

RECOMMANDEE

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

Berne, le 3 juillet 2025

Demande d'extension de la mesure d'entraide (force obligatoire) selon l'art. 9 LAgr pour 2026 à 2028

Monsieur le Directeur,

Vous trouvez ci-dessous notre demande d'extension 2026 – 2028 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 13 mai 2025 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. Tel que demandé par l'Art. 9 al. 1 let.b de la LAgr. L'IVVS n'exerce pas elle-même d'activités dans les secteurs de la production, de la transformation et de la vente

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

- VignobleSuisse, la Fédération suisse des vignerons
- 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 2023-2025

Le maintien de la force obligatoire a permis à Swiss Wine Promotion (SWP) de développer un programme complet pour l'ensemble de la vitiviniculture suisse. Cette stabilité financière a notamment rendu possible le développement d'initiatives nationales coordonnées, à l'image des caves ouvertes déployées dans toutes les régions viticoles suisses. Cette action emblématique a connu un succès particulier en Suisse alémanique, où l'on observe même une progression des participations, témoignant de l'engouement croissant du public pour la découverte des vins suisses. Cette approche unifiée s'est traduite par plusieurs autres initiatives stratégiques majeures.

Grâce au soutien du Parlement, qui a augmenté les moyens financiers de 6,2 millions de francs depuis 2023, SWP a pu mettre en place de nombreuses actions inédites et soutenir de nouveaux projets à travers tout le pays. Ces fonds supplémentaires ont notamment permis de concrétiser plusieurs initiatives d'envergure :

Parmi les actions phares mises en œuvre, on compte notamment :

Principales réalisations de SWP

- La mise en place d'une campagne spécifique sur la durabilité des vins suisses
- Le renforcement du label Swiss Wine Gourmet auprès de la restauration, qui a enregistré une progression de +22% des membres inscrits, atteignant 1'340 établissements en 2024
- La création d'actions de promotion avec les principaux acteurs de la distribution, qu'il s'agisse des grands distributeurs ou des revendeurs spécialisés sur les marchés d'exportation
- La création des Swiss Wine Weeks à Singapour, à Londres et en Belgique, renforçant la présence des vins suisses sur les marchés internationaux stratégiques
- La création d'un stand au salon Wine Paris, avec la participation de 22 domaines en 2025 lors de sa 3ème édition, soit une progression de +50% de présence par rapport aux éditions précédentes

Communication digitale et influence marketing

- Le lancement d'une campagne de promotion sur les réseaux sociaux avec des influenceurs
- Le renforcement de la visibilité de SWP sur internet

Formation et développement des compétences

- Le développement de la plateforme de formation Swiss Wine Campus, offrant aux professionnels du secteur des outils de formation spécialisés

Partenariats stratégiques

- Le développement de nouveaux partenariats stratégiques, notamment celui avec Suisse Tourisme, créant des synergies entre promotion viticole et touristique
- Le développement des collaborations avec Présence Suisse sur les présences à l'étranger, notamment lors de l'Expo d'Osaka et des Jeux olympiques de Paris
- Le développement des Best of Wine Tourism, valorisant l'œnotourisme suisse

Soutien événementiel

- Le soutien de plus de 50 événements à travers le pays, renforçant la présence des vins suisses lors de manifestations locales et nationales

Projets de promotion conjointe

Les promotions développées en collaboration avec les régions viticoles visent à accroître la notoriété des vins suisses sur le marché national et international.

Expériences consommateurs innovantes

SWP a lancé plusieurs projets destinés à enrichir l'expérience des consommateurs :

- Le projet « Cœur des vendanges », qui permet au public de découvrir les traditions viticoles suisses
- Les « Tavolata », événements conviviaux mettant en valeur la gastronomie et les vins locaux

Partenariats avec la distribution

- La création du projet « Swiss Wine, Rien que pour toi », développé en collaboration avec 17 revendeurs, pour une meilleure mise en valeur des vins suisses dans les magasins et les assortiments.
- Le renforcement des collaborations avec la grande distribution pour une meilleure visibilité des vins suisses
- **Engagement des régions viticoles**

Les régions viticoles se sont également toutes engagées dans plusieurs nouvelles initiatives communes, offrant ainsi à de nombreux domaines une meilleure visibilité et des opportunités de développement accrues.

Les variations de la production et la diminution de la consommation générale en 2024 nécessitent encore plus de solidarité entre les acteurs du secteur pour valoriser leurs vins et cette culture vitivinicole identitaire de la Suisse. Cet engagement collectif démontre également auprès des consommateurs et aux décideurs politiques que la filière œuvre de concert pour assurer un avenir aux vins suisses et aux générations futures.

