mesures d'entraide fédérale et les demandes d'extension de celles-ci, la majorité des 2/3 par famille est requise.

Article 11 Composition du comité

¹Le comité est composé de 10 personnes avec droit de vote, en principe issues de l'assemblée des délégués, et qui représentent de manière équitable la famille production et la famille encavage. L'assemblée des délégués veille à l'application de cet article et peut y déroger.

²Chaque membre est représenté au comité. Il peut se faire remplacer par un suppléant qui est nommé par l'assemblée des délégués sur proposition des organisations respectives.

³Le comité est élu pour quatre ans. Son mandat est renouvelable.

⁴Les directeurs de la FSV et de la SEVS participent aux séances du comité. L'un est nommé secrétaire général, l'autre trésorier. Ils sont élus pour une durée de quatre ans. Ils disposent d'une voix consultative.

⁵Le comité est notamment composé d'un président et de un, le cas échéant, de deux vice-présidents. Le président provient alternativement de la famille production ou de celle de l'encavage, le vice-président de l'autre famille. Pour le cas où le président n'est pas issu d'une des deux familles, deux vice-présidents sont nommés, en l'occurrence un de chacune des deux familles. Le président et le/les vice-président(s) sont nommés pour quatre ans et rééligibles une fois.

⁶Le président et le vice-président sont élus alternativement de l'une et l'autre des familles.

⁷Des invités au sens de l'article 5, des experts ou des spécialistes peuvent être conviés à participer aux séances du comité.

Article 12 Convocation du comité

¹Le comité se réunit aussi souvent que les affaires l'exigent sur convocation du président ou sur demande de deux de ses membres.

²Sauf cas d'urgence, la convocation est adressée par écrit 10 jours à l'avance. La convocation mentionne l'ordre du jour.

Article 13 Mode de décision du comité

¹Le comité ne peut valablement délibérer que si 7 membres sont présents ou représentés. Il prend ses décisions aux 2/3 des voix présentes ou représentées.

²Le comité peut également prendre ses décisions en la forme d'une approbation donnée par écrit à une proposition, notamment par courrier électronique, à moins que la discussion ne soit requise par l'un de ses membres. Les décisions prises en la forme écrite doivent également être inscrites dans le procès-verbal.

Article 14 Attributions du comité

¹Le comité gère les affaires courantes de l'IVVS. Il prend toutes les décisions qui sont dans l'intérêt de l'association et qui n'entrent pas dans les attributions de l'assemblée des délégués en vertu des présents statuts ou de la loi.

²Il lui incombe notamment :

- de convoquer l'assemblée des délégués en réunion ordinaire ou extraordinaire et de préparer les dossiers à l'intention de celle-ci;
- d'exécuter les décisions prises par l'assemblée des délégués ainsi que les tâches déléguées par elle;
- de déterminer le mode de représentation de l'association;
- de régler la question du secrétariat;
- d'administrer les biens de l'association;
- de convoquer d'éventuelles commissions consultatives.

³Avec l'accord de l'assemblée des délégués, le comité peut confier des tâches spécifiques à des commissions désignées par lui.

Article 15 Composition des commissions consultatives

Le comité peut nommer des commissions consultatives selon les besoins. Les membres de ces commissions peuvent être choisis en dehors de l'assemblée des délégués. Les commissions peuvent s'adjoindre des spécialistes selon les sujets à traiter.

Article 16 Rapport des commissions

Les commissions effectuent leurs travaux conformément aux instructions du comité et font rapport dans les délais impartis. Les commissions n'ont pas de pouvoir décisionnel.

Article 17 Organe de contrôle

¹L'assemblée des délégués désigne deux contrôleurs pour une période de quatre ans. Leur mandat est renouvelable. Dès que des contributions volontaires obligatoires sont perçues (art. 18, let. b), le contrôle est confié à une fiduciaire.

²L'organe de contrôle vérifie les comptes et contrôle l'usage qui est fait des ressources de l'association. Il présente un rapport écrit à l'assemblée des délégués.

Article 18 Ressources de l'association

¹Les ressources de l'association sont :

- a. les contributions annuelles paritaires des membres;
- b. les contributions "volontaires obligatoires" (mesures d'entraide) au mètre carré et/ou à l'hectolitre/au quintal. Elles sont en principe prélevées par les organisations cantonales et/ou régionales;
- c. les aides financières éventuelles de la Confédération et des cantons;
- d. les recettes provenant des prestations facturées à des tiers;
- e. les dons éventuels.

²Le montant des contributions des membres et celui des contributions volontaires obligatoires sont déterminés annuellement par l'assemblée des délégués sur proposition du comité et sur la base du budget.

Article 19 Responsabilité des organes

Toute responsabilité des membres ou des organes est exclue. L'association répond seule de ses dettes, qui sont garanties par sa fortune sociale.

