



LES VÉRITABLES RAISONS DU RECUL DE LA CONSOMMATION DE VIN

Il n'est pas vrai que les générations X et Y soient à l'origine de la crise du vin. La consommation évolue avec la société et concerne toutes les tranches d'âge depuis 40 ans. Il est donc temps d'abandonner les préjugés et de les remplacer par des faits. Bonne nouvelle cependant : les jeunes générations apprécient le vin !

Que se cache-t-il derrière les chiffres publiés chaque année en avril par l'Office fédéral de l'agriculture (OFAG)? Que disent-ils des consommateurs et du potentiel du marché? Notre analyse identifie quatre facteurs clés :

- Situation économique individuelle
- Culture culinaire et rituels
- Tendance en matière de santé
- Modes de vie et évolution des valeurs

LA SITUATION ÉCONOMIQUE STIMULE ET FREINE

Entre 1961 et 1980, la consommation de vin reflète la prospérité (**Fig. 1**), contrairement à la France et à l'Italie. La croissance économique était exceptionnelle, le pouvoir d'achat augmentait et de larges couches de la population accédaient à un niveau de vie plus élevé. Manger en famille était la norme, et le vin faisait partie du quotidien, tant au déjeuner qu'au dîner. Le vin rouge importé a stimulé la consommation, faute de production

suisse suffisante. Parallèlement, la superficie viticole en Suisse a augmenté.

En 1972/73, les ventes chutent de 7,8% sous l'effet de la crise pétrolière. Avec une inflation à 9,8%, les consommateurs ont largement réduit leurs dépenses, notamment en vin. De plus, des dizaines de milliers de travailleurs étrangers sont rentrés en Italie et en Espagne. Cela a également fait baisser la consommation par habitant (CPH) de son pic d'après-guerre de 60,8 litres au cours de l'année viticole 1972/73 à 55,5 litres en 1975/76. Par la suite, la consommation totale s'est redressée, avec quelques fluctuations, jusqu'en 1990/91.

La crise immobilière et bancaire (1989-1996) et la guerre du Golfe (1990) ont marqué un tournant. Depuis lors, la courbe est à la baisse. Conclusion : les baby-boomers et la génération X (1965-1976) ont déjà considérablement modifié leurs modèles de consommation au cours de leur vie. L'accusation selon laquelle les générations Y (1980-1996) et Z (1996-2012) seraient les principales responsables