Stratégie vitiviniculture suisse 2025 et suite

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. Les différentes mesures sont mises en œuvre étape par étape et vont être retravaillées dans le cadre des travaux actuels de la branche pour la définition de la stratégie vitivinicole 2030-2040.

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
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 (OSMV), 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 VignobleSuisse

Stratégie de SWP SA 2022 - 2025

1. Bilan de la stratégie 2022–2025

La stratégie 2022–2025 de Swiss Wine Promotion repose sur six objectifs stratégiques, déclinés en dix mesures opérationnelles pour couvrir l'ensemble des segments de marché, de la vente directe à l'export.

Le bilan intermédiaire révèle des performances contrastées mais globalement encourageantes. L'objectif d'atteindre 40 % de part de marché n'a pas été atteint. Après une hausse progressive depuis 2022 culminant à 38,9 %, la part est redescendue à 35,5 % en 2024, en raison d'une forte baisse de la production et d'une consommation nationale en net recul. En revanche, l'exportation affiche des résultats prometteurs au niveau des prix, notamment grâce à une montée en gamme et à l'ouverture de nouveaux marchés. Malgré une diminution des volumes de 7% entre 2020 et 2024, le chiffre d'affaires a progressé de 15% durant cette même période pour se positionner à 6'463'000 CHF. Cette évolution témoigne d'une augmentation significative de 23% du prix moyen à l'export, passant de 12,31 CHF à 15,22 CHF par unité. (source : ASCV, SwissImpex)

La valorisation de la durabilité a été bien intégrée, portée par une campagne dédiée et une étude d'écobilan. Les outils de monitoring sont désormais en place, permettant un meilleur pilotage stratégique.

Le secteur de la communication se distingue particulièrement avec un taux de réalisation de 153,2 %, porté par d'excellents résultats dans les relations presse (1 578 retombées) et sur Instagram (115 829 interactions, soit 176 % de l'objectif). En revanche, le site swisswine.ch a enregistré une baisse de 32 % de ses visites, conséquence de la migration technique de 2023, même si les efforts d'optimisation SEO commencent à porter leurs fruits depuis fin 2024.

Les activités événementielles avec les partenaires affichent une performance remarquable avec 168,3 % de réalisation des objectifs, notamment grâce à 40 000 participants (222 % de l'objectif). À l'inverse, certains événements soutenus connaissent des difficultés avec un taux de réalisation passé de 97,2 % en 2023 à 71,8 % en 2024, principalement en raison des conditions météorologiques défavorables affectant les activités dans les vignes.

Dans le secteur de la gastronomie, les résultats restent solides avec 90,1 % de réalisation. La part de marché des vins suisses dans la restauration a retrouvé son niveau pré-Covid à 12 %. Le label Swiss Wine Gourmet a été recentré avec des critères plus exigeants, réduisant le nombre de participants mais améliorant leur engagement, avec plus de 1 400 établissements certifiés en 2024.

La distribution maintient sa position avec 90,9 % d'objectifs atteints, mais les parts de marché dans la grande distribution restent en dessous de l'objectif de 32 %, avec 27,7 % en 2024. Ce secteur demeure un défi important pour les vins suisses face à la forte concurrence des vins d'importation.

La formation continue sa progression avec le Swiss Wine Campus qui enregistre 5 300 sessions, dont plus de 830 nouvelles en 2024 (138 % de l'objectif), et 3 055 certifications délivrées.

L'œnotourisme se développe grâce au renforcement du partenariat avec Suisse Tourisme, la création de promotions communes (Grape Escapes) et la participation dans le lancement d'une plateforme (Swiss Wine Tour) pour promouvoir les offres recensées en Suisse.

Le secteur export progresse avec 123,9 % de réalisation des objectifs. Malgré un volume stable à 424 831 litres, le chiffre d'affaires progresse de 13 % grâce à une meilleure valorisation du produit. Les commandes du corps diplomatique connaissent un succès remarquable avec 190 % de l'objectif en valeur et plus de 51 000 bouteilles vendues en 2024 (contre 44 000 en 2023).

Conclusion

Ce bilan témoigne d'une stratégie équilibrée où les forces compensent les difficultés ponctuelles liées aux conditions externes. L'œnotourisme, la formation et l'export montrent un potentiel de développement solide, tandis que la gastronomie, bien que stable, nécessite un accompagnement sur le long terme. Des ajustements restent nécessaires dans la distribution et certains événements publics.

Globalement, malgré un contexte difficile, la stratégie 2022–2025 a permis de consolider des bases solides pour l'avenir tout en identifiant les domaines prioritaires à renforcer dans la prochaine phase stratégique.

