



72/BERN/11.12.2023

## Studiu de piață, vin - Elveția

### Sumar executiv

Piața vinului în Elveția este de aproximativ 4,2 mld EUR anual. Consumul total pe cap de locuitor în Elveția este mare, aproape de nivelul de consum din țările mari producătoare de vin, cum ar fi Franța, Spania și Italia. Mai mult de jumătate din consum este aferent vinului roșu iar un sfert vinului alb.

Deși nu este un mare producător de vinuri, producția internă a Elveției acoperă aproximativ jumătate din consumul propriu, în special în cazul vinurilor obișnuite, destinate consumul moderat, de zi cu zi.

Consumatorii care caută vinuri *premium/ de lux*, mărci renumite, se orientează adesea către vinurile de proveniență UE, în mod special cele din Franța, Spania, Italia, care sunt foarte apreciate.

11,5% din comerțul cu vin, după valoare, se realizează prin HORECA iar restul de 88,5% prin canalele de vânzare cu amănuntul.

În timp ce rețelele moderne de retail (Coop dar și Denner-Migros) domină comerțul cu amănuntul, comerțul electronic este din ce în ce mai utilizat de consumatorii care caută produse vinicole. Marele comerciant cu amănuntul Migros continuă să pună în aplicare o interdicție privind vânzarea de alcool în magazinele sale deși aceasta nu e valabilă și pentru lanțul Denner (magazine de tip discount) care este deținut de Migros.

Pe piața elvețiană, producția internă reprezintă cea mai mare provocare pentru vinurile produse în UE (RO), deoarece vinurile elvețiene beneficiază de percepția de a fi produse în mod sustenabil și reprezintă o sursă de mândrie în rândul consumatorilor locali, în special celor din cantoanele producătoare de vin.

Pentru vinurile din România, dincolo de vinurile produse în Elveția, concurența principală o reprezintă vinurile din Franța, Spania și Italia.

Vinul spumant va fi sortimentul cu cea mai rapidă creștere până în 2026, toate celelalte categorii de vinuri fiind de asemenea așteptate să înregistreze o creștere moderată a ratelor de consum. Vinul roșu va rămâne cel mai consumat.

Vinurile organice și cele fără alcool sunt în creștere de popularitate în special pe segmentul de consumatori de sex feminin și în rândul tinerilor.

# 1. Analiza SWOT

## Puncte tari:

### Piața elvețiană de alimente în general

- Piață relativ apropiată din punct de vedere geografic, cu avantajul suplimentar că Elveția este aproape în întregime înconjurată de state membre UE, acces ușor.
- Dimensiunea geografică mică a țării, împreună cu o piață puternic urbanizată, creează o bază solidă de consumatori pentru producătorii din RO.
- Valoarea mare a francului elvețian face ca produsele agroalimentare din RO să fie competitive la prețuri pe piața elvețiană.
- Elveția are un deficit structural mare în privința produselor agroalimentare.

### Specifice vinului

- UE este de departe, principalul exportator de vinuri în Elveția. Vinul din România poate beneficia de originea sa europeană, bine văzută în Elveția.
- Consumul de vin pe cap de locuitor este ridicat în Elveția, situat puțin sub cel al marilor consumatori din Italia și Franța.
- Aprecierea mărcilor și a produselor viticole din UE este ridicată.
- Deficit semnificativ în ceea ce privește producția internă de vin.

## Puncte slabe:

### Piața elvețiană de alimente în general

- S-a demonstrat că elvețienii preferă în general produsele alimentare fabricate în Elveția ceea ce limitează cererea de astfel de produse din statele membre UE.
- Natura de duopol a pieței de retail elvețiene, COOP și Migros fiind de departe cei mai mari doi comercianți cu amănuntul din țară, realizând împreună 70-75% din volumul total de retail, limitează capacitatea de a colabora cu mai mulți parteneri din Elveția.
- Consumatorii elvețieni acordă o mare atenție produselor autohtone în ceea ce privește standardele de producție, ceea ce limitează capacitatea produselor agroalimentare din statele membre UE de a-și valorifica trăsăturile *premium/lux* în Elveția, în comparație cu țări terțe.
- Nu toate produsele agroalimentare beneficiază pe deplin de comerțul liber.

### Specifice vinului

- Percepția predominantă a consumatorilor locali despre vinul produs intern ca fiind produs mai sustenabil comparativ cu cel provenit din alte țări.
- Interzicerea vânzărilor de alcool în marele lanț de retail Migros.
- Consumatorii din Elveția cu venituri mai mici consumă de preferință bere în locul vinului.

## Oportunități:

### Piața elvețiană de alimente în general

- Practicile culinare similare, împreună cu protecția produselor din statele membre UE cu indicație geografică (IG), creează o piață mai ușor de pătruns comparativ cu alte

țări terțe. Statutul IG al produselor poate ajuta ca acestea să fie mai bine văzute de către consumatorii elvețieni și, prin urmare, poate contribui la combaterea preferinței inerente pentru produsele elvețiene.

- Volumul mare de navetiști transfrontalieri și de imigranți din state membre ale UE ajută la stimularea cererii de produse agroalimentare din statele membre în Elveția.
- Veniturile ridicate ale elvețienilor permit unui număr mai mare de consumatori să cumpere produse *premium* provenite din statele membre UE, în mod mai regulat.
- Este posibil ca Elveția să aibă nevoie de un nivel mai ridicat de importuri agroalimentare în viitor datorită unei combinații între cererea în creștere și scăderea producției agricole în multe sectoare.

#### Specifice vinului

- Creșterea constantă după 2022 a volumelor pe canalul HORECA.
- Consumatorii cu venituri medii și înalte sunt cei mai mari consumatori de vinuri din import în Elveția. Aceștia preferă vinuri mai mature pe care producătorii autohtoni le produc mai greu.
- Deficitul structural privind acoperirea consumului doar din producția internă.
- Consumul de vin este puțin mai mare în lunile de iarnă, deoarece consumatorii asociază activitățile sociale, precum consumul de *raclette* și vizitarea piețelor de Crăciun, cu consumul de vin (eventual fiert).
- Creșterea preferinței pentru vinuri organice și nealcoolice.