Article 20 Modification des statuts

La modification des statuts est de la compétence de l'assemblée des délégués. Les propositions de modification doivent être jointes à l'ordre du jour de l'assemblée appelée à décider.

Article 21

En cas de dissolution, le comité est chargé de la liquidation. L'excédent d'actifs éventuels sera réparti entre les membres au prorata de leur contribution annuelle.

Les présents statuts ont été adoptés par l'assemblée des délégués de l'Interprofession de la vigne et des vins suisses le 6 juin 2018 et entrent immédiatement en vigueur. Ils remplacent ceux du 6 mai 2015.

INTERPROFESSION DE LA VIGNE ET DES VINS SUISSES
Le président



Marco Romano

Berne, le 6 juin 2018

Extrait du Procès-verbal de l'Assemblée des délégués de l'ivvs du 17 juin 2022 à Berne

4.1 Présentation de la demande d'extension 2023-2025 pour la mesure d'entraide « Promotion des vins suisses : force obligatoire

Le président explique que la force obligatoire est indispensable pour assurer le financement des activités de promotion de Swiss Wine Promotion SA et pour éviter une érosion des membres. Une extension de la mesure est nécessaire pour exclure toute resquille et pour garantir les fonds propres nécessaires à la réalisation d'une promotion globale structurée et cohérente pour les années à venir (2023 à 2025).

La mesure accordée par l'OFAG le 13 novembre 2019 prend fin le 31 décembre 2022.

Le président propose aux délégués d'accepter le dépôt d'une demande d'extension de la mesure d'entraide (force obligatoire) « Promotion des vins suisses pour 2023 à 2025 » auprès de l'OFAG. Ceci implique que la mesure d'entraide serait maintenue pour trois années supplémentaires et que les non-membres ont l'obligation de verser une contribution pour la promotion des vins suisses.

La force obligatoire revêt une grande importance, notamment pour la Suisse alémanique. En effet, sans extension de la mesure, il est quasiment impossible pour le BDW d'obtenir de la part des cantons les données relatives au litrage et aux surfaces pour la facturation des contributions volontaires, ces cantons ne disposant pas de la force obligatoire.

Le président propose aux délégués de prendre position sur les questions suivantes :

- Acceptez-vous de reconduire la campagne de promotion des vins suisses pour les années 2023 à 2025 ?
- Acceptez-vous de confier l'exécution et la mise en œuvre de la campagne de promotion des vins suisses à Swiss Wine Promotion SA ?
- Etes-vous d'accord de maintenir les contributions à 0,455 centimes m² (CHF 0.00455) pour la production, et à 0,55 centime au kilo de raisin (CHF 0.0055) pour l'encavage ?
- Acceptez-vous de demander l'extension de la mesure d'entraide (force obligatoire) pour la campagne de promotion des vins suisses 2023-2025.

Décisions :

- **Les délégués acceptent à l'unanimité de reconduire la campagne de promotion des vins suisses pour les années 2023 à 2025**
- **Les délégués acceptent à l'unanimité de confier l'exécution et la mise en œuvre de la campagne de promotion des vins suisses à Swiss Wine Promotion SA**
- **Les délégués acceptent à l'unanimité de maintenir les contributions à 0,455 centimes m² (CHF 0.00455) pour la production, et à 0,55 centime au kilo de raisin (CHF 0.0055) pour l'encavage**
- **Les délégués acceptent à l'unanimité de demander l'extension de la mesure d'entraide (force obligatoire) pour la campagne de promotion des vins suisses 2023-2025**

INTERPROFESSION DE LA VIGNE ET DES VINS SUISSES (IVVS)

Marco Romano, président



Hélène Noirjean, secrétaire générale



DONNEES NECESSAIRES POUR LA DEMANDE D'EXTENSION DE LA MESURE D'ENTRAIDE (FORCE OBLIGATOIRE)

Note: les vigneron-encaveurs sont à ranger dans la catégorie des vigneron
Important: pour chaque élément, merci d'indiquer la source des données

Données pour l'année 2021								
Région / Organisation	Nombre total de vigneron (membres et non-membres)	Nombre total d'encaveurs (membres et non-membres)	Nombre de membres vigneron	Nombre de membres encaveurs	Nombre de vigneron non-membres	Nombre d'encaveurs non-membres	Montant des contributions collectées auprès des membres	Montant des contributions collectées auprès des non-membres
IP Valais	6'297	87	*	*	*	*	426'698	
IP Vaud	1'409	55	*	*	*	*	3'096'253	
IP Genève	201 (124 exploitants viticoles et 77 vigneron-encaveurs).	27 (10 sis sur Genève et 17 établis hors du canton).	*	*	*	*	121 996,95 (Montant total de la facturation du fonds viti-vinicole : CHF 49'519)	
IP Tessin	2'757	13	1'495	10	1'262	3	501'672	70'225
IP 3 Lacs								
<i>Neuchâtel</i>	304	73	*	*	*	*	379'000	0
<i>Lac de Biemme</i>	127	2	79	0	48	2	14'258	2'208
<i>Vully FR</i>	120	0	120	0	0	0	67'473	0
Jura	6	0	0	0	6	0	0	949
Cheyres	21	0	0	0	21	0	0	1'232
IP Suisse alémanique	2'459	319	2'180	288	279	31	1'196'416	24'503
<i>Argovie</i>	571	10	517	10	54	0	150'750	0
<i>Bâle - Soleure</i>	130	10	130	9	0	1	38'000	500
<i>Grisons</i>	313	64	250	61	63	3	390'000	700
<i>Schaffhouse</i>	351	25	330	20	21	5	378'400	0