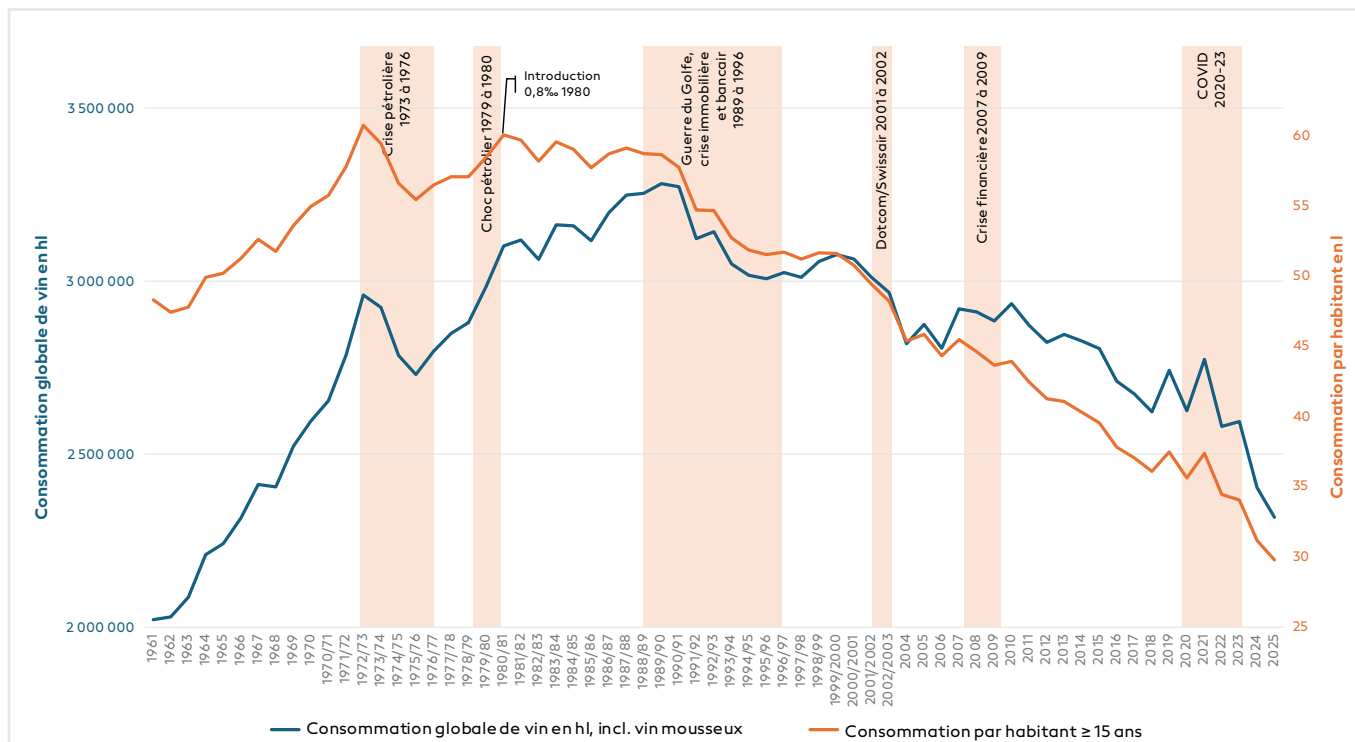


Fig. 1: Consommation de vin en Suisse 1961-2025 (globale et par habitant).

Sources: OFAG, OFS, AFD

de ce recul s'avère donc fausse. Les enquêtes suisses sur la santé le confirment. La **figure 2** montre une baisse de la consommation hebdomadaire entre 1997 et 2022, surtout chez les 25-64 ans. Les personnes âgées de 65 ans et plus consomment un peu plus souvent du vin.

La situation économique générale et individuelle influence nos décisions d'achat, consciemment ou inconsciemment, comme le montrent les deux

baisses observées dans les habitudes de consommation. En effet, le vin reste plus cher que d'autres alcools. Cela influence particulièrement les jeunes qui disposent d'un budget plus restreint que les générations précédentes. Ils boivent moins, mais privilégient des produits de meilleure qualité, et cette retenue ralentit la vague de premiumisation à l'échelle mondiale, selon l'institut d'études de marché londonien IWSR.

