



**COMMUNICATION  
DE LA MUNICIPALITE  
AU CONSEIL COMMUNAL**

**C27/2019**

Vevey, le 4 novembre 2019

**Ne pas diffuser**  
**Ce document doit encore faire l'objet d'une décision  
du Conseil communal le 14 novembre 2019**

Réponse à l'interpellation de Mme Anne-Francine Simonin, intitulée :  
**Vignes de Vevey : une exploitation déficitaire et un potentiel inexploité ?**

Monsieur le Président, Mesdames, Messieurs,

**Résumé de l'interpellation**

Dans son interpellation déposée lors de la séance du Conseil communal du 16 mai 2019, le groupe Vevey-Libre, par l'intermédiaire de Madame Anne-Francine Simonin soulève que malgré d'importants efforts entrepris pour améliorer la qualité du vin, l'identité visuelle et la gamme des vins, l'exploitation du vignoble de la Ville de Vevey reste déficitaire et son potentiel inexploité.

Par ailleurs, l'interpellatrice trouve que les mesures engagées pour vendre le vin sont très faibles notamment en ce qui concerne l'exploitation commerciale de la Cave de l'Hôpital.

Elle s'inquiète également de la stratégie que choisira la Municipalité pour l'avenir des caves et s'interroge sur le processus d'engagement d'un nouveau gérant qui succédera à M. Jean-François Fardel.

**1. *Quelle analyse la Municipalité fait-elle des résultats d'exploitation de ses vignes de ces dernières années et quelles conclusions tire-t-elle ? De manière générale, quelles mesures la Municipalité entend-elle prendre pour redresser les ventes et rendre l'exploitation de nos vignes viable ?***

Contexte économique

Les producteurs de vins suisses souffrent depuis plusieurs années d'une situation économique particulièrement défavorable. La consommation de vin par habitant a chuté de 43 litres en 2000 à 33 litres en 2018 soit une baisse de 23%. Aussi, la part de marché des vins suisses vis-à-vis des vins étrangers a chuté pour atteindre 35% de la consommation globale.

En ce qui concerne le prix du litre de vin en vrac, environ 8,50 Fr./lt en 2000, il est tombé à 6.- Fr./lt en 2019. Face à cette crise, l'état a décidé d'imposer des quotas de production pour limiter la production et éviter ainsi une baisse trop importante du prix.

Impacté par ce climat désavantageux, les ventes de nos vins qui autrefois couvraient les charges d'exploitation, ont diminué progressivement d'année en année. Les charges fixes étant restées quasi identiques, les revenus générés ces dernières années ne parviennent plus à couvrir les dépenses.

Réorganisation interne des secteurs

En 2018, la Municipalité a décidé de transférer le secteur Vignes de la Direction des Finances-Gérances à la Direction des espaces publics, ci-après DEP, avec effet au 1<sup>er</sup> octobre 2018.

Par la suite du transfert des Vignes mentionné ci-dessus, la DEP a soumis à la Municipalité les documents suivants :

1. Février 2019 -> Analyse de la performance du secteur Vignes. Dans le but de définir une orientation stratégique nouvelle permettant un équilibre des comptes dans le moyen terme, une étude approfondie des modèles d'affaire existants dans d'autres communes est en cour. Le résultat de l'étude sera soumis à la Municipalité pour le premier trimestre 2020 ;
2. Mai 2019 -> Analyse de l'inventaire et propositions des actions promotionnelles pour écouler les invendus ;
3. Mai 2019 -> Proposition de modification des horaires d'ouverture de la Cave de l'Hôpital  
De plus, pour faire face au départ de M. Fardel en retraite anticipée, la DEP a engagé Madame Manouk Guignard le 15 mai 2019 en qualité de chargée de projet vignes, en contrat d'auxiliaire.

Des analyses menées au printemps 2019 par la DEP fournissent les premières pistes d'amélioration quant à la stratégie marketing et de communication.

Analyse sectorielle

Observations	Pistes d'amélioration
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 8 Suisses sur 10 consomment du vin et de manière régulière ;</li> <li>• 67% des jeunes de 18 à 29 ans consomment du vin</li> <li>• Dès 30 ans, 77% des suisses consomment du vin. A partir de cet âge, le vin devance la consommation de bière et des autres spiritueux ;</li> <li>• 2/3 des consommateurs se considèrent novices du vin et sont en quête d'information et de conseils sur le monde du vin ;</li> <li>• Bouche à oreille est le premier facteur influençant la décision d'achat ;</li> <li>• Les principaux canaux de distribution sont : 1. <i>la grande distribution</i> 2. <i>la vente directe</i> 3. <i>magasins spécialisés</i></li> <li>• Internet est un canal de vente mineur mais reste toutefois un canal d'information indispensable. En effet, les consommateurs s'informent sur Internet mais achètent en magasin.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Renforcer la notoriété et réputation régionale                             <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <i>Communication</i></li> <li>✓ <i>Organisation d'évènements</i></li> <li>✓ <i>Participations à des manifestations et des foires</i></li> </ul> </li> <li>• Créer une communauté d'ambassadeurs de marque -&gt; clients, employés et habitants de Vevey</li> <li>• Renforcer les partenariats avec les prescripteurs -&gt; presse, office du tourisme, etc.</li> <li>• Digitaliser la communication pour capter l'audience des « <i>digital natives</i> » (génération Internet)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <i>Refonte du site internet en 2020</i></li> <li>✓ <i>Réseaux sociaux</i></li> </ul> </li> <li>• Créer du « <i>content marketing</i> » (contenu éducatif) sur le monde du vin                             <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <i>Cibler notre audience idéale (amateurs de vin)</i></li> <li>✓ <i>Construire la réputation des Vignes de Vevey</i></li> <li>✓ <i>Attirer des prospects</i></li> </ul> </li> <li>• Développement du réseau de distribution :                             <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <i>Direct : cave et site internet</i></li> <li>✓ <i>Indirect :</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Magasins spécialisés</i></li> <li>- <i>HORECA</i></li> <li>- <i>Grandes surfaces p.ex. Manor Vevey</i></li> <li>- <i>Exportation</i></li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>