DONNEES NECESSAIRES POUR LA DEMANDE D'EXTENSION DE LA MESURE D'ENTRAIDE (FORCE OBLIGATOIRE)

**Note: les vignes
Important**

Données pour l'année 2021						
Région / Organisation	Nombre de non-membres ayant refusé de payer leur contribution	Nombre de membres ayant refusé de payer leur contribution	Surface viticole (en ha) exploitée par les membres	Si connue: Surface viticole (en ha) exploitée par les non-membres	Volume (en litres) encavé par les membres	Si connu: Volume (en litres) encavé par les non-membres
IP Valais	non pertinent		4732 ha		18'169'100	
IP Vaud	non pertinent		3783 ha		23 903 161 kg (nous ne disposons pas des données en litres)	
IP Genève	0		1'377 ha (dont 118 ha en France voisine).		9'563'259 Kg (nous ne disposons pas des données en litres)	
IP Tessin	0		11'644'261	163'000	425944 kg	63646 kg
IP 3 Lacs						
<i>Neuchâtel</i>	non pertinent		603		1'941'867	
<i>Lac de Biègne</i>	1	1	2'014'500	222'000	1021530 kg	160080 kg
<i>Vully FR</i>	0	0	1'027'845	0	658970kg	0
Jura	0	0	0	17,85 ha	0	24'806 kg (nous ne disposons pas des données en litres)
Cheyres	0	0	0	13,13 ha	0	112'124 kg (nous ne disposons pas des données en litres)
IP Suisse alémanique	89	1	2'350	478	9'448'735	677'798
<i>Argovie</i>	54	0	360	228	1'040'000	10'400
<i>Bâle - Soleure</i>	0	0	120	15	450'000	46'350
<i>Grisons</i>	3	0	409	14	2'627'500	52'550
<i>Schaffhouse</i>	26	0	434	36	1'340'000	107'200

DONNEES NECESSAIRES POUR LA DEMANDE D'EXTENSION DE LA MESURE D'ENTRAIDE (FORCE OBLIGATOIRE)

Note: les vigneron-encaveurs sont à ranger dans la catégorie des vignerons
Important: pour chaque élément, merci d'indiquer la source des données

Données pour l'année 2021								
Région / Organisation	Nombre total de vignerons (membres et non-membres)	Nombre total d'encaveurs (membres et non-membres)	Nombre de membres vignerons	Nombre de membres encaveurs	Nombre de vignerons non-membres	Nombre d'encaveurs non-membres	Montant des contributions collectées auprès des membres	Montant des contributions collectées auprès des non-membres
<i>Schwytz</i>	25	4	21	3	4	1	6'900	367
<i>SG - AR - AI</i>	330	25	280	22	50	3	60'000	1'200
<i>BE - Lac de Thoune</i>	17	1	14	1	3	0	4'452	224
<i>Thurgovie</i>	159	65	117	56	42	9	87'114	2'512
<i>LU, OW, NW, UR</i>	50	8	46	8	4	0	27'000	0
<i>Zurich</i>	513	107	475	98	38	9	53'800	19'000

DONNEES NECESSAIRES POUR LA DEMANDE D'EXTENSION DE LA MESURE D'ENTRAIDE (FORCE OBLIGATOIRE)

Note: les vignes
Important

Données pour l'année 2021						
Région / Organisation	Nombre de non-membres ayant refusé de payer leur contribution	Nombre de membres ayant refusé de payer leur contribution	Surface viticole (en ha) exploitée par les membres	<i>Si connue: Surface viticole (en ha) exploitée par les non-membres</i>	Volume (en litres) encavé par les membres	<i>Si connu: Volume (en litres) encavé par les non-membres</i>
Schwytz	0	0	35	2	104'740	0
SG - AR - AI	0	0	190	20	400'000	70'000
BE - Lac de Thoune	0	0	36	6	262'945	42'806
Thurgovie	6	1	193	46	554'800	233'492
LU, OW, NW, UR	0	0	73	2	618'750	12'500
Zurich	0	0	500	110	2'050'000	102'500