2. Missions stratégiques

Au sortir de la période 2022–2025, marquée par une baisse continue de la consommation mondiale de vin, des comportements d'achat en mutation, et une production suisse instable, Swiss Wine Promotion SA (SWP) engage une nouvelle stratégie. Celle-ci ambitionne de répondre à ces défis en renouvelant en profondeur son approche, tout en renforçant la notoriété et la valeur de la marque Swiss Wine.

La vision de SWP est de bâtir une marque forte, durable et culturellement enracinée, capable de s'imposer comme une référence sur le marché national et comme une signature qualitative à l'international. La mission de l'organisation reste d'assurer la promotion de tous les vins suisses, en Suisse comme à l'étranger, en développant des services efficaces et ciblés qui génèrent un intérêt renouvelé et durable pour les crus helvétiques.

2.1. Objectifs OFAG

L'OFAG a prolongé jusqu'à fin 2026 ses axes principaux. Ceux-ci servent à l'amélioration continue de l'ensemble du système de promotion des ventes agricoles :

- 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.

2.2 Public cible

Cette nouvelle orientation est aussi guidée par une segmentation affinée des publics cibles. Les consommateurs suisses se répartissent entre les profils Curieux, Amateurs (urbains ou ruraux), et Experts. Les attentes varient selon l'âge, le lieu de vie, les canaux d'influence (notamment les réseaux sociaux pour les jeunes), et les lieux d'achat. Cette connaissance précise permet d'adapter les actions marketing à chaque segment.

L'un des axes prioritaires de cette stratégie est le rajeunissement du public cible. Les jeunes consommateurs, particulièrement en milieu urbain, représentent un levier essentiel pour inverser la tendance à la baisse de la consommation de vin. Leur curiosité, leur sensibilité à la durabilité, leur appétence pour les expériences immersives et leur présence sur les plateformes numériques justifient une approche spécifique.

SWP orientera ainsi ses actions vers ce public curieux et connecté, en misant sur des contenus éducatifs, des événements innovants et une communication adaptée à leurs usages et à leurs valeurs. Cette dynamique vise à établir un lien émotionnel durable avec une nouvelle génération de consommateurs suisses et internationaux.

3. Structure de la stratégie 2026-2029 (en cours de finalisation)

Pour mettre en œuvre cette stratégie, SWP articule ses actions autour de **six grands piliers** :

- **L'image durable** : accroître la reconnaissance spontanée du logo Swiss Wine et ancrer la durabilité comme valeur centrale des vins suisses
- **L'œnotourisme** : développer des expériences interrégionales et multisectorielles en lien avec le terroir
- **Les expériences** : mettre l'accent sur les événements immersifs, les caves ouvertes, la vendange participative, et l'animation numérique, avec des objectifs de croissance sur les plateformes digitales et les réseaux sociaux

- **La gastronomie** : constitue le quatrième pilier. Elle se traduit par le renforcement du label Swiss Wine Gourmet en Suisse comme à l'étranger et par la diffusion du Swiss Wine Campus dans les formations professionnelles
- **La distribution** : vise à améliorer la présence des vins suisses dans la grande distribution, chez les revendeurs et à l'international, en particulier lors des semaines dédiées
- **Services** : introduire une offre de services à forte valeur ajoutée pour les partenaires, les régions et les producteurs. Cela inclut des outils digitaux, la coordination d'actions à l'export, des négociations collectives, ainsi qu'une veille régulière sur les évolutions des marchés avec des recommandations stratégiques

3.1 Pilier 1 : Image durable

Pilier 1 : Image durable

Ce pilier vise à faire de la durabilité une valeur centrale de la marque Swiss Wine. L'objectif est d'accroître fortement la reconnaissance du logo Swiss Wine, de le rendre omniprésent sur tous les supports et de positionner le vin suisse comme un produit responsable, ancré dans les traditions locales, le respect de la nature et des travailleurs.

Objectifs quantitatifs : sont en cours d'approbation

3.2 Pilier 2 : Œnotourisme

SWP ambitionne de transformer la Suisse en destination œnotouristique de premier plan. Cela passe par la création d'expériences multisectorielles qui associent vin, gastronomie, patrimoine et nature, tout en modernisant l'offre grâce à la digitalisation des réservations et à une meilleure visibilité des initiatives existantes.

Objectifs quantitatifs : sont en cours d'approbation

3.3 Pilier 3 : Expériences

Ce pilier repose sur le développement d'événements immersifs pour renforcer le lien émotionnel entre consommateurs et producteurs. Il englobe les caves ouvertes, les vendanges participatives, les salons et les animations numériques. L'objectif est de toucher un public plus jeune et curieux par des formats innovants et interactifs.

