

25.02.2010 12:21 Suisse VS Politique

Filière viti-vinicole Le Valais planche sur des stratégies marketing

Sion (ats) Pour défendre l'intérêt à long terme de la filière viti-vinicole, le Valais propose des stratégies marketing. Elles constituent le deuxième volet de l'étude VITI 2015, réalisée en collaboration avec l'Université de Lausanne et mise à disposition des vigneron et encaveurs valaisans.

Présenté jeudi par le canton, le deuxième volet de l'étude répond à deux questions: quel marchés et quel marketing pour les vins valaisans? Les pistes de réflexion données doivent être porteuses de plus-value pour les acteurs du secteur.

Parmi les principales conclusions de l'étude figure la nécessité, pour la vente, de différencier les zones géographiques de consommation. Quant à la gamme des vins valaisans, elle «peut être hiérarchisée selon qu'il s'agit de dénominations porteuses d'image ou génératrices de chiffres d'affaire, en évitant toute banalisation».

Viser l'élite européenne

Le premier volet de VITI 2015 a été présenté en février 2009. Il s'agissait d'une analyse structurelle et économique de la filière viti-vinicole valaisanne. Elle détaillait les forces et faiblesses de la branche et mettait en lumière de la nécessité de différencier la production valaisanne sur un marché très encombré.

Pour le canton, l'étude doit servir de tremplin pour que le Valais rejoigne l'élite des régions viticoles européennes d'ici 2015.

(SDA-ATSVvs/hl)

251221 feb 10