#### Amenințări:

##### Piața elvețiană de alimente în general

- Elveția promovează o politică de acorduri de liber schimb cu foarte mari producători agroalimentari mondiali.
- Uniunea agricolă elvețiană (patronatul fermierilor) este puternică și protestează prompt împotriva creșterii importurilor de produse care amenință bunăstarea producătorilor interni.
- Elveția găzduiește mari companii multinaționale locale care operează în sectorul alimentar și al băuturilor și care sunt bine înrădăcinate în țară.
- În timp ce relațiile Elveția-UE sunt și au fost întotdeauna în general bune, există un grad de incertitudine – mai ales din cauza unei combinații a rețelei complexe de acorduri bilaterale și a sistemului elvețian de referendum. Această incertitudine ar putea afecta în cele din urmă produsele alimentare în viitor.

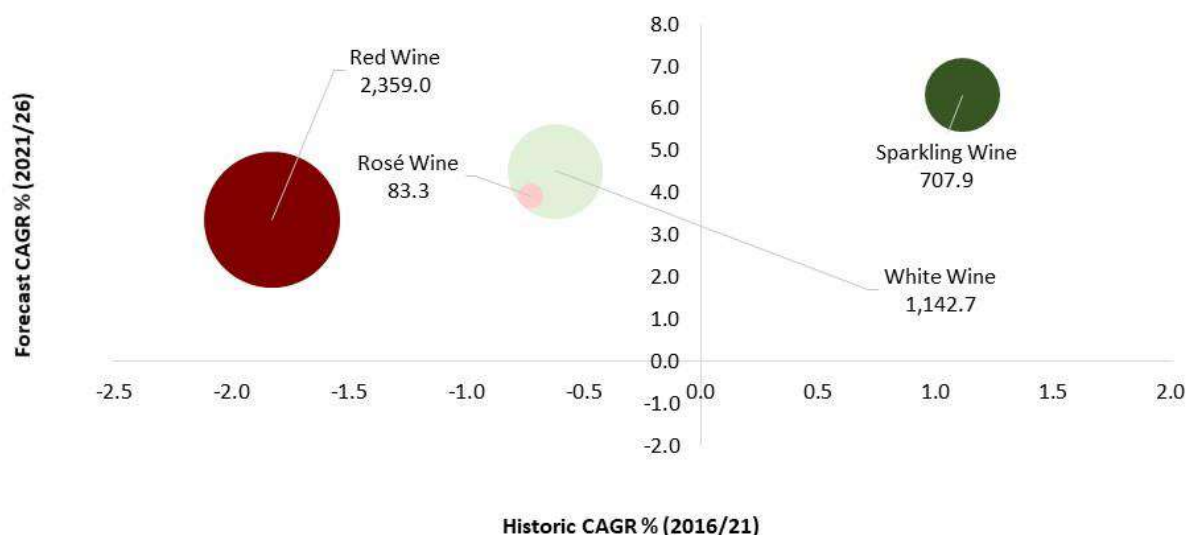
#### Specifice vinului

- Acordurile de liber schimb ale Elveției cu țări mari producătoare de vin, cum ar fi Chile și Africa de Sud.
- Elveția nu produce și prin urmare nu exportă o cantitate mare de vin, creând un stimulent clar pentru producătorii autohtoni să se concentreze pe piața internă.
- Guvernul elvețian oferă ajutor financiar producătorilor autohtoni de vin pentru a-i ajuta să susțină creșterea producției.

## 2. Consumul și consumatorii

### Evoluție recentă, tendințe și previziuni

În 2022, dimensiunea totală a pieței vinului din Elveția a fost, la valoare, de aproape 4,2 miliarde EUR și la volum de aproximativ 240 milioane litri, iar pentru 2023 datele preliminare arată o foarte ușoară creștere. *Euromonitor International*<sup>1</sup> a publicat recent date statistice privind tendințele pieței vinului în Elveția, date ce sunt sintetizate în graficul de mai jos.



Vinul roșu este liderul de piață. În 2021, piața vinului roșu valora aproximativ 2,35 miliarde EUR, urmată de vinul alb cu aproape 1,1 miliarde EUR. Aceste două categorii au reprezentat împreună aproximativ 3/4 din valoarea totală a pieței<sup>2</sup>. Sfertul rămas este alcătuit din vinul spumant, care a reprezentat aproape 707 milioane EUR și vinul *rosé* cu 83 milioane EUR. Până în 2026, se preconizează că toate categoriile de vin vor înregistra o valoare pozitivă a ratei compuse de creștere anuală (CAGR), vinul spumant având creșterea cea mai mare, estimată la 6,3%, urmat de vinul alb, cu un CAGR estimat de 4,5%. Vinul roșu va rămâne în continuare cel mai popular vin din Elveția, cu un CAGR estimat de 3,4% până în 2026. Vinul *rosé* va crește cu un CAGR de 3,9%, dar va rămâne cea mai mică categorie de vin din Elveția.

### Profilul consumatorului

Consumul de vin pe cap de locuitor în Elveția este ridicat, fiind înregistrat la aproximativ 35,7 litri de persoană pe an, ceea ce este la un nivel comparabil cu cel al țărilor mari producătoare de vin precum Franța, Spania, Italia și Portugalia.

Cei mai mari consumatori de vin din Elveția sunt consumatorii de vârstă mijlocie și cei mai în vârstă, cu venituri medii sau mai mari<sup>3</sup>, deoarece vinul de înaltă calitate este în mare parte importat și costă mai mult decât berea și produsele spirtoase. Sticla medie de vin costă

<sup>1</sup> <https://www.euromonitor.com/alcoholic-drinks>

<sup>2</sup> [Wine consumption increased in 2021 in the Swiss Confederation \(swissfederalism.ch\)](https://www.swissfederalism.ch/en/wine-consumption-increased-in-2021-in-the-swiss-confederation)

<sup>3</sup> <https://www.statista.com/outlook/cmo/alcoholic-drinks/wine/switzerland>

aproximativ 14 EUR. Consumatorii din Elveția sunt puțin limitați în capacitatea lor de a-și procura produse vinicole, deoarece unul dintre cei mai mari comercianți cu amănuntul, Migros, aplică o interdicție privind vânzarea de alcool în supermarketurile sale. În consecință, consumatorii ar putea fi nevoiți să depună un efort suplimentar pentru a-și procura vin din magazine mai mici, discounteri sau de la alte lanțuri de supermarketuri, cum ar fi Coop, celălalt comerciant cu amănuntul major din Elveția. Cu toate acestea, trebuie remarcat faptul că Migros deține lanțul Denner, care este al doilea cel mai mare retailer de vinuri și al treilea cel mai mare lanț de supermarketuri din țară, iar în multe locuri, magazinele Denner sunt situate lângă magazinele Migros.