Objectifs quantitatifs : sont en cours d'approbation

3.4 Pilier 4 : Gastronomie

La stratégie vise à renforcer la présence des vins suisses dans la restauration à travers le label Swiss Wine Gourmet, en soutenant les établissements existants et en formant les professionnels via le Swiss Wine Campus. L'objectif est également d'étendre ce label à l'international.

Objectifs quantitatifs : sont en cours d'approbation

3.5 Pilier 5 : Distribution

L'enjeu est d'améliorer l'accessibilité et la visibilité des vins suisses dans tous les canaux de vente, qu'il s'agisse des grands distributeurs, des revendeurs spécialisés ou des marchés à l'export. Cela implique des actions ciblées comme les Semaines des Vins Suisses et une meilleure valorisation des circuits de proximité.

Objectifs quantitatifs : sont en cours d'approbation

3.6 Pilier 6 : Services

Ce dernier pilier propose des outils pratiques pour les partenaires : plateforme de vente, kit de communication, services d'exportation, analyse de marché, coordination logistique, etc. Il vise à renforcer les synergies au sein de la filière et à mieux anticiper les évolutions du marché.

Objectifs quantitatifs : sont en cours de finalisation

4. 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 13 mai 2025).

Les cotisations sont calculées sur la récolte qui précède l'année de l'encaissement, soit par exemple pour 2025 les surfaces et volumes publiés dans le rapport "Année viticole 2024" 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, approbation renouvelée le 16 novembre 2022 pour trois années supplémentaires, soit jusqu'au 31 décembre 2025.

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
• 2022	CHF 1'007'422.93
• 2023	CHF 1'251'564.55
• 2024	CHF 1'257'912.06

Pour l'année 2025, l'IVVS facturera une somme de CHF 1'178'404,89.

Il convient de rappeler que le Conseil fédéral, par décision du 16 novembre 2022, a accordé à l'IVVS la force obligatoire pour les années 2023 à 2025.

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 petites récoltes et d'aléas climatiques, 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 2025. Il faudra vraisemblablement attendre la fin de l'année pour pouvoir vous fournir ces données.

Dans les cantons qui connaissent déjà la force obligatoire, 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 2026-2029 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, Swissmilk studies) et par le suivi des analyses de marché de l'OSMV.

Les ventes directes représentent 26 % du chiffre d'affaires en moyenne nationale. Cette proportion peut atteindre jusqu'à 73 % dans les régions viticoles comptant de nombreuses petites caves. (source : OSMV études spécifiques de segmentation)

Les six régions viticoles organisent régulièrement des journées "caves ouvertes", événements où la vente directe bénéficie d'un soutien important des fonds fédéraux pour la promotion des ventes. À travers sa communication et ses manifestations, Swiss Wine Promotion s'attache à valoriser la culture viticole et à sensibiliser le grand public aux pratiques durables de la viticulture. La promotion ne se limite pas aux produits finis mais bien à l'entier du patrimoine viticole, de la culture de la vigne à la création de vins de terroirs.

Cette démarche profite à l'ensemble des viticulteurs et producteurs de raisin. C'est pourquoi l'application de la force obligatoire concerne tous les professionnels du secteur, 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 (2026 – 2028). 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 cantonale. Pour les cantons suisses- alémaniques et pour le Tessin, les non-membres représentent entre 18 et 40 % des producteurs de raisins/vignerons-encaveurs ou encaveurs. L'extension temporelle 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.

Enfin, la situation qui règne actuellement sur le marché est extrêmement tendue et inquiétante. La branche prend acte avec regret des données publiées par l'OFAG le 29 avril 2025 concernant la consommation de vins suisses. Cela correspond à une baisse continue de la consommation de vin que nous constatons aussi depuis une vingtaine d'années. Ces chiffres s'inscrivent dans une tendance qui touche l'ensemble du secteur vitivinicole, tant en Suisse qu'à l'étranger. Il s'agit d'un véritable défi et il y a une inquiétude pour l'avenir de la branche en Suisse. Mais nous pouvons aussi envisager l'avenir avec détermination grâce à deux valeurs essentielles qui distinguent et renforcent les vins suisses : leur haute qualité et leur durabilité. Ces caractéristiques font de la consommation de vins suisses un véritable plaisir, en soutenant un patrimoine (culturel, gastronomique, paysager, ...) qui dépasse largement la simple boisson. Derrière chaque verre de vin se trouve une durabilité globale, qui englobe les retombées environnementales, économiques et sociales, le soin apporté au paysage ainsi que la perpétuation des traditions. Ce sont ces aspects qu'il s'agit de promouvoir.

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 espérer 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. Nous allons redoubler nos efforts pour que le consommateur suisse soit attentif à la qualité, mais aussi à la durabilité des vins suisses, produit de proximité. Il y a en effet des évolutions importantes à propos des habitudes des consommateurs auxquelles les entreprises s'adaptent aussi en diversifiant leur offre.