Analyse de la gamme

Observations	Pistes d'amélioration
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les vignes de Vevey possèdent une gamme large de 28 références :               <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <u>Les avantages</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>- répartition des risques</li> <li>- augmentation de la visibilité sur le marché</li> <li>- couverture de plusieurs segments de demande</li> </ul> </li> <li>✓ <u>Les inconvénients</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>- coût de gestion élevé</li> <li>- complexité dans la gestion des stocks</li> <li>- pas d'économie d'échelle</li> <li>- risque de cannibalisation</li> <li>- manque de clarté et lisibilité de la gamme</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>• Peu de variétés de cépages principalement dans les vins blancs ;</li> <li>• Plusieurs cépages rouges utilisés seulement en assemblage et non exploités en vin monocépage ;</li> <li>• La « Gamme Veveysanne » génère moins de 5% du CA ;</li> <li>• Les spécialités génèrent moins de 2% de CA ;</li> <li>• Les bouteilles de 70 cl sont les plus vendues suivies par les 50 cl ;</li> <li>• Les ventes de bouteille de 35 cl sont marginales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Retirer de l'assortiment :               <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ les bouteilles de 35 cl</li> <li>✓ la « Gamme Veveysanne »</li> </ul> </li> <li>• Introduire dans l'assortiment :               <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ le Plant Robert</li> <li>✓ le Sauvignon blanc</li> </ul> </li> <li>• Epurer la gamme pour limiter les coûts de production et de gestion ;               <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <u>4 chasselas</u> : Ouz Bordel, Les Allours, Eys Rueyres et Chavonchin</li> <li>✓ <u>1 Pinot</u> : Pinot Noir Eys Rueyres</li> </ul> </li> <li>• Pour les spécialités, trois possibilités, à choix :               <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Retrait de la gamme ou</li> <li>✓ Diminuer drastiquement la quantité mise en bouteille ou</li> <li>✓ Achat à un producteur et revente sous l'identité les Vignes de Vevey</li> </ul> </li> <li>• Mise en place de mesures pour diminuer le prix de revient ;</li> <li>• Alignement des prix de vente aux prix du marché.</li> </ul>

**2. Quelles ont été les mesures prises ces dernières années pour inverser cette tendance en particulier pour améliorer les ventes ?**

- 2009 : création de la marque « Les Vignes de Vevey », d'une nouvelle identité visuelle (logo, étiquette, etc.) et redéfinition de la gamme, identifiable en trois catégories :
  - ✓ *Arlevin* : haut de gamme, vin destiné à une nouvelle clientèle avisée ainsi qu'à la gastronomie ;
  - ✓ *Bacchus* : gamme intermédiaire, vins traditionnels de qualité à prix abordables s'adressant aux nombreux connaisseurs et habitués de la cave ;
  - ✓ *Veveysanne* : entrée de gamme, vin s'adressant aux cafés et restaurants de la région qui recherchent des bons produits à bon prix.
- 2010
  - lancement d'un vin mousseux « Folies Veveysanes »
  - engagement d'un représentant-vendeur payé à la commission
- 2012
  - introduction à l'assortiment d'un vin liquoreux « Tendresse Veveysanne »
- 2013 : réorganisation du vignoble
  - mise en location de 2,6 hectares à la société Obrist permettant au prix de Fr. 10'000.-, permettant ainsi un revenu et l'allègement des frais de vignolages et de vinification.
- 2017 et 2018
  - participation au Salon suisse du vin « Arvinis » à Montreux
- 2019 (par la Direction des espaces publics)
  - introduction d'un Merlot Grand Cru élevé en fût de chêne ;
  - mise en place de deux phases de promotion des vins - été et automne - pour stimuler les ventes à court terme et dynamiser la vente des stocks de 2017 et 2018 ;
  - mise en place de nouveaux horaires à la cave de l'Hôpital et des horaires spéciaux durant la Fevi ;
  - bar à vin au caveau St-Martin durant la Fevi ;
  - campagne de communication durant 4 semaines sur le 1<sup>er</sup> webmagazine du vin « Relais Vin » ;
  - partenariat avec deux grands sites suisses de ventes privées à savoir *qoqa.ch* et *veepee.ch* ;
  - divers évènements et dégustations :

