



CONCOURS EXTERNE ET INTERNE
POUR L'EMPLOI DE CONTRÔLEUR DES DOUANES ET DROITS INDIRECTS
BRANCHE SURVEILLANCE
SPÉCIALITÉ « SURVEILLANCE ET AERONAUTIQUE - PILOTE D'HELICOPTERE »
DES 10, 11 ET 12 MARS 2010

ÉPREUVE ÉCRITE D'ADMISSIBILITÉ N°1

(DURÉE : 3 HEURES - COEFFICIENT 3)

RÉDACTION D'UNE NOTE SUR UN SUJET D'ORDRE GÉNÉRAL
RELATIF AUX PROBLÈMES ÉCONOMIQUES, CULTURELS OU
SOCIOPOLITIQUES DU MONDE CONTEMPORAIN À PARTIR D'UN
DOSSIER

A partir des documents suivants, vous rédigerez une note d'environ 4 pages consacrée à l'évolution du marché du vin.

AVERTISSEMENTS IMPORTANTS

L'usage de tout matériel autre que le matériel usuel d'écriture et de tout document autre que le support fourni est **interdit**. **Toute fraude ou tentative de fraude** constatée par la commission de surveillance **entraînera l'exclusion du concours**.

Veillez à bien indiquer sur votre copie le nombre d'intercalaires utilisés (la copie double n'est pas décomptée)

Il vous est interdit de quitter définitivement la salle d'examen **avant le terme de la première heure**.

Le présent document comporte 30 pages numérotées.

LISTE DES DOCUMENTS

- Document 1 :** «2010 : Le monde ne boira plus de vin » Hebdomadaire « La terre» de Gérard Le Puill, le 16 septembre 2009.
- Document 2 :** Texte « assemblée nationale » du 18 janvier 2007 - Site de l'assemblée nationale.
- Document 3 :** « Nouveaux vignobles et évolution des anciens face à la mondialisation ». Cahier d'outre-mer 2005 - Extrait.
- Document 4 :** Source : Université de Rouen, « Situation de la viticulture française », Extrait.
- Document 5 :** « Réforme de l'Organisation Commune du Marché vitivinicole »
Site internet : *agriculture.gouv.fr*
- Document 6 :** « Deuxième table ronde, atouts et handicaps de la filière viticole française » - Par Michel Doublet, sénateur de Charente-Maritime - 12 mai 2003 - Extrait.
- Document 7 :** « Le Cahors se rebiffe et s'allie aux Argentins » - Le Figaro, 05/02/2009.
- Document 8 :** Les petits bordeaux triomphent en Amérique » - Le Figaro, le 11 juin 2009.
- Document 9 :** « Les viticulteurs du Languedoc misent sur le bio » - Anne-Isabelle Six La Tribune - 15/01/2009.
- Document 10 :** « La viticulture française doit s'adapter pour faire face à la crise » - Source « le Point » - 06/07/09.
- Document 11 :** « Rosé : bientôt une appellation «vin traditionnel ? » Source « Le Figaro », Le 24 mars 2009.
- Document 12 :** « La décision de la Commission autorisant l'élaboration du vin rosé à partir de coupage de rouge et de blanc constitue une menace pour la filière tricolore. » Source « L'express » - 13 mars 2009.
- Document 13 :** « L'été en rosé » Source « L'express » - 27 août 2009
- Document 14 :** Bouchon de liège : Irremplaçable ou dépassé ?
Syndicat des Vignerons Indépendants d'Alsace (SYNVIRA).
- Document 15 :** Le vin rosé ne pourra être fabriqué par coupage (nouvelobs.com avec AFP). 8 mars 2009.
- Document 16 :** « Le vin français souffre à son tour de la crise et redoute 2009 » AFP 2009.

2010 : LE MONDE BOIRA PLUS DE VIN

Les ventes mondiales de vins vont continuer d'augmenter et les stocks vont diminuer. Mais la consommation des Français continuera de reculer, estime une étude prospective effectuée pour Vinexpo.