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 VignobleSuisse, 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 2024, issue des chiffres de nos organisations membres.

Région / Organisation	Producteurs de raisin / Vignerons-encaveurs / encaveurs	Membres	
IP 3 Lacs	291 producteurs de raisin	253 producteurs de raisin	87%
	169 vignerons-encaveurs	161 vignerons-encaveurs	95%
	22 encaveurs	22 encaveurs	100%
Lac de Bienne	50 producteurs de raisin	12 producteurs de raisin	24%
	68 vignerons-encaveurs	60 vignerons-encaveurs	88%

Région / Organisation	Producteurs de raisin / Vignerons-encaveurs / encaveurs	Membres	
Vully	0 encaveurs	0 encaveurs	
	84 producteurs de raisin	84 producteurs de raisin	100%
	24 vignerons-encaveurs	24 vignerons-encaveurs	100%
Neuchâtel	0 encaveurs	0 encaveurs	
	157 producteurs de raisin	157 producteurs de raisin	100%
	77 vignerons-encaveurs	77 vignerons-encaveurs	100%
	22 encaveurs	22 encaveurs	100%
IP de Genève	120 producteurs de raisin	120 producteurs de raisin	100%
	76 vignerons-encaveurs	76 vignerons-encaveurs	100%
	19 encaveurs	19 encaveurs	100%
IP de Suisse alémanique	2440 producteurs de raisin	2263 producteurs de raisin	93%
	304 vignerons-encaveurs	269 vignerons-encaveurs	88%
	111 encaveurs	97 encaveurs	87%
	AG	505 producteurs de raisin	91%
	34 vignerons-encaveurs	33 vignerons-encaveurs	97%
	10 encaveurs	10 encaveurs	100%
	BL, BS, SO	130 producteurs de raisin	98%
	15 vignerons-encaveurs	12 vignerons-encaveurs	80%
	10 encaveurs	9 encaveurs	90%
	GR	298 producteurs de raisin	99%
	68 vignerons-encaveurs	68 vignerons-encaveurs	100%
	2 encaveurs	2 encaveurs	100%
	SH	332 producteurs de raisin	95%
	25 vignerons-encaveurs	21 vignerons-encaveurs	84%
	22 encaveurs	20 encaveurs	91%
	SZ	21 producteurs de raisin	84%
	6 vignerons-encaveurs	5 vignerons-encaveurs	83%
	4 encaveurs	3 Encaveurs	75%
	SG, AR, AI, GL	280 producteurs de raisin	85%
	20 vignerons-encaveurs	15 vignerons-encaveurs	75%
	25 encaveurs	22 encaveurs	88%
	Lac de Thoue, Berne	14 producteurs de raisin	82%
	3 vignerons-encaveurs	2 vignerons-encaveurs	67%
	1 encaveurs	1 encaveurs	100%
	TG	118 producteurs de raisin	91%
	22 vignerons-encaveurs	19 vignerons-encaveurs	86%
	17 encaveurs	12 encaveurs	71%
	LU, UR, OW, NW, ZG	90 producteurs de raisin	100%
		21 vignerons-encaveurs	100%

ZH	21 vignerons-encaveurs	0 encaveurs	100%
	0 encaveurs		
	513 producteurs de raisin	475 producteurs de raisin	93%
	90 vignerons-encaveurs	73 vignerons-encaveurs	81%
	20 encaveurs	18 encaveurs	90%
IP du Valais	6064 producteurs de raisin	6064 Producteurs de raisin	100%
	276 vignerons-encaveurs	276 vignerons - encaveurs	100%
	94 encaveurs	94 encaveurs	100%
IP du canton de Vaud	957 producteurs de raisin	957 producteurs de raisin	100%
	332 vignerons-encaveurs	332 vignerons-encaveurs	100%
	45 encaveurs	45 encaveurs	100%
IP du Tessin	2064 producteurs de raisin	1324 producteurs de raisin	64%
	171 vignerons-encaveurs	36 vignerons-encaveurs	21%
	12 encaveurs	10 encaveurs	83%

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	DGAV
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	Volkswirtschafts direktion des Kantons Bern / Amt für Landwirtschaft und Natur, Abteilung Direktzahlungen, Fachbereich GELAN Quervergleich: Mitgliederverzeichnis der Rebgesellschaft Bielersee	Volkswirtschafts direktion des Kantons Bern / Amt für Landwirtschaft und Natur, Abteilung Direktzahlungen, Fachbereich GELAN Quervergleich: Mitgliederverzeichnis der Rebgesellschaft Bielersee	Volkswirtschafts direktion 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			
Schwyz	Weinbau Schwyz			
St-Gall – Appenzell	Branchenverband St. Galler Wein			
Lac de Thoun - 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
Secrétaire générale et trésorière