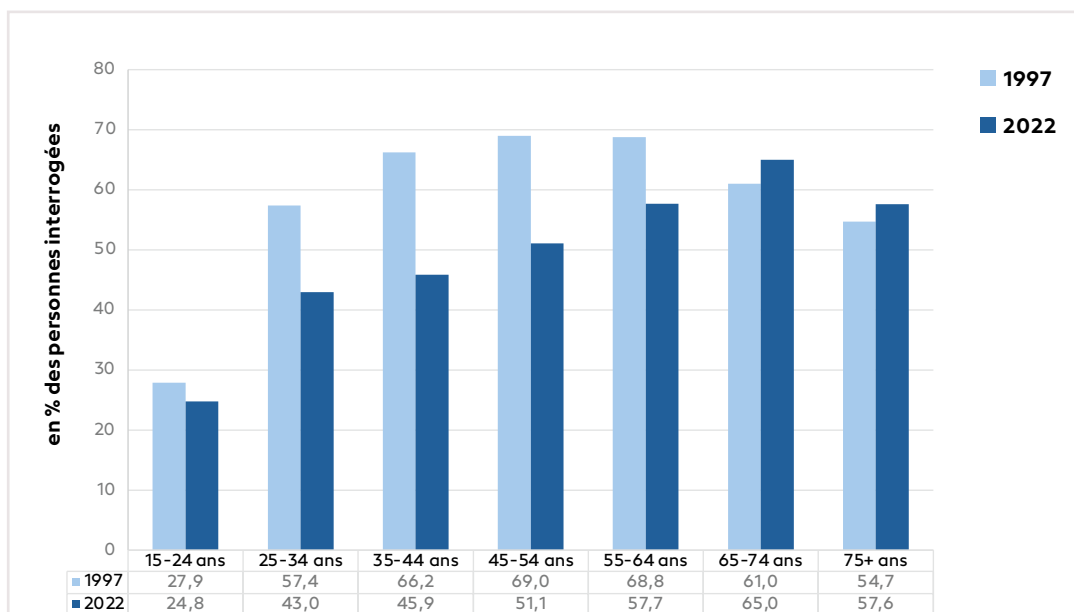


Fig. 2: Consommation de vin par groupe d'âge (au moins une fois par semaine)

Source: OFS, analyse spéciale

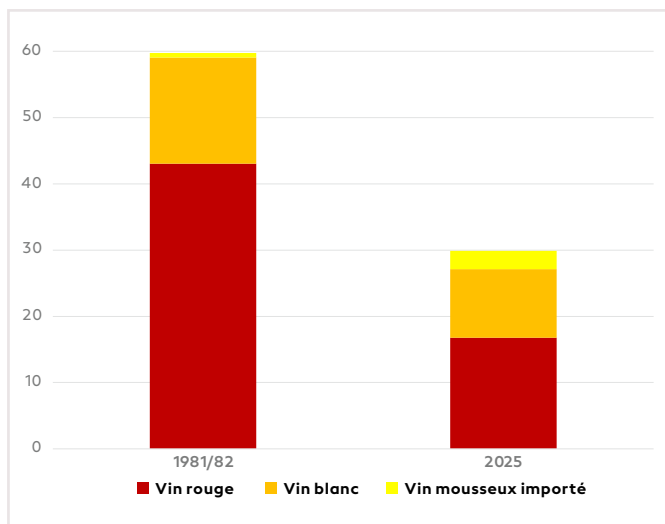


Fig. 3: Evolution de consommation de vins 1981/82 et 2025 (consommation par habitant en litres)

Source: OFAG

LE RECUL S'EST MANIFESTÉ TRÈS TÔT

Les premiers signes d'un revirement dans la consommation de vin sont apparus dès les années 80, lorsque la CPH s'est stabilisée à environ 59 litres avec une légère tendance à la baisse. Cette stagnation s'explique par des facteurs durables: santé, fitness, rythmes irréguliers, exigences professionnelles, mobilité, limite de 0,8‰ et essor

des alternatives. Les nouvelles habitudes alimentaires délaissent le vin rouge; blancs et mousseux représentent désormais 44 % (Fig. 3).

CONTRÔLE ET SANTÉ: DES ENJEUX IMPORTANTS POUR LES CONSOMMATEURS

Longtemps, la conduite a été le principal frein à la consommation (rapports «M.I.S.-Trend» publiés par Swiss Wine Promotion en 2008, 2013 et 2017. Dans l'édition 2024, 24 % des personnes interrogées ont cité cette raison, contre 62 % en 2008. Depuis, d'autres motifs ont émergé. Près de la moitié des personnes interrogées invoquent des raisons de santé et des effets secondaires. Selon l'université de Sheffield, santé et image freinent les jeunes depuis une dizaine d'années. Par crainte d'images embarrassantes sur les réseaux sociaux, ils renoncent à l'alcool lorsqu'ils sortent.