En prévision du Salon professionnel Vinexpo qui se tiendra à Bordeaux du 17 au 21 juin 2007, les organisateurs de cette manifestation viennent de rendre publique une étude réalisée par le cabinet britannique International Wine and Spirit Record (IWSR) sur l'évolution du marché mondial du vin et des spiritueux à l'horizon 2010. La consommation mondiale de vins a progressé de 4,15 % entre 2001 et 2005 pour atteindre un volume annuel de 30,4 milliards de bouteilles. Il progressera à nouveau de 4,8 % entre 2006 et 2010 inclus. En 2010, les Américains seront les plus gros consommateurs de vin au monde avec 12,3 % des volumes, soit une progression de 18,7 % en cinq ans. De la première place, la France passera à la troisième, devancée par l'Italie qui maintiendra ainsi sa seconde position. Après avoir reculé de 11,8 % entre 2001 et 2005 inclus, la consommation française de vin se réduira encore de 9,3 % entre 2006 et 2010 pour se situer à 24,9 millions d'hectolitres. Sur le marché mondial, les vins vendus entre 5 et 10 dollars connaîtront une croissance en volume de 9,1 %, et les vins vendus à plus de 10 dollars progresseront de 17,2 %. En revanche, les petits vins à moins de 5 dollars la bouteille verront leurs volumes augmenter de 2,4 % en cinq ans. Une bonne moitié des vins tranquilles vendus à travers le monde sera composée de vins rouges entre 2006 et 2008. Les vins rosés passeraient de 3,8 % de la consommation en 2005 à 6,68 % en 2010, tandis que les vins blancs resteraient pratiquement stables autour de 41 %.

Les Français ne boiraient plus que 58 litres de vin par an en 2010. Parmi les 20 premiers marchés mondiaux pour leur niveau de consommation par habitant, les deux tiers connaissent une augmentation régulière. Si la Grande Bretagne, l'Allemagne, les Pays Bas et le Danemark sont des marchés de proximité pour les viticulteurs français, nos parts de marché y ont reculé ces dernières années en raison de la concurrence des vins de l'hémisphère sud et notamment de l'Australie. Mais ce pays a ralenti sa fulgurante progression après avoir accumulé des stocks, tandis que le phylloxera vient de faire son apparition dans le vignoble. La Chine n'est encore qu'un marché émergent avec actuellement une faible proportion de consommateurs occasionnels, environ 50 millions d'individus. Mais la Chine de demain peut ouvrir quelques perspectives aux vins français. En 2005, chaque Français en âge de consommer du vin en buvait une moyenne de 63,8 litres par an. Il ne boira plus que 58,8 litres en 2010 selon le cabinet d'études IWSR. Alors qu'ils avaient observé une baisse de 8,9 % entre 2001 et 2005, les vins vendus entre 4 et 7,5 euros connaîtraient une progression des ventes de 4,3 % entre 2006 et 2010. Les vins à plus de 7,5 euros verraient leurs volumes de ventes augmenter de 22,5 % durant la même période. En réalité, se sont les vins de table et les petits vins de pays à moins de 4 euros la bouteille qui devraient connaître le plus de difficultés d'ici 2010.

Par Gérard Le Puill - 16/09/09 - Hebdomadaire « la Terre ».

L' ASSEMBLÉE NATIONALE,

Vu l'article 88-4 de la Constitution,

Vu la proposition de règlement du Conseil portant organisation commune du marché vitivinicole et modifiant certains règlements (COM [2007] 372 final/n° E 3587),

Considérant les graves difficultés rencontrées depuis plusieurs années par la filière viticole européenne confrontée à une concurrence accrue des pays nouvellement producteurs;

Considérant, compte tenu de l'évolution de la demande mondiale, que la viticulture est un secteur d'avenir et que la viticulture européenne doit donc évoluer tout en préservant son caractère propre ;