Philipp Matthias Bregy
Hélène Noirjean

Selon les status, chaque organisation désigne ses délégués et suppléants et en communique la liste nominative au secrétariat. Les comités des organisations membres ont désigné :

Organisa tion	Sièg es	Délégués Production	Délégués Encavage
Interprof ession de la vigne et du vin du Valais	4P, 4E	<i>Pierre-Antoine Héritier</i>, membre fondateur de Vitis Aequitas, vigneron, St-Germain (Savièse) <i>Daniel Etter</i>, vigneron-encaveur et secrétaire du GOV, Granois (Savièse) <i>Samuel Luisier</i>, Co-Président de la Fédération Valaisanne des Vignerons (FVV) et Viticulteur à Fully <i>Philippe Mettaz</i>, vigneron-encaveur, Fully	<i>Frédéric Rouvinez</i>, membre du comité de l'IVVS et encaveur, Sierre <i>Jacques Cordonier</i>, vigneron-encaveur, Flanthey <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 <i>Jean-René Germanier</i>, encaveur et directeur du Domaine Jean-René Germanier à Vétroz
Commun auté interprof essionne lle du vin vaudois	3P, 3E	<i>Olivier Mark</i>, président CIVV <i>François Montet</i>, vigneron-encaveur, vice-président IVVS et président de la Fédération vigneronne vaudoise, Blonay <i>Louis Fonjallaz</i>, vigneron-encaveur et président de l'Association vaudoise des vignerons-encaveurs indépendants, Epesses	<i>André Fuchs</i>, membre du comité de l'IVVS et directeur de Schenk SA, Rolle <i>Grégoire Dubois</i>, viticulteur, Cully <i>Pierre Duruz</i>, président de la Fédération des coopératives viticoles vaudoises
Branche nverban d Deutsch schweize r Wein	2P, 2E	<i>Martin Wiederkehr</i>, vice-président de l'IVVS et président du Branchenverband Deutschschweizer Wein BDW <i>Jürg Bachofner</i>, directeur du BDW, Wädenswil	<i>Hans Nägeli</i>, CEO - Rutishauser-DiVino SA <i>Urs Jauslin</i>, vigneron-encaveur Weingut Jauslin, membre du comité BDW
Interprof ession du vignoble et des	1P, 1E	<i>Willy Cretegny</i>, président de l'Association suisse des vignerons-encaveurs indépendants et vigneron-encaveur, Satigny	<i>Jérôme Leupin</i>, directeur général de la Cave de Genève SA

vins de Genève			
Interprofession della Vite e del Vino Ticinese	1P, 1E	<i>Rolf Homberger</i> , Direttore commerciale Cantina Sociale MENDRISIO	<i>Uberto Valsangiacomo</i> , propriétaire et directeur de Valsangiacomo F.lli SA, Mendrisio
Interprofession vitivinicola dei tre laghi	1P, 1E	<i>Boris Keller</i> , Président PI 3 Lacs ; vigneron-encaveur, Vaumarcus, Président VITISWISS	<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
Vignoble Suisse	2P	<i>Lionel Dugerdil</i> , membre du comité VignobleSuisse et vigneron-encaveur Clos du Château, Satigny <i>Romain Cipolla</i> , membre du comité VignobleSuisse vigneron-encaveur Weingut Cipolla, Raron	
ASVEI	1P	<i>Jean-Denis Perrochet</i> , membre du comité de l'IVVS et vice-président de l'Association suisse des vignerons-encaveurs indépendants (jusqu'à fin 2024)	
ANCV	1E		<i>Patrick Ansermoz</i> , membre du comité de l'IVVS et directeur des Artisans Vignerons d'Yverne Société Coopérative
SEVS	2E		<i>André Fuchs</i> , membre du comité de l'IVVS et directeur de Schenk SA, Rolle <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 13 mai 2025, l'assemblée des délégués de l'IVVS a siégé à Sierre 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 2026 à 2028
- 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 2026 à 2028.

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 13 mai 2025 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 13 mai 2025).