- 8 août : dégustation à l'espace swisswine à la Terrasse de la Confrérie
- 1-2 novembre : dégustation et vente au caveau St-Martin
- 12 novembre : stand de ventes et dégustation de vins à la Foire de la St-Martin
- 15 novembre : stand de dégustation et bar à vin lors de la soirée des figurants de Vevey
- 21, 22 et 23 novembre : stand de dégustation et de ventes à la Foire aux vins
- 7 décembre : journée portes ouvertes à la cave de l'Hôpital

**3. Pour quelle raison nos vins ne sont-ils pas en vente lors de matches des deux clubs phares de notre ville, soit le Vevey United et les Riviera Lakers ?**

Les deux clubs sont sponsorisés par des grandes maisons de vins et la vente de leurs produits est une exclusivité faisant partie du contrat de *sponsoring*.

La possibilité de collaboration entre ces deux clubs et les Vignes de Vevey sera réexaminée dans le but de leur proposer les vins de la Ville soit par une vente directe de vin ou par le biais d'un contrat de *sponsoring* ou d'un contrat d'échange entre biens et services.

**4. Comment la Municipalité justifie-t-elle de tels horaires de nature à décourager les clients encore actifs professionnellement ?**

Depuis le 19 juin 2019, les horaires de la cave ont été étendus de 4 hrs/semaine à 9 hrs/semaine. Les horaires d'ouverture ont également été optimisés afin de satisfaire tous les visiteurs.

Les nouveaux horaires sont :

- Mercredi, jeudi et vendredi de 16h30 à 18h30
- Samedi de 11h00 à 14h00

De plus, il est maintenant possible de payer à la cave par carte bancaire.

**5. Pourquoi la Municipalité ne valorise-t-elle pas ce patrimoine unique constitué par les caves de la ville ?**

Au contraire, la Municipalité exprime clairement sa volonté de valoriser les caves de l'Hôpital. C'est pourquoi, les horaires de la cave ont été étendus et que des événements y sont et y seront organisés.

Durant la Fête des Vignerons, les horaires d'ouverture de la cave ont été adaptés. En plus des horaires habituels, la cave a été ouverte au public avant et après les représentations.

Enfin, des réflexions sont en cours au sujet de la rénovation de la cave de l'Hôpital afin de restructurer l'espace pour optimiser clairement les parties « exploitation » -travaux de cave et stockage- et « récréative » à savoir l'accueil des visiteurs et la location du grand carnotzet.

**6. Les horaires des Caves de la Ville vont-ils être élargis afin de mettre en valeur ses produits ?**

Voir la réponse à la question n° 5, ci-dessus.

**7. Ville en Fête servira-t-il des vins de la Ville ?**

Durant la Fête des Vignerons, les vins de la ville de Vevey ont été servis aux caveaux de St-Martin et de Scanavin ainsi qu'au bar des associations.

Les ventes de vin à ces trois caveaux s'élèvent à environ Fr. 38'000.- (Fr. 12'000.- pour Scanavin, Fr. 18'000.- pour St-Martin et Fr. 8'000.- pour le bar des Associations).

Par ailleurs, les Vignes de Vevey ont vendu environ 5'800 kilos de raisin à la Commission des Vins de la Fête des Vignerons 2019 pour l'élaboration des vins de la Fête pour un montant de Fr. 26'000.-.

**8. Quelles organisations pour le caveau St-Martin (qui chapeaute ?) ?**

Durant la Fête des Vignerons, les deux caveaux de la commune ont été exploités.

• **Caveau Scanavin - espace de restauration**

Le caveau a été loué à MM. Etienne Krebs et François Junod au tarif officiel soit Fr. 3'900.-. Les exploitants ont vendu exclusivement les vins des Vignes de Vevey, selon engagement pris.

Les frais d'exploitation (frais d'aménagement du local, frais d'électricité, frais de marchandises, frais de personnel, etc.) ont été intégralement payés par leurs soins.

Une participation à raison de 50% leur a été facturée pour les frais de sécurité, de nettoyage, de sonorisation ainsi que ceux liés à la communication.

- **Caveau St-Martin - bar à vin « Les Vignes de Vevey »**

Le caveau a été exploité par la Ville en qualité de bar à vin des Vignes de Vevey sous la responsabilité de M. Gilles Altermath.

Les frais d'exploitation (frais d'aménagement du local, frais d'électricité, frais de marchandises, frais de personnel, etc.) ont été intégralement payés par la commune par le biais d'un compte de bilan ouvert à cet effet.

Une participation à raison de 50% pour les frais de sécurité, de nettoyage, de sonorisation ainsi que les frais liés à la communication ont également été réglés par la commune.

Par ailleurs, le caveau a fait office de lieu de rassemblement de la troupe des gymnastes de la Fête « Tout Feu, Tout Flamme ».

Ainsi adopté en séance de Municipalité, le 4 novembre 2019

Au nom de la Municipalité  
la Syndique le Secrétaire

    
Elina Leimgruber Grégoire Halter