

POSTULAT URGENT

Auteur	Doris SCHMIDHALTER-NÄFEN, AdG/LA, Gilbert TRUFFER, AdG/LA, Reinhold SCHNYDER, AdG/LA, et Barbara EYER JAGGY, AdG/LA
Objet	Pas de «wine poker» du PDC sur le dos des vigneronnes et des vignerons
Date	08/03/2020
Numéro	2020.03.017

Actualité de l'événement

La filière viticole est soumise à des fortes pressions, et Provins est en proie à des difficultés financières. Une situation qui est appelée à empirer avec la crise du coronavirus.

Imprévisibilité

Personne ne pouvait prévoir que Provins serait toujours dans l'impossibilité de payer la vendange de l'année dernière. Ce qui provoque et a provoqué des drames familiaux ainsi qu'un suicide.

Nécessité d'une réaction ou d'une mesure immédiate

La création d'une société anonyme ne résout pas les problèmes, mais ne fait que les aggraver. Or il y a deux problèmes à aborder dans ce contexte: la question de la surproduction et celle des marques. L'Etat doit agir ici de manière proactive.

Les ventes de vins valaisans sont en chute libre. Pour le fendant, le recul s'est élevé à 15% l'an dernier. Cette tendance s'explique de plusieurs manières:

* Les vins valaisans n'ont la cote nulle part, car nous n'avons pas réussi à créer des marques plus ou moins renommées au niveau international. Au lieu de cela, nous produisons toujours plus de vins sous toujours plus d'appellations différentes. Rares sont dès lors les amateurs étrangers qui s'y retrouvent dans cette jungle locale. * En Suisse, la consommation de vin par tête et par année est légèrement moins élevée que par le passé. Et lorsque les consommatrices et consommateurs cèdent à la tentation, ils se tournent de plus en plus souvent vers des vins étrangers qui, en règle générale, sont loin d'être médiocres.

3000 vigneronnes et vignerons livrent leur vendange à la coopérative Provins. Celle-ci est tenue d'acheter la vendange livrée. Provins produit 20% des vins valaisans, et certains de ces crus sont de haute qualité. Le Conseil d'administration actuellement en place chez Provins mise pourtant sur le mauvais concept. La coopérative est censée faire place à une société anonyme. Dans le cadre de ce «New Provins», il n'y aura plus d'obligation d'accepter la vendange des propriétaires de vignes. Cette transformation ne résoudra aucun problème, mais aura pour effet d'affaiblir tous les éléments de la chaîne, à savoir les vignerons et les autres caves qui existent encore, y compris les exploitations familiales prospères, dont la production va de quelques dizaines de litres à près d'un million de bouteilles.

Nombreux sont ceux qui redoutent que COOP saisisse l'occasion pour faire main basse sur des installations de production et profite de l'intégration verticale pour évincer d'autres producteurs ou en faire des sous-traitants. Nous ferions bien de nous inspirer des crises qu'ont connues les chantiers navals à l'étranger. Lorsque la demande chute, le canton doit réduire la production autorisée par mètre carré, et ce de manière flexible. Une telle mesure

n'améliore la qualité des vins que de manière marginale, mais elle évite une production pléthorique. C'est la seule alternative. Même les vins valaisans très avantageux peinent toujours plus à s'imposer face aux vins étrangers bon marché et moins bon marché.

Conclusion

Nous avons des revendications concrètes à soumettre au Conseil d'Etat:

1. Provins doit rester une coopérative qui accepte la vendange fournie par les coopérateurs.
2. Les années durant lesquelles le bon dieu fait mûrir trop de raisins, le canton doit appliquer une limitation quantitative afin de ne pas tomber en surproduction. Aujourd'hui, cela ne doit pas dépasser une moyenne de 700 grammes par mètre carré.
3. Les vins valaisans peuvent et doivent être produits d'une manière plus respectueuse de l'environnement. Il faut mettre fin à la pollution des terrains et des cours d'eau, et la qualité des vins doit être améliorée de toute urgence.
4. Le canton peut octroyer des prêts de 1er rang sans intérêt – si les créanciers actuels – si les banques tirent à la même corde.
5. Le «New Provins» se voit confier le mandat de développer en dix ans et en partenariat avec d'autres producteurs trois marques fortes, commercialisables à l'échelle mondiale. Toute solution autre que celle-là conduit directement au chaos, car elle ne s'attaque pas au poison de la surproduction et ne crée pas de marques.