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)



Philipp Matthias Bregy, président



Hélène Noirjean, secrétaire générale

Annexes :

- Statuts de l'IVVS du 6 juin 2018
- Extrait du procès-verbal de l'assemblée des délégués du 13 mai 2025
- Tableau "Données nécessaires pour la demande d'extension de la mesure d'entraide (force obligatoire)"
- Stratégie marketing 2026-2029 de Swiss Wine Promotion SA : disponible dès novembre 2025

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 vignerons (FSV)
- Association suisse des vignerons-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 SUISSSES
Le président



Marco Romano

Berne, le 6 juin 2018

Extrait du Procès-verbal de l'Assemblée des délégués de l'IVVS du 13 mai 2025 à Sierre

4. Demande d'extension 2026-2028 pour la mesure d'entraide « Promotion des vins suisses »

Nous oublions trop souvent que l'évolution de ces dernières années repose sur quelque chose que nous considérons comme acquis, mais qui ne l'est pas : la force obligatoire. Une décision du conseil fédéral qui unit "par la force" tous les acteurs pour financer la promotion et les activités nationales. La force obligatoire est indispensable pour assurer le financement des activités de promotion de Swiss Wine Promotion. En, effet, les non-membres sont obligés de verser une contribution pour la promotion des vins suisses.

Le 20 juillet 2022, l'IVVS a déposé pour la troisième fois auprès de l'OFAG une demande d'extension de la mesure d'entraide (force obligatoire) selon l'art. 9 L'Agr pour la campagne de promotion des vins suisses, ce pour les années 2023 à 2025.

Le 16 novembre 2022, le Conseil fédéral a décidé d'accorder la force obligatoire pour une durée de trois ans, du 1er janvier 2023 au 31 décembre 2025.

Il s'agit donc de refaire le même exercice.

Une décision doit être prise lors de l'AD 2025.

Le comité propose à l'Assemblée des délégués d'accepter le dépôt d'une demande d'extension de la mesure d'entraide (force obligatoire) « Promotion des vins suisses pour 2026 à 2028 » 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 est indispensable pour assurer le financement des activités de promotion de Swiss Wine Promotion.

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.

La force obligatoire permet d'éviter une érosion des membres.

Questions posées à l'assemblée :

- Acceptez-vous de reconduire la campagne de promotion des vins suisses pour les années 2026 à 2028 ?
- 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 2026-2028 ?

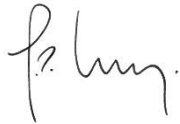
J. Bachofner informe que le BDW a établi un guide pour travailler avec la force obligatoire et collecter les cotisations, ce qui a porté ses fruits.

H. Noirjean informe que la demande d'extension devra se faire d'ici fin juin 2025 et remercie pour la collaboration

Décisions :

- **Les délégués acceptent à l'unanimité de reconduire la campagne de promotion des vins suisses pour les années 2026 à 2028**
- **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 2026-2028**

INTERPROFESSION DE LA VIGNE ET DES VINS SUISSES (IVVS)



Philipp Matthias Bregy, président



Hélène Noirjean, secrétaire générale

DONNEES NECESSAIRES POUR LE RAPPORT CONCERNANT L'APPLICATION ET L'EFFET DES MESURES D'ENTRAIDE (FORCE OBLIGATOIRE)