RETRAIT ET VIE EN SOCIÉTÉ

Deux autres modes de vie continueront d'influencer négativement la consommation de vin. Depuis les années 1960, le nombre de ménages d'une seule personne augmente, et selon l'OFS, cette tendance se poursuit. Selon le M.I.S.-Trend, beaucoup de personnes n'ont souvent pas envie d'un verre de vin lorsqu'elles sont seules. Entre 2010 et 2022, plusieurs études constatent un repli social à domicile. Les personnes âgées de 15 à 24 ans sortent généralement moins souvent (Fig. 4) et préfèrent

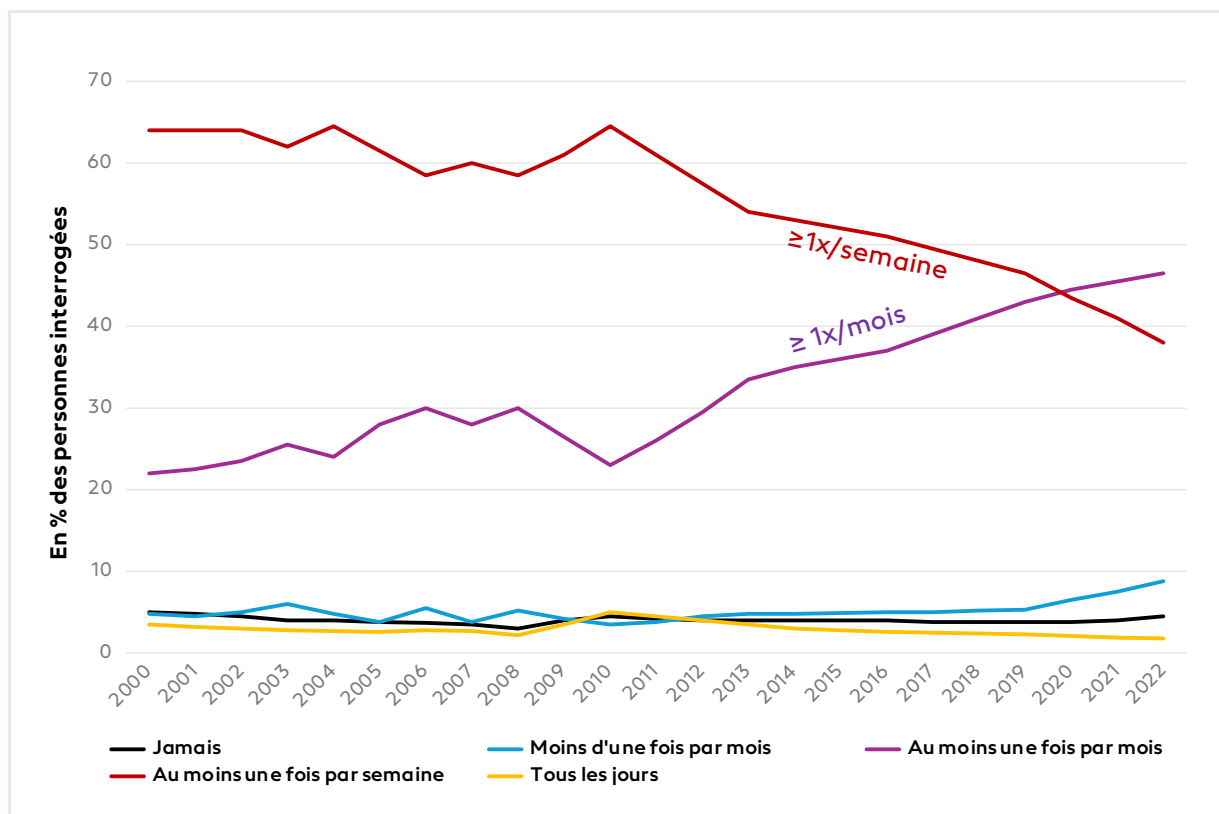


Fig. 4: Société en mutation – le retrait social des jeunes (fréquence des sorties dans les bars et restaurants chez les jeunes âgés de 15 à 24 ans, par année d'enquête)

Sources: OFS, Panel suisse de ménages, NZZ am Sonntag



Depositphotos/Image générée par l'IA

communiquer virtuellement. L'aspect social du vin entraîne toutefois une tendance inverse chez la génération Z. Selon Bevtrac (IWSR, 2025) ils fréquentent davantage bars et restaurants pour boire du vin de qualité que les autres tranches d'âge par rapport à 2024.