Consumul de vin este mai ridicat în vestul și sudul Elveției, deoarece consumatorii sunt mai influențați de culturile țărilor consumatoare de vin vecine, Franța și Italia, în comparație cu cultura culinară mai orientată spre bere din nordul țării. Adicional, vestul și sudul găzduiesc o bază solidă de producție de vin elvețian, care încurajează consumatorii să încerce vinuri cu ocazia evenimentelor de degustare sau să cumpere vinuri autohtone pentru a sprijini economia locală. Este important de remarcat faptul că majoritatea absolută a vinului produs intern este consumat în țară, ceea ce face mai puțin probabil să întâlnim vinuri elvețiene în afara Elveției și acest lucru încurajează pasionații de vin să viziteze țara cu scopul principal de a gusta vin local<sup>4</sup>.

În condițiile în care Elveția are un deficit structural în ceea ce privește producția de vin și un nivel ridicat de importuri provenite din UE, vinul de origine UE este consumat destul de des de majoritatea consumatorilor elvețieni. Cu toate acestea, există anumite segmente de consumatori care preferă să consume într-o măsură semnificativ mai mare vin importat din UE. Aceasta include: expatriații peste 45 de ani (care tind să aprecieze gusturile complexe și mature oferite de multe vinuri de origine UE), cunoscătorii de vin și, în anumite părți ale țării, consumatorul mai sensibil la preț, care ar putea căuta vinuri mai ieftine din UE.

#### Analiză a factorilor ce favorizează consumul de vin

Creșterea viguroasă după 2022 a sectorului de servicii alimentare ajută la atenuarea unora dintre scăderile consumului total de vin din Elveția din ultimii ani. Numărul consumatorilor elvețieni care iau masa la restaurant este în creștere, deoarece aceștia caută activitățile sociale, ceea ce duce și la creșterea consumului de vin. Consumatorii elvețieni apreciază din ce în ce mai mult vinurile care au fost cultivate în mod sustenabil și acest lucru favorizează în special vinurile produse pe plan intern. Mulți consumatori folosesc din ce în ce mai mult comerțul electronic pentru achiziționarea de vinuri, tendință accentuată, pe de o parte, în perioada COVID-19 și care nu a scăzut ulterior și, pe de altă parte, de interzicerea vânzărilor de alcool la comerciantul cu amănuntul Migros. Vinul este un produs special care a beneficiat de creșterea utilizării comerțului electronic în ultimii ani. Consumul de vin este puțin mai mare în lunile de iarnă, deoarece consumatorii îl asociază cu activitățile sociale precum consumul de *raclette* și vizitarea piețelor de Crăciun unde se consumă mult vin fiert.

---

<sup>4</sup> <https://www.typicallyswisstours.com/everything-you-need-to-know-about-swiss-wines/>

Tiparele de consum de vin le oglindesc pe cele întâlnite în alte țări europene, în special în Italia și Franța, vinul fiind adesea consumat la mesele mari ale zilei, prânz sau cină. Consumul de vin în Elveția este adesea și o activitate socială importantă și este foarte probabil ca unui vizitator aflat în afaceri în Elveția să i se ofere un pahar de vin în timpul activităților informale. Refuzarea unui pahar de vin fără un motiv întemeiat poate fi percepută ca nepoliticoasă sau nepotrivită de către cetățenii elvețieni din cantoanele cu o cultură vinicolă dezvoltată. Eticheta consumului de vin în Elveția (și, în general, a consumului de alcool) include obiceiul ciocnirii paharelor și privirea în ochii persoanei cu care se împarte momentul.

Elveția produce o mare varietate de vinuri, dar acestea sunt rareori bine cunoscute în rândul consumatorului mediu din afara Elveției, deoarece țara nu este un mare exportator de vin. Consumatorii elvețieni apreciază vinurile produse în Elveția pentru unicitatea și modalitățile de producție legate de sustenabilitate și autenticitate<sup>5</sup>. Consumatorii elvețieni cu venituri mai mari vor fi mai mult înclinați să caute vinuri importate, care sunt în general vinurile de top produse în Franța, Italia dar și în alte state membre ale UE, cum ar fi Spania sau Portugalia. Consumatorii elvețieni percep vinul ca un produs *premium/ de lux* și, prin urmare, vor fi mai puțin atrași de vinurile vrac importate, care probabil vor costa aproximativ la fel cu vinurile *premium* produse pe plan intern.

În general, reputația produsului, originea și practicile de producție (inclusiv orice metode etice de producție) reprezintă criteriile de cumpărare importante pentru consumatorii elvețieni, dintre acestea originea fiind deosebit de importantă. Acest lucru este valabil atât pentru vinurile importate din UE, cât și pentru vinurile interne. Cele mai respectate locuri de origine din UE tind să fie Franța, Italia și Spania. Cu toate acestea, consumatorii de vinuri importate nu vor ține cont doar de țara de origine, ci și de notorietatea și tradiția producătorului/mărcii și de calitatea vinului (în special de maturitatea vinului și de procesul de învechire utilizat în producție).

Mulți consumatori elvețieni obișnuiți vor căuta vinuri produse în cantonul local și vor vedea adesea categoriile de vinuri produse în alte cantoane ca fiind vinuri „importate”, deși vor continua să aprecieze calitatea elvețiană atașată acestora.

Consumatorii elvețieni își procură din ce în ce mai mult vinurile prin canalul de comerț electronic, iar interdicția vânzării de alcool prin marele retailer Migros, o decizie susținută efectiv de populația elvețiană printr-un referendum<sup>6</sup> în 2022, a accelerat acest proces. Chiar și în aceste condiții, Elveția va continua să fie un mare consumator de vin pe cap de locuitor, vinul roșu continuând să fie cel mai popular soi de vin în următorii ani, urmat de vinul alb, vinul spumant și de vinuri *rosé*.

