

Newsletter

N° 2, 2016

Congrès en Romandie

Madame, Monsieur,

Les 12 et 13 mai 2016, le congrès annuel ASG aura lieu pour la première fois en Romandie, ce dont je suis personnellement ravi, en tant que Romand. Des représentants illustres du secteur suisse des boissons, des domaines politique et économique ainsi que des intervenants invités se retrouveront lors du 59ème congrès annuel à l'Hôtel Royal Savoy à Lausanne. Je me réjouis notamment de la variété des intervenants qui proviennent des secteurs les plus divers et qui aborderont ainsi des thèmes variés. Sur le nouveau site Internet ASG, www.branchedesboissons.ch, vous trouverez de plus amples informations sur le congrès ainsi que sur ASG en général.

C'est avec à la fois un œil qui rit et un œil qui pleure que j'attends le prochain congrès. Je vais en effet passer mon poste de président d'ASG à Dr. Markus Zemp (secteur bière). Ce poste m'a captivé et nous avons réussi à atteindre quelques objectifs. Je suis certain que mon successeur fera également preuve d'un grand engagement pour le secteur des boissons. Comme vous pouvez le lire dans cette seconde newsletter d'ASG, il se passe beaucoup de choses dans les divers secteurs. Ainsi, Dr. Markus Zemp ne manquera certainement pas de travail.

Je vous souhaite une bonne lecture.



Julien Morand
Président ASG

Rapport sur le système de contrôle du vin

L'Office fédéral de l'agriculture OFAG a présenté son rapport sur le système de contrôle du vin en Suisse le 23 mars 2016.

Il y indique que lors du contrôle des vendanges et du commerce du vin, des irrégularités minimales comme graves ont été identifiées. À travers divers changements, le système de contrôle doit être modernisé et adapté aux conditions actuelles de la filière viticole. Ainsi, l'OFAG propose

- de renforcer l'efficacité du contrôle des vendanges par des outils informatiques adaptés et des contrôles ciblés;
- au lieu des six organes actuels de contrôle du vin, un seul organe existera pour la Suisse;
- d'améliorer l'échange d'informations entre les cantons et l'État et d'éliminer les obstacles de la réglementation au sujet du flux d'informations entre les instances impliquées;

Fruits et jus de pomme suisses avec un logo commun

«Fruits suisses» et «Jus de pomme suisses» se présentent avec un nouveau logo commun. Il sera utilisé dans la campagne de fruits avec «Barry & Hans», dans la campagne «Le jus de pomme suisse fait merveille» ainsi que dans divers projets régionaux. Ainsi, l'image marketing du secteur des fruits sera homogénéisée et renforcée.

La Fruit-Union Suisse a vérifié si un rassemblement des deux campagnes «Barry & Hans» et «Le jus de pomme suisse fait merveille» était possible et pertinent. Les régions doivent être également encore mieux impliquées dans les activités marketing de la Fruit-Union Suisse. Les membres des centres spécialisés de la FUS, «Centre spécialisé Vente de fruits frais» et «Centre spécialisé Vente de jus de pomme/cidre» se sont penchés en détails sur ce thème.

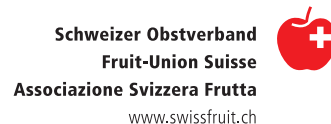
Ils ont conclu à l'unanimité que le rassemblement des deux groupes de produits impliquait des avantages. Pour cette rai-



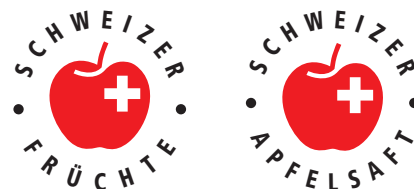
- de développer la haute surveillance de l'État.

Dans les grandes lignes, le secteur du vin approuve les propositions de l'OFAG. Cependant, il souhaiterait la remise en place d'un apprentissage de base pour les vendeurs en vin, les cours obligatoires qui existaient auparavant garantissant en effet un minimum de connaissances spécialisées.