Le vin «quotidien» perd progressivement de son attrait, plus que les autres boissons alcoolisées. Le contexte festif et culturel de l'œnotourisme attire davantage que les dégustations traditionnelles isolées. C'est ce que confirment les producteurs et les négociants en vin, en Suisse comme à l'étranger, qui organisent avec succès des événements culturels où la dégustation de vin passe au second plan. Les caves ouvertes au public suscitent donc un vif intérêt. Les gens viennent en groupe, découvrent de nouvelles saveurs dans une ambiance conviviale et peuvent y déguster un repas.

DIFFÉRENCES RÉGIONALES

Des stocks pleins et une demande en baisse constituent un nouveau défi pour le secteur viticole en Romandie. On me demande souvent pourquoi

les vins romands sont peu consommés en Suisse alémanique. Dans les grandes lignes, on peut esquisser les différences de comportement entre les régions qui influencent la consommation. Il existe toutefois un point commun : la consommation de vin est en baisse dans toutes les régions du pays. C'est ce que confirme l'enquête suisse sur la santé. Cette enquête, et les sources qui l'accompagnent, ainsi que l'étude de segmentation des consommateurs suisses de vin suisses (SCVS) 2022, montrent que l'on boit moins et moins souvent en Suisse alémanique que dans les régions francophones et italophones. Cela vaut surtout pour le déjeuner en semaine ou le week-end.

Le thème de l'apéritif est intéressant : l'étude sur la culture culinaire réalisée en 2024 par l'Institut Gottlieb Duttweiler conclut ainsi que 79% des personnes interrogées dans la région germanophone ne prennent que rarement, voire jamais, l'apéritif. En revanche, pour 62% des personnes interrogées en Suisse romande et 56% en Suisse italienne, celui-ci fait partie de leur quotidien «de temps en temps à très souvent».

Ce rituel traditionnel explique probablement pourquoi près de la moitié des consommateurs francophones préfèrent le goût équilibré et rond des vins blancs, comme le montre la SCVS (Fig. 5). De l'autre côté de la Sarine, ce n'est le cas que d'environ un quart d'entre eux. Ici, les consommateurs apprécient une expérience plus marquée ; pour un cinquième d'entre eux, cela inclut des vins blancs doux et moelleux, et pour près de 40%, des vins blancs légers, frais et vifs, les segments de consommateurs se distinguant toutefois dans ce cas. Ce profil concerne aussi de nombreux francophones. Des préférences divergentes prévalent également pour le vin rouge : dans le cadre d'une étude sur les préférences des consommateurs en matière de vin issu de cépages traditionnels et résistants, Agroscope a constaté que les vins rouges structurés sont mieux appréciés en Suisse orientale qu'en Suisse occidentale.

Préférences régionales Vin blanc

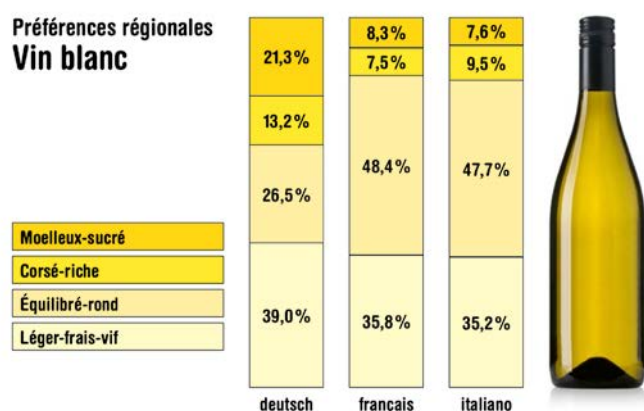


Fig. 5: Préférences régionales de consommation de vin blanc.

Source: Étude de segmentation des consommateurs de vin suisses 2022

→ Le prochain numéro de *Vignes et Vergers* abordera les opportunités de marché pour les PME viticoles.