În ultimii ani, a crescut interesul pentru vinurile ecologice, sexul feminin fiind deosebit de interesate de această categorie de produse. Se estimează că 12% din podgoriile Elveției sunt

---

<sup>5</sup> <https://swisswine.ch/en/Sustainability>

<sup>6</sup> <https://www.swissinfo.ch/eng/business/swiss-retail-giant-migros-votes-to-remain-alcohol-free-/47678548>

înregistrate ca fiind ecologice și produc vin organic, ceea ce demonstrează popularitatea produsului (a se vedea Anexa 1).

Unii consumatori manifestă un interes mai mare pentru vinul matur. Cu o capacitate de producție limitată în țară, vinul elvețian tinde să fie vândut tânăr. Având în vedere dificultățile pentru producătorii locali de a realiza vinuri mature, acești consumatori se orientează în acest segment mai degrabă spre vinurile importate.

Pentru segmentul de consumatori mai sensibil la preț se constată o preferință crescută pentru vinurile comercializate sub etichetă privată, mai ieftine și consumate mai frecvent de adulții mai tineri, fie pur, fie amestecat sau la gătit.

Asemănător multor țări europene, există un interes din ce în ce mai mare pentru vinurile fără alcool sau cu conținut de alcool scăzut. Acest interes este deosebit de puternic în grupul de adulți tineri (generația Z) și pentru sexul feminin. O gamă tot mai mare de astfel de produse poate fi găsită la comercianții cu amănuntul, iar în timp ce vinul alcoolic nu se vinde în lanțul de supermarketuri Migros, vinul fără alcool poate fi găsit în aceste magazine.

### 3. Oferta

Consumatorii elvețieni tind să prefere calitatea cantității atunci când vine vorba de vin. Combinat cu costul mai ridicat al vieții în Elveția, acest lucru înseamnă că prețurile de vânzare cu amănuntul ale vinului tind să fie înclinate spre un nivel ridicat. Astfel, din punct de vedere al volumului:

- Aproximativ 10% din vinul plat se vinde cu amănuntul la sub 7 CHF per sticlă (1 EUR = 0,94 CHF la data redactării studiului). Acesta poate fi considerat segmentul economic;
- Marea majoritate a vinului – aprox. 70% – se vinde cu amănuntul între 7 și 19 CHF sticla. Acesta poate fi considerat segmentul de preț mediu. Diferitele intervale de preț din acest segment arată niveluri diferite de popularitate în funcție de tipul de vin. Gama de la 14 până la 19 CHF per sticlă este cea mai populară pentru vinul roșu (puțin sub 30% din totalul vânzărilor în volum), în timp ce pentru vinul *rosé*, gama de la 10 până la 14 CHF este cea mai populară (30% din vânzări). Piața vinului alb este mai variată din punct de vedere al prețurilor, peste jumătate din vinul alb se vinde cu amănuntul între 10 CHF și 19 CHF.
- Aproximativ 15% din vin și 20% în cazul vinului spumant se vinde cu amănuntul la peste 19 CHF pe sticlă. Sticlele de peste 19 CHF pot fi considerate *premium* sau *de lux*. Nu este neobișnuit un vin care se vinde cu peste 50 CHF sticla la comercianții cu amănuntul. În ceea ce privește ambalajele, sticlele de sticlă rămân standardul în Elveția, cu 98% din vin vândut în acest ambalaj de 750ml.
- Vinul la cutie, de obicei 3 litri, se întâlnește doar în segmentul super economic.

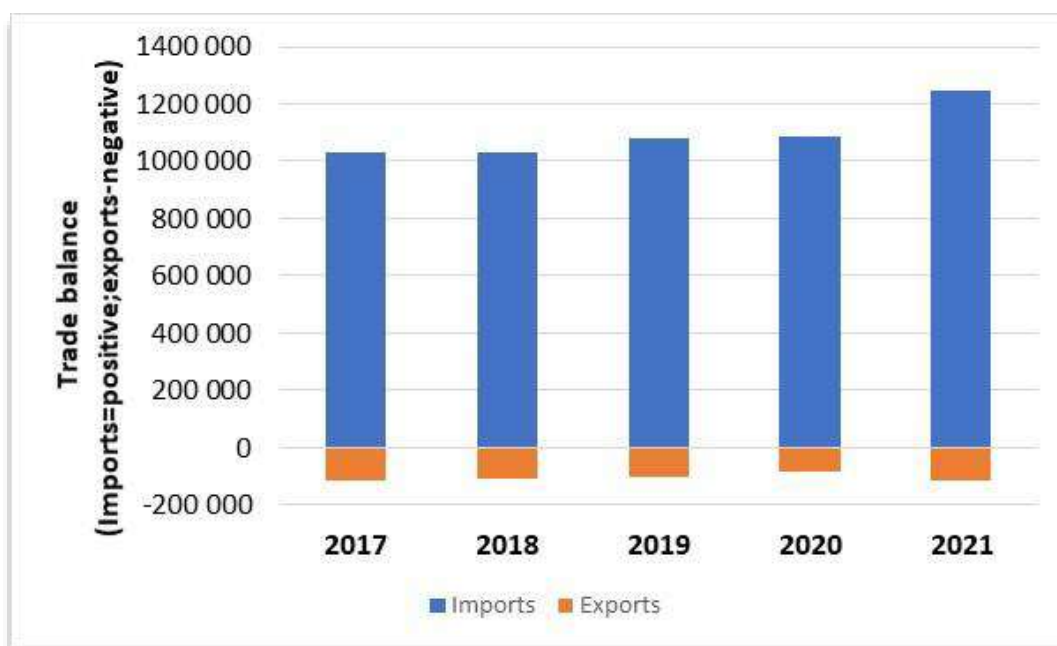
#### Producția locală

Deși nu este foarte cunoscută la nivel internațional pentru producția sa de vin, mai ales în comparație cu Franța și Italia, Elveția produce totuși o cantitate semnificativă de vin. Cu toate acestea, vinul autohton este consumat în cea mai mare măsură în țară, exporturile

fiind mici. Există șase zone de cultivarea a viței de vie în Elveția, acestea sunt: Geneva, Ticino, Berna, Vaud, Valais și regiunea celor trei lacuri care alcătuiește cea mai mare parte a suprafeței de uscat a regiunii francofone Romandie (a se vedea Anexa 1). Se estimează că 250 de soiuri de struguri sunt cultivate și recoltate în Elveția, cu soiurile mai populare Chasseles (alb), Gamay și Humage, pentru a numi doar câteva<sup>7</sup>. Se estimează că aproximativ 15.000 de hectare de teren elvețian sunt acoperite de podgorii, vestul și sudul țării fiind principalele regiuni care produc vin în țară<sup>8</sup>. În medie, Elveția produce în jur de 1 milion de hectolitri de vin în fiecare an și doar aproximativ 1-3% din aceasta cantitate este exportată pe piețele externe. Guvernul elvețian oferă, în cadrul mai larg al politicii sale agrare, subvenții prin plăți directe<sup>9</sup> și pachete de ajutor financiar producătorilor autohtoni de vin pentru a-i ajuta să susțină creșterea producției.