L'OFAG concrétise maintenant, dans le cadre de l'échange avec les acteurs concernés, les mesures dérivant des recommandations. Les propositions nécessaires pour les modifications juridiques seront préparées pour une entrée en vigueur au plus tôt en 2018.



son, les deux comités ont décidé d'utiliser un logo commun pour les fruits suisses et pour le jus de pomme suisse sur la base du logo de la Fruit-Union Suisse. Cependant, les deux campagnes ne seront pas (encore) homogénéisées car elles sont encore très bien reçues par les consommateurs. Dans le cadre d'une nouvelle version, une image commune est cependant envisagée.



Importations de boissons spiritueuses en recul, production indigène en hausse

En 2015, les importations de boissons spiritueuses ont reculé de 2 %, passant à 82 969 hectolitres d'alcool pur. Après avoir touché le fond, la production suisse de boissons spiritueuses reprend pied grâce aux bonnes récoltes de fruits de l'année 2014. Au total, 16 360 hectolitres d'alcool pur ont été distillés durant l'exercice 2014-2015 (+ 42 %). En dépit du ralentissement conjoncturel, les ventes d'éthanol d'Alcosuisse progressent encore de 2 % et s'établissent à 38,8 millions de kilogrammes.

Le secteur suisse des boissons spiritueuses présente un bilan réjouissant. Le résultat est supérieur de 7 % à la moyenne des dix dernières années. Les eaux-de-vie de prunes ou pruneaux et de kirsch affichent les taux de croissance les plus marqués (+ 141 % et + 152 %). La perte de terrain des distillats de fruits à pépins se poursuit (- 2 %). La Suisse n'a jamais aussi peu produit d'eau-de-vie de pommes et de poires depuis le début des années 30. La fabrication de boissons spiritueuses à base d'alcool de bouche (par ex. liqueurs, apéritifs, absinthe) s'est ac-



SCHWEIZERISCHER
SPIRITUOSENVERBAND
FÉDÉRATION SUISSE
DES SPIRITUEUX
FEDERAZIONE SVIZZERA
DEGLI SPIRITUOSI

crue pour atteindre 9926 hectolitres d'alcool pur (+ 6 %).

La tendance à la baisse touche les quatre catégories de boissons spiritueuses les plus appréciées en Suisse, à savoir le whisky (- 4 %), la vodka (- 3 %), le rhum (- 6 %) ainsi que les liqueurs, bitters et apéritifs (- 3 %). Ces évolutions récentes ne modifient pas fondamentalement les tendances observées depuis le début des années 2000. Représentant 76 % des parts de marché en 2015, les boissons spiritueuses étrangères dominent toujours largement le secteur.

Les exportations de boissons spiritueuses ont de nouveau reculé (- 17 %) pour atteindre, avec 3208 hectolitres d'alcool pur, un niveau légèrement supérieur à celui de 2012. Bien que son volume d'exportation ait diminué de près d'un quart entre 2014 et 2015, l'eau-de-vie de poire williams reste la boisson spiritueuse suisse la plus demandée à l'étranger (205 hl d'alcool pur).



Schweizer Brauerei-Verband
Association suisse des brasseries
Associazione svizzera delle birrerie
Associazion svizra da bierarias

Suisse: le boom de création de brasseries perdure

En 1990, il y avait seulement 32 brasseries enregistrées en Suisse. Aujourd'hui, elles sont 662. Une évolution incroyable. La Suisse possède ainsi l'une des densités de brasseries par habitant les plus importantes au monde, si ce n'est pas la plus importante. Il y a une brasserie pour 12'600 habitants en Suisse, en Allemagne, il y en a une pour 57'000. Quelles sont les perspectives? Estimation.

Pour commencer, il est utile d'examiner les structures du marché suisse de la bière. Environ 50 brasseries en Suisse brassent plus de 100'000 litres de bière par an. Dans ce cadre, on peut parler de brasseries professionnelles disposant de structures professionnelles avec des brasseurs formés (apprentissage de 3 ans en tant que technologue alimentaire avec spécialité bière) et de maîtres-brasseurs. Ces 50 brasseries représentent plus de 99 pour cent de la production suisse de bières. Cela signifie à l'inverse que plus de 600 nano-brasseries et micro-brasseries sont exploitées de manière amatrice et autodidacte.