Données pour l'année 2024		IP VS	IP VD	IP GE	IP TI	IP 3 lacs			JU	Cheyres	IP Suisse alémanique (BDW)									
						NE	Lac de Bienne	Vully FR			AG	BS, BL, SO	GR	SH	SZ	SG, AR, AI	TG	BE-Lac de Thoue	LU,OW, NW,UR	ZH
A	Nombre total de producteurs de raisin, vigneron-encaveurs et encaveurs	6434	1334	215	2247	256	118	108	10	22	596	158	371	397	35	375	168	21	111	623
	Nombre de producteurs de raisin (membres et non-membres)	6064	957	120	2064	157	50	84	6	0	552	133	301	350	25	330	129	17	90	513
	Nombre de vignerons-encaveurs (membres et non-membres)	276	332	76	171	77	68	24	4	22	34	15	68	25	6	20	22	3	21	90
	Nombre d' encaveurs (membres et non-membres)	94	45	19	12	22	0	0	0	0	10	10	2	22	4	25	17	1	0	20
B	Nombre de producteurs de raisin membres	*		120	1324	157	12	84	0	0	505	130	298	332	21	280	118	14	90	475
	Nombre de vignerons-encaveurs membres			76	36	77	60	24	0	0	33	12	68	21	5	15	19	2	21	73
	Nombre d' encaveurs membres			19	10	22	0	0	0	0	10	9	2	20	3	22	12	1	0	18
	Nombre de producteurs de raisin non-membres			0	739		38	0	6	0	47	3	3	18	4	50	11	3	0	38
	Nombre de vignerons-encaveurs non-membres			0	135		8	0	4	22	1	3	0	4	1	5	3	1	0	17
	Nombre d' encaveurs non-membres			0	3		0	0	0	0	0	1	0	2	1	3	5	0	0	2
C	Montant des contributions facturées auprès des membres	455523	3167228.15	461'401	407185	500019	14'846	76.5	0	0	158552	38000	390000	250000	6900	75000	85348	4452	28596	500000
	Montant des contributions facturées auprès des non-membres			0	130842		1'860	0	858	1365.1	1196	500	700	1000	367	1200	2106	224	227	0
	Montant des contributions collectées auprès des membres			0	407185	500019	14'846	0	0	0	158552	38000	390000	250000	6900	75000	85348	4452	28596	38000
	Montant des contributions collectées auprès des non-membres			0	130842		1'860	0	858	1365.1	1196	500	700	2500	500	23000	10000	1500	227	0
	Montant pris à la charge de l' IP ou de l'organisation cantonale pour les non-membres			0	0		0	0	0	0	5382	0	6500	1900	133	21800	7894	1276	0	10000
D	Nombre de membres ayant refusé de payer leur contribution	#		0	0		0	0	0		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Nombre de non-membres ayant refusé de payer leur contribution	#		0	0		0	0	0		0	0	0	18	0	0	5	0	0	0
	Montant concerné par les refus des non-membres	#		0	0		0	0	0		0	0	6500	1900	133	21800	7894	1276	0	10000
E	Surface viticole (en m2) exploitée par les membres	46093160	37'471'201	1364 ha (donc 1364 ha)	7'573'568	6041021	1'955'500	1161.2	0	0	3567602	1200000	4220000	4520000	345000	2132251	1923424	358000	110000	500000
	Surface viticole (en m2) exploitée par les non-membres			0	4'184'234		258'000	0	181808	132193	260032	150000	150000	240000	18000	27000	468200	58000	25000	113000
	Quantité (en kg) de raisin encavé par les membres selon la fiche de cave	34014448	28'838'367	7 762 497 kg	3'919'463	3084575	1'081'046	656.6	0	0	1600751	450000	2217451	1820000	104740	850000	262945	262945	480000	3000000
	Quantité (en kg) de raisin encavé par les non-membres selon la fiche de cave			0	1'254'015		124'582	0	7630	145907	4000	46350	83107	130000	0	200000	42806	42806	10000	300000
Source des données	A. Nombre d'entreprises selon la catégorie	SCA	DGAV (Direction	OCAN (Office	Federviti, ATN	Sagr/IVN	Volkswirtschaftsdepartement	AIVV/Co	Service de l'agriculture	Grangeneuve	Branche	Branche	Branche	Branche	Branche	Branche	Branche	Branche	Branche	Branche
	B. Nombre de membres et non-membres	*		OCAN (Office	Sezione agrico	Sagr/IVN	Volkswirtschaftsdepartement	AIVV/Co	Service de l'agriculture	Grangeneuve	Branche	Branche	Branche	Branche	Branche	Branche	Branche	Branche	Branche	Branche
	C. Montant facturé et collecté	IVVS	Office des Vins	OCAN (Office	IVVT	Sagr/IVN	Volkswirtschaftsdepartement	AIVV/Co	IVVS	IVVS	Branche	Branche	Branche	Branche	Branche	Branche	Branche	Branche	Branche	Branche
	D. Nombre et montant des refus	#		OCAN (Office	IVVT	Sagr/IVN	Volkswirtschaftsdepartement	AIVV/Co	Service de l'agriculture	Grangeneuve	Branche	Branche	Branche	Branche	Branche	Branche	Branche	Branche	Branche	Branche
	E. Surface et volume	Année vitivinico	DGAV (Direction	OCAN (Office	Sezione agrico	Sagr/IVN	Volkswirtschaftsdepartement	Statistik	Service de l'agriculture	Grangeneuve	Kanton	Kanton	Kanton	Kanton	Kanton	Kanton	Kanton	Kanton	Kanton	Kanton

Legende Zahlen aus

- Important:**
- Pour chaque élément, merci d'indiquer la source des données.
 - Une entreprise ne peut pas être classée dans plus d'une catégorie à la fois. Par "producteur de raisin", on entend les propriétaires ou exploitants qui reçoivent des acquits de production mais ne produisent pas de vin eux-mêmes. Les producteurs de raisin qui vinifient leur propre vendange et qui achètent jusqu'à 2'500 kg (2'000 litres) sont à classer dans la catégorie "vignerons-encaveurs". La catégorie "encaveur" contient les autres producteurs de vin non compris dans la catégorie "vignerons-encaveurs". Les catégories "vignerons-encaveurs" et "encaveurs" correspondent aux entreprises qui ont une fiche de cave (selon l'art. 30a al. 5 ordonnance sur le vin).
 - Les montants facturés et collectés à mentionner sont uniquement ceux relatifs aux mesures d'entraide.

* En Valais nous ne faisons pas de distinction entre les membres et les non-membres

La perception des redevances cantonales et de la contribution fédérale est faite par le canton du Valais, nous n'avons pas d'information sur les non-paiements