### Import Export

Elveția este un mare importator net de vin, aceasta reflectând cererea de vinuri de înaltă calitate (de obicei din UE) în rândul consumatorilor din țară. Pe de altă parte, Elveția exportă doar sporadic vin în ciuda producției interne semnificative.



Conform datelor publicate de *Euromonitor International*, în 2021, Franța a fost principalul exportator de vin în Elveția, urmată de Italia și Spania (a se vedea Anexa 2). Franța a exportat vin în valoare de aproximativ 467 milioane EUR, în timp ce Italia a exportat un total de 440 milioane EUR. Spania a exportat în 2021 o valoare de aproximativ 145 milioane EUR. Restul țărilor din UE au exportat vin în valoare totală de 111 milioane EUR în 2021, Germania, Portugalia și Austria acoperind cea mai mare parte din această valoare<sup>10</sup>.

<sup>7</sup> <https://swisswine.ch/en/grapes>

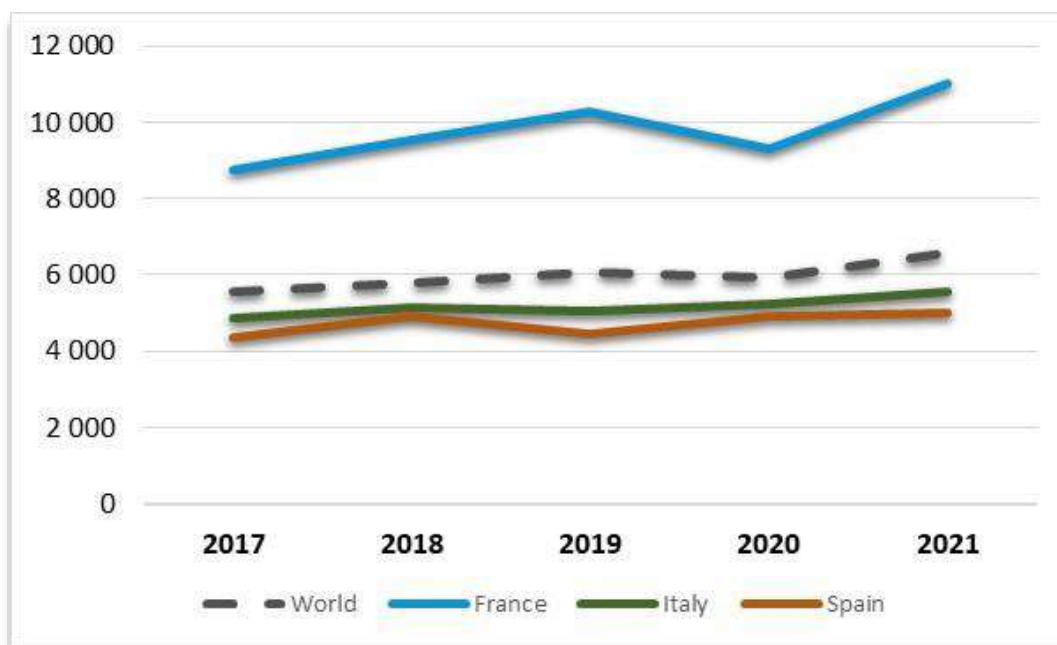
<sup>8</sup> <https://swisswine.ch/en/vineyard>

<sup>9</sup> <https://www.blw.admin.ch/blw/de/home/instrumente/direktzahlungen.html>

<sup>10</sup> Trade Map, International Trade Centre - <https://www.trademap.org/>



Valoarea unitară medie mondială a exporturilor de vin către Elveția a fost de aproximativ 6.570 EUR pe tonă în 2021, cu o pondere mare a Franței în baza de calcul, care trage această medie mondială în sus.



Din 2017, valoarea unitară medie mondială a crescut de la an la an. Valorile unitare ale Franței, principalul exportator, au fost peste media mondială, de 10.980 EUR pe tonă, în timp ce valoarea unitară a exporturilor italiene a fost sub această medie, de 5.550 EUR pe tonă, aproape de cea a Spaniei de aproximativ 5.000 EUR pe tonă.

Produsele vinicole din UE cu protecție IG beneficiază de protecție deplină în Elveția.

### Competiția

În general, vinurile autohtone sunt cel mai mare competitor al vinurilor din import în Elveția, deoarece aceste produse sunt apreciate de consumatorii elvețieni, având conotații de sustenabilitate și autenticitate, însușiri ce rezonază de multe ori decisiv în rândul consumatorilor elvețieni. SUA, Chile și Argentina sunt cei mai mari exportatori de vin din afara UE în Elveția, totuși importurile totale din aceste trei țări sunt mult mai mici în comparație cu cele provenite din UE. Vinul din UE reprezintă aproximativ 90% din vinurile importate de Elveția (a se vedea Anexa 2).

### Elemente de prezentare în supermarketuri

În ceea ce privește prezentarea, este obișnuit ca vinurile să fie grupate după țara de origine. Unii comercianți cu amănuntul includ descrieri și note de degustare pentru vinuri pe rafturi lângă eticheta de preț. Se poate observa că vinul este organizat pe tip și după proveniență (exemplu în fotografie, indicator pe culoar: Spania). Etichetele mici roșii de lângă preț oferă informații suplimentare despre vin.

Deși promovarea vinurilor prin preț nu este atât de comună în Elveția, unii comercianți organizează evenimente de degustare de vinuri (bazate pe o temă - indiferent de tipul de

vin, de exemplu roșu, alb dulce sau vinuri dintr-o anumită regiune etc.). Ambele modalități oferă clienților șansa de a consuma vin la degustare și de a obține mai multe sugestii pentru vinuri noi.