Lorsque l'on aborde la question des perspectives d'avenir, les réponses sont toutes aussi variées que le secteur actuel de la brasserie en Suisse. Des nano-brasseries/brasseries amatrices aux brasseries centenaires, toutes doivent faire face à des défis. Cependant, la pression des marges et des prix est énorme pour toutes les brasseries. L'Euro faible et l'instabilité économique contribuent également au fait que les brasseries doivent produire de manière ultra-efficace et dans une qualité optimale. Bien évidemment, le fait que la diversité des bières se développe en Suisse grâce au grand nombre de brasseries est bien évidemment positif. Les nombreuses brasseries locales entraînent un intérêt accru pour la bière chez la population.

On peut estimer que ce boom continuera dans les années à venir. Cependant, il est également clair que la consolidation va intervenir. De plus, certains brasseurs abandonnent à nouveau leur "hobby" et de nouveaux brasseurs les remplacent. Cependant, on peut dire que le secteur de la bière connaîtra encore des années florissantes en Suisse. La diversité des bières va se développer tout comme la compréhension de ce bien culturel millénaire que l'on peut redécouvrir sans cesse.

VERBAND SCHWEIZERISCHER
MINERALQUELLEN UND
SOFT-DRINK-PRODUZENTEN



ASSOCIATION SUISSE DES SOURCES
D'EAUX MINÉRALES ET DES
PRODUCTEURS DE SOFT DRINKS

Les eaux minérales aident pour répondre aux problèmes d'approvisionnement en eau potable

À l'automne 2015, une déclaration d'intention des membres de l'Association suisse des sources d'eaux minérales et des producteurs de soft drinks (SMS) a été signée au sujet de la gestion de crise en cas d'urgence dans l'approvisionnement en eau potable.

Les membres de l'Association suisse des sources d'eaux minérales et des producteurs de soft drinks (SMS) ont signé, le 15 septembre 2015, une déclaration d'intention dans laquelle ils se déclarent prêts à fournir rapidement et sans bureaucratie, de l'eau minérale dans les situations d'urgence. Des discussions avec l'Approvisionnement économique du pays (AEP) et la Société Suisse de l'Industrie du Gaz et des Eaux (SSIGE) l'ont précédée.

Ainsi, une localité avec de l'eau du robinet souillée - comme cela a été le cas il y a peu au Locle - doit pouvoir demander l'aide de l'embouteilleur d'eau minérale naturelle le plus proche, cette eau étant fournie par pack de six bouteilles de 1,5 litres (9 litres par personne).

La SMS est la faitière de l'eau minérale et des boissons rafraîchissantes. L'association regroupe 16 entreprises qui représentent environ 84 pour cent du volume d'eaux minérales en Suisse.

Dans la déclaration d'intention, il s'agit concrètement de l'approvisionnement de la population au cours des trois premiers jours après l'interruption de l'approvisionnement. En principe, un auto-approvisionnement entrerait ici en considération, mais étant donné que de grandes parties de la population ne possèdent plus des réserves d'urgence nécessaires pour cette période, l'Office fédéral pour l'approvisionnement économique du pays est intervenu et a initié la collaboration avec la SMS.

La signature de la déclaration d'intention est prometteuse pour la collaboration entre l'État et le secteur privé: des acteurs avec des intérêts multiples ont su parvenir, de manière ciblée et pragmatique, à un résultat satisfaisant pour tous.

L'ASG: fondée en 1957, la Communauté de travail de la branche suisse des boissons est l'association faitière de l'industrie suisse des boissons. Elle représente quelque 30 000 entreprises pour un chiffre d'affaires total de l'ordre de 14 milliards de francs. Les segments suivants sont couverts par l'ASG: la bière, le vin, l'eau minérale/les boissons rafraîchissantes, les spiritueux et les jus de fruits.

Congrès 2016 de l'ASG

Le prochain congrès annuel de l'ASG se tiendra les 12 et 13 mai 2016 à Lausanne.