

Interpellation « Viticulture »

Auteure : Octavie Modert

Date de dépôt : 11.11.2021

MOTION

La Chambre des Député(e)s,

Vu le saut qualitatif des vins et crémants luxembourgeois depuis les trois dernières décennies ;

Sachant que les vins luxembourgeois sont comparables aux meilleurs crus des régions viticoles étrangères ;

Estimant que beaucoup de consommateurs font leur choix du vin en raison de la renommée du terroir et concluant qu'il faut dès lors promouvoir la région mosellane dans son ensemble ;

Constatant que dans le cadre de la pandémie du SARS-COV2, les mesures sanitaires imposées, à savoir le confinement, la fermeture des restaurants et bars, l'annulation des événements etc., ont eu un impact très fort sur la commercialisation du vin ;

Constatant que d'un autre côté, la pandémie et notamment le confinement a sensibilisé la population à la consommation de produits locaux et régionaux et à la solidarité avec le commerce de proximité ;

Estimant opportun de profiter de cette situation afin de faire davantage connaître l'existence des vins et crémants luxembourgeois auprès des concitoyens étrangers et de faire redécouvrir par la population indigène la qualité supérieure des produits vinicoles luxembourgeois ;

Face au phénomène que la consommation intérieure de vins d'origine étrangère est désormais quatre fois supérieure à celle du vin issu du vignoble luxembourgeois ;

Rappelant la motion du 22 novembre 2016, adoptée à l'unanimité par la Chambre des Députés, au sujet de l'élaboration d'une nouvelle stratégie commune de marketing et sachant que le Gouvernement de l'époque avait mené des pourparlers pour exécuter la motion sur un point de vente et de dégustation des vins et crémants du Luxembourg sur le territoire de la Ville haute de Luxembourg ;

Considérant que la volonté unanime de la Chambre des Députés de voir le Gouvernement agir sur ce point a été réitérée en 2019 moyennant une motion unanime;

Considérant que suite à la pandémie il s'avère encore plus primordial d'investir dans la promotion des vins luxembourgeois ;

Invite le Gouvernement

à faire une évaluation de l'impact réel de la pandémie sur le secteur de la viticulture ;

à élaborer, en collaboration avec tous les acteurs concernés, une nouvelle stratégie de marketing et de sensibilisation ;

à lancer une large campagne de sensibilisation et de marketing en faveur de la production vinicole autochtone, en mettant les moyens budgétaires substantiels à disposition du secteur ;

à veiller à ce que la nouvelle stratégie de marketing attire l'attention des consommateurs sur l'existence d'une production de vins et crémants au Luxembourg et notamment sur la très haute qualité du vin luxembourgeois, la régionalité du terroir, la proximité et la durabilité de la production, ainsi que sur la grande diversité des produits pour un si petit territoire de production ;

à associer le secteur de la gastronomie et le faire bénéficier des actions qui seront mises en place ;

à soutenir l'élaboration d'une charte de la soutenabilité qui consigne tous les efforts fournis par les vigneron luxembourgeois en faveur de l'environnement et de la nature, pour y donner toute leur visibilité ;

à agir immédiatement afin de lancer dans les meilleurs délais la mise en place sur le territoire de la capitale, d'un lieu de dégustation et de vente pour les vins et crémants luxembourgeois, issus tant de la viticulture biologique que raisonnée, le cas échéant complété par d'autres produits du terroir ;

à renforcer la promotion des vins luxembourgeois sur les marchés étrangers notamment limitrophes et à relancer dans ce cadre au moyen de campagnes de promotion les exportations de vins luxembourgeois vers la Belgique et l'Allemagne et en ouvrant entre autres à Bruxelles une Maison du Vin du Luxembourg, le cas échéant combinée à d'autres produits et productions de notre pays.