#### 4. Cerințe specifice de acces la piață

##### Acces și intrare pe piață

Dacă produsele viticole nu îndeplinesc standardele tehnice elvețiene, atunci este necesară o autorizație de introducere pe piață a produselor alimentare conform cerințelor Cassis de Dijon<sup>11</sup>. În plus, înregistrarea la inspectorul elvețian în comerțul cu vin<sup>12</sup> este necesară pentru majoritatea categoriilor de vin exportate în Elveția.

<sup>11</sup> <https://www.kmu.admin.ch/kmu/en/home/concrete-know-how/import-export/choosing-partner-country/import-export-eu/cassis-dijon-principle.html>

## Tarifele vamale

Există contingente<sup>13</sup> și tarife vamale<sup>14</sup>. Informații detaliate privind taxele de import și regulile de origine precum și procedurile vamale pot fi consultate pe site-ul Comisiei Europene în cadrul portalului Access2Markets la următoarea adresă:

<https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/home>

La această adresă sunt publicate cele mai actuale informații referitoare la tarifele vamale și eventuale limitări (contingente) stabilite și actualizate periodic de guvernul elvețian.

Spre exemplu, în limita contingentelor stabilite:

- pentru exportul de vin spumant (cod HS 220410) din România către Elveția, tariful vamal este de 91 CHF pentru 100 kg;
- respectiv,
- pentru exportul de vin roșu în sticle sub un litru (cod HS 22042141) din România către Elveția tariful vamal este de 50 CHF pentru 100 kg.

Atenție : Platforma Access2Markets este accesibilă doar de pe teritoriul Uniunii Europene!

## Etichetare obligatorie

În timp ce cerințele de etichetare în Elveția sunt foarte apropiate de cele din Uniunea Europeană (UE), spre deosebire de UE, Elveția continuă să solicite un anumit număr de detalii privind țara de producție și originea ingredientelor. În special, indicarea țării de producție este obligatorie și se referă la țara în care alimentul a fost complet fabricat sau în care au avut loc etapele esențiale de prelucrare. Vinul trebuie să respecte unele cerințe specifice de etichetare incluzând informații despre:

- Proportia de alcool etilic minim în volum;
- Data îmbutelierii;
- Clasificare în funcție de conținutul de zahăr;
- Anul recoltei;
- Avertizare obligatorie privind consumul;
- Locul de origine.

Cerințele generale obligatorii de etichetare (în general, în conformitate cu UE) sunt:

1. Denumirea produsului, care indică ce tip de aliment se află în ambalaj.
2. Lista ingredientelor, care oferă informații despre toate ingredientele conținute într-un aliment.
3. Data maximă până la / expirare. Toate alimentele trebuie să fie datate, cu excepții precum fructele și legumele proaspete, oțetul sau sarea de masă. Modul standard de datare a

---

<sup>12</sup> <https://www.cscv-swk.ch/de/home>

<sup>13</sup> <https://www.blw.admin.ch/blw/de/home/markt/einfuhr-von-agrarprodukten/wein-traubensaft-sowie-trauben-zum-keltern.html#953336497>

<sup>14</sup> <https://www.bazg.admin.ch/bazg/en/home/topics/alcohol/steuersaetze.html>

alimentelor este de a folosi data până la care un produs alimentar își păstrează proprietățile specifice în condiții adecvate de depozitare sau data de expirare.

4. Cerințe de depozitare. Unele alimente, precum cele care se depreciază rapid, trebuie păstrate sau folosite în condiții speciale iar acestea trebuie menționate pe etichetă.

5. Numele și adresa firmei sau persoanei care produce, importă, ambalează, împachetează, umple sau distribuie alimentele. Acesta este de obicei distribuitorul produselor importate.

6. Originea. Țara de producție. În cazul produselor alimentare formate din mai multe ingrediente, pe lângă țara de producție, în anumite cazuri pot fi necesare informații suplimentare cu privire la originea ingredientelor. Mai precis, dacă un ingredient constituie peste 50% dintr-un produs (sau peste 20% în cazul cărnii), trebuie indicată originea. De exemplu: „Sos de roșii, listă de ingrediente: concentrat de roșii (90%, origine roșii: Franța), dovlecei, morcovi, ceapă, sare de mare, busuioc, usturoi”. Dacă roșiile din sos ar veni nu numai din Franța, ci și din Spania, ambele țări ar trebui să fie enumerate.

7. Greutate sau volum, folosind sistemul metric.

8. Declarația de valoare nutrițională oferă informații despre mai mulți nutrienți conținuți într-un produs. În general, este obligatoriu, dar există categorii individuale de alimente care sunt scutite. În principiu, etichetarea nutrițională a alimentelor preambalate este obligatorie, fiind posibile două tipuri de marcaje, acestea fiind:

- Declarație detaliată de valoare nutritivă: informații despre valoarea energetică, conținutul de grăsimi, acizi grași saturați, carbohidrați, zahăr, proteine și sare.

- Etichetă cu valoare nutritivă mică: indicarea valorii energetice, conținutului de grăsimi, carbohidrați, proteine și sare.

9. O marcă de identitate este obligatorie pentru anumite alimente de origine animală, identificatorul constă dintr-o succesiune de litere și cifre. Se referă la instalația în care alimentele au fost procesate sau ambalate ultima dată.

10. Mențiuni voluntare: informații precum „*vegan*” sau „*fără gluten*” de pe etichetă sunt voluntare pentru producător.

11. Informații nutriționale: informațiile nutriționale precum „*conținut de calorii redus*” pot fi afișate numai dacă sunt îndeplinite anumite condiții

Informațiile de pe etichete trebuie furnizate în cel puțin una dintre cele trei limbi naționale (germană, franceză sau italiană). Ca regulă generală, dacă pe etichetă este pusă o singură limbă, cel mai bine este să alegeți limba care corespunde regiunii în care produsul se va vinde în cel mai mare volum.

Mențiunile de sănătate pot fi utilizate numai dacă sunt îndeplinite anumite standarde legate de mențiunea de sănătate în cauză. Marcajul CE nu este obligatoriu în Elveția, dar produsele care poartă marcajul CE sunt permise pe piața elvețiană.

## Etichetare voluntară

Pe lângă cerințele obligatorii de etichetare, pe produsele din Elveția pot fi găsite o mare varietate de etichete voluntare (a se vedea și Anexa 3). Toate aspectele legate de viticultura și oenologie sunt supuse legilor internaționale, naționale și regionale. Etichetele, garanție a calității pentru consumatori, sunt acordate fermelor și vinurilor care îndeplinesc cerințele unui caiet de sarcini strict sub supravegherea unui organism independent. Multe sticle au medalii, note, evaluări profesionale, certificări și etichete elvețiene care oferă informații pentru consumator cu privire la metoda de cultivare sau calitatea vinului. Pe lângă etichetele generice, specifice industriei alimentare elvețiene, câteva din etichetele<sup>15</sup> ecologice proeminente pentru vinul produs intern sunt Vinatura, Bio Inspecta, Bio Switzerland - Bourgeon label, Vin Nature și Demter.

Bio Suisse este cea mai răspândită etichetă privată de pe piața ecologică elvețiană și deținătorul mărcii înregistrate Bud. Standardele respectate de Bio Suisse sunt linii directe de drept privat și depășesc cerințele legale minime în aspecte esențiale (UE-Eco-Regulament 834/2007 sau echivalent). Eticheta Bio Suisse poate fi văzută în mod obișnuit pe produsele celor mai mari retailerii Migros și Coop, deși alți comercianți cu amănuntul, cum ar fi Aldi, și-au creat propria etichetă ecologică, care urmează standardele Bio Suisse. Există o recunoaștere a echivalenței etichetării ecologice între produsele din UE trimise în Elveția și invers, cu toate acestea, cu etichetarea în sine privatizată, echivalența acoperă standardele, dar nu se extinde la etichetă. În general, este o mare provocare pentru producătorii care nu sunt elvețieni să poată obține dreptul de a folosi eticheta Bio Suisse, deoarece aceasta tinde să favorizeze produsele agricole autohtone elvețiene.



Drapelul național elvețian: Mulți consumatori elvețieni care caută produse produse pe plan intern, se vor ghida după un însemn al drapelului național pentru a le indica că produsul în cauză este de origine elvețiană. Prin urmare, alimentele și băuturile din statele membre UE nu pot pune însemne elvețiene pe ambalajul sau etichetarea produselor proprii.

VINATURA: VITISWISS<sup>16</sup> (Federația Elvețiană pentru Dezvoltarea Viticulturii Durabile) a fost mandatată de Oficiul Federal pentru Agricultură (FOAG) să elaboreze linii directe pentru obținerea dovezilor de performanță ecologică (PEP) în viticultură. Pentru apărarea valorilor

<sup>15</sup> <https://swisswine.ch/en/labels-en>

<sup>16</sup> <https://pro.swisswine.ch/fr/vitiswiss>

vitivinicole elvețiene, eticheta sa, VINATURA®, este o referință pentru consumatorii care doresc să cumpere produse care respectă principiile fundamentale ale dezvoltării durabile.

IP-SUISSE: Buburuza IP Suisse este sigla care distinge produsele care respectă standardele (foarte asemănătoare cu cele ale Vinatura) stabilite de Asociația Fermierilor Elvețieni a fermierilor care practică producția integrată. Începând din 2022, vinurile elvețiene cu eticheta buburuză IP-Suisse sunt comercializate de distribuitori elvețieni la nivel național. Acest program, dezvoltat ca urmare a unei propuneri a WWF Elveția<sup>17</sup>, are două obiective: reducerea utilizării produselor fitosanitare și promovarea biodiversității.



DEMETER: Demeter este eticheta pentru vin din cultura biodinamica certificată conform reglementarilor Demeter<sup>18</sup>. Cultura biodinamică îmbunătățește solul și întărește plantele, animalele și oamenii. Pe lângă utilizarea producției ecologice și promovarea diversității ecologice în podgorii, producătorii biodinamici energizează viața solului și întăresc vița de vie cu preparate biodinamice. Cramele de acest tip aplică doar foarte puține măsuri corective posibile. De aceea, calitatea strugurilor și munca meticuloasă în podgorii și crame sunt de o importanță capitală. În prezent, aproximativ 60 de podgorii Elvețiene sunt certificate Demeter.

bio.inspecta: Unele podgorii urmează liniile directe ale Ordonanței privind agricultura ecologică (SR 910.18), care este în mare parte în conformitate cu normele europene privind agricultura ecologică, UE 2018/848. Mai puțin restrictivă decât specificațiile Bio Suisse, eticheta Bio Suisse's Bourgeon nu poate fi utilizată conform acestei legislații. Când eticheta vinului folosește particula „bio”, certificarea conform Ordonanței privind agricultura ecologică este obligatorie. În acest caz, declarația organismului de certificare este obligatorie. În prezent, în Elveția, există patru organisme de certificare acreditate pentru produsele ecologice: bio.inspecta AG<sup>19</sup>, Bio Test Agro AG, Ecocert Swiss AG și ProCert AG. Certificarea conform Ordonanței amintite este indicată printr-un cod de acreditare, e.g. bio.inspecta: CHF-Bio- 006.

Bio Switzerland - Bourgeon label: În 1981, Bio Suisse<sup>20</sup> a creat eticheta Bourgeon. Această etichetă depășește prevederile internaționale și Ordonanța Federală privind agricultura ecologică. Întreaga proprietate viticolă trebuie să fie cultivată ecologic. Pentru a promova biodiversitatea, 7% din terenul podgoriei trebuie să fie cu pășuni, ziduri de piatră uscată, gard viu sau copaci. Pentru ca vița de vie să fie protejată de boli și dăunători, viticultorii

<sup>17</sup> <https://www.wwf.ch/de/unsere-ziele>

<sup>18</sup> <https://demeter.ch/>

<sup>19</sup> <https://www.bio-inspecta.ch/en/home>

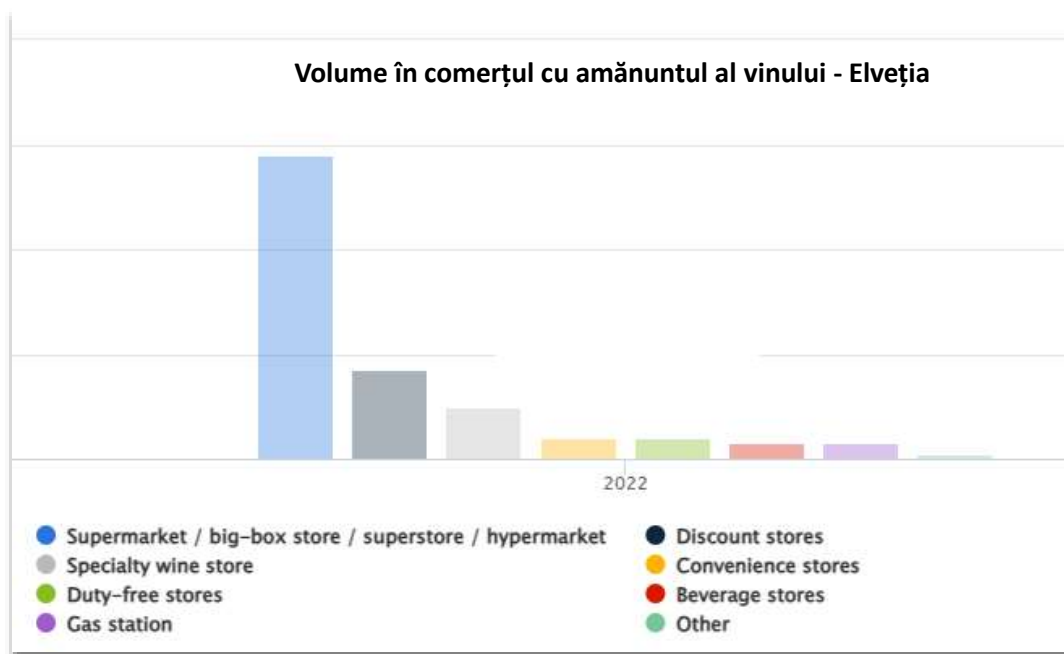
<sup>20</sup> <https://www.bio-suisse.ch/>

Bourgeon acordă o atenție deosebită proceselor naturale care favorizează populațiile de insecte utile. Deoarece nu folosesc pesticide sintetice sau îngrășăminte chimice, solurile își păstrează tot caracterul natural și fertilitatea. În crame, viticultorii au dreptul la de trei ori mai puțini aditivi sau tratamente decât omologii lor ecologici europeni. Pentru vinificație sunt permisiți în mod expres doar câțiva aditivi naturali. În prezent, peste 540 de podgorii elvețiene poartă această etichetă.

Vin Nature: Înființată la 11 ianuarie 2021, Asociația Suisse Vin Nature (ASVN<sup>21</sup>) își propune să susțină promovarea vinului natural. Scopul său este de a sprijini și consilia producătorii în vinificarea acestui tip de vin și de a evidenția marea diversitate a vinurilor naturale, în ceea ce privește gustul, mirosul, aspectul și expresia creativă a acestora. Misiunea sa este de a furniza informații și de a populariza în cadrul profesiei un proces blând de vinificație folosind struguri organici și de a demonstra că este posibil să se producă vinuri în vii de înaltă calitate, fără adaosuri. ASVN își dorește să fie contactul de referință în ceea ce privește vinurile naturale în Elveția și să promoveze marea varietate a acestor vinuri.

## 5. Distribuția

Aproximativ 88,5% la valoare din vânzările de vin în Elveția se desfășoară prin comerțul cu amănuntul, iar restul de 11,5% prin HORECA. O lista cu distribuitori de vin în Elveția poate fi consultată aici<sup>22</sup>. Asociația Comerțului Elvețian cu Vin (VSW) include aproximativ 200 de comercianți de vin din Elveția, care împreună reprezintă aproximativ 70% din comerțul cu vin. Mai multe informații despre asociație pot fi găsite aici<sup>23</sup>.



<sup>21</sup> <https://www.vin-nature.ch/>

<sup>22</sup> <https://beveragetradenetwork.com/en/wine-distributors-in-switzerland-248.htm>

<sup>23</sup> <https://www.ascv-vsw.ch/de/verband.html>

### Supermarketuri și magazine specializate

Comercianții cu amănuntul moderni de produse alimentare reprezintă 77,3% din vânzări, supermarketurile reprezentând majoritatea vânzărilor, cu o cotă de 53,9% din vânzările totale. Acest lucru se întâmplă în ciuda interdicției menționate mai sus privind vânzarea de alcool de către Migros. 16,3% din vânzări provin de pe piața tradițională de retail a produselor alimentare.

### Comerț electronic

5,4% din toate vânzările de vin au fost distribuite prin canalul de comerț electronic în 2021. Acest ultim canal a crescut foarte mult în popularitate în ultimii câțiva ani. Deși rețeaua Migros nu mai vinde vin în magazine, produsul poate fi găsit spre vânzare pe platforma sa de comerț electronic<sup>24</sup>. Flaschenpost<sup>25</sup>, Obrist<sup>26</sup> și WineClub<sup>27</sup> sunt printre comercianții online specializați în vinuri, deosebit de populari în Elveția.

## 6. Concluzie

Vinurile din UE au o bună percepție în Elveția, în special cele din Franța, Italia și Spania iar România poate specula acest aspect coroborat cu o politică adecvată de preț și investiții reale în promovare și marketing. S-a demonstrat că elvețienii cheltuiesc mai mult pentru vinuri importate din aceste trei țări și din alte țări producătoare de vin din UE atunci când caută vinuri *premium/de lux* de înaltă calitate. Pentru consumul obișnuit, de zi cu zi, consumatorii elvețieni vor căuta probabil vinurile autohtone, care sunt, de asemenea, percepute ca produse de înaltă calitate și reprezintă cea mai mare provocare pentru vinurile din UE. Vinurile vrac din regiunile mari producătoare de vin, cum ar fi Australia, reprezintă o amenințare mai mică pentru vinurile din UE în comparație cu piețele din țări terțe.

*Claudiu Mihail Ionescu, mc*  
11 decembrie 2023

### Anexe:

Anexa 1: Raport al FOAG privind piața vinului în Elveția 2022, (DE)

Anexa 2: Importul de vin în Elveția, serie 2018-2022, sursa ITC TradeMap, fișier Excel (EN)

Anexa 3: Etichete folosite în industria agroalimentară CH, (DE)

---

<sup>24</sup> <http://www.leshop.ch>

<sup>25</sup> <https://www.flaschenpost.ch/wein>

<sup>26</sup> <https://www.obrist.ch/de/weine>

<sup>27</sup> <https://www.weinclub.ch/en/>