Considérant que les instruments actuels de l'organisation commune du marché dans le secteur vitivinicole, principalement le mécanisme de distillation de crise qui a aggravé les faiblesses structurelles du secteur, n'ont pas la capacité d'accompagner cette évolution et doivent donc être réformés;

1. Consent aux mesures d'arrachage volontaire de 200 000 hectares de vignes afin de permettre aux viticulteurs qui le souhaitent de sortir du système dans la dignité mais insiste sur la nécessité de définir les règles d'attribution des primes dans la plus grande transparence en garantissant notamment aux viticulteurs cessant définitivement leur activité qu'aucun abattement de prime ou de surfaces éligibles ne sera effectué après la souscription d'arrachage. Le délai d'application du dispositif pourrait être réduit de cinq à trois ans afin d'être plus incitatif et efficace;

2. Estime, compte tenu des risques de déstabilisation du marché, qu'un encadrement des droits de plantation doit être maintenu mais juge nécessaire de l'adapter en prévoyant dès à présent:

- La mise en conformité sans délai des plantations illicites;
- L'assouplissement de la circulation et des transferts de droits de plantation entre régions et entre États membres;
- L'ouverture de nouveaux droits de plantation, à condition qu'il y ait des débouchés réels et vérifiables;
- L'attribution aux organisations de la filière d'instruments efficaces de maîtrise du potentiel de production des vins d'appellation;
- Une clause de revoyure en 2012 afin de faire le bilan des mesures d'arrachage et de l'état du marché;

3. Approuve la mise en place d'enveloppes nationales qui permettent aux États membres de mettre en œuvre des politiques adaptées aux spécificités de leur viticulture. Toutefois, pour que la subsidiarité ait la plus grande portée, l'éventail des mesures proposées doit être suffisamment large et comporter notamment un dispositif exceptionnel de gestion de crise, le maintien, pour des raisons environnementales, de la distillation des sous-produits de la vinification, un appui à la recherche et au développement ainsi qu'une aide à la restructuration des entreprises;

4. – S'oppose à l'autorisation de pratiques œnologiques non autorisées par l' Organisation internationale de la vigne et du vin, même pour les vins destinés aux pays tiers, ainsi qu'à l'utilisation de mentions valorisantes comme le cépage et le millésime pour les vins sans indication géographique;

- Demande que l'indication de la provenance pour les vins de table soit limitée à la seule référence de l'État membre dans lequel le vin a été produit;
- Insiste sur la nécessité de maintenir, à l'occasion de l'adaptation au secteur viticole de la réglementation sur les indications géographiques, le lien entre la production et le terroir;
- 5. Demande à la Commission de tout mettre en œuvre, dans le cadre des négociations bilatérales et multilatérales, pour empêcher les fraudes et les désignations frauduleuses des appellations d'origine géographiques ainsi que pour instaurer un contrôle strict des règles sanitaires et de traçabilité des produits en provenance de pays tiers;
- 6. Refuse la suppression de la chaptalisation et se prononce en faveur d'une évolution de la réglementation relative aux méthodes d'alcoolisation du vin comme le cumul des méthodes soustractives et additives;
- 7. Salue, même si les crédits sont insuffisants, l'introduction d'un volet spécifique visant à la promotion du vin mais:
 - Regrette que la promotion ne concerne que les pays tiers, privant ainsi les opérateurs de leviers importants sur le marché intracommunautaire qui représente plus de 70 % du marché mondial et sur lequel devrait être menée une politique cohérente d'éducation des consommateurs à une consommation modérée et responsable;
 - Insiste, pour la promotion vers les pays tiers, sur l'exigence d'efficacité pour l'emploi de ces crédits qui devront être accordés sélectivement et viser prioritairement une meilleure connaissance des marchés et du consommateur appuyée par la mise en place d'un observatoire européen des marchés;
- 8. Estime indispensable, afin de maintenir la cohérence de l'organisation commune du marché, de limiter les transferts financiers vers les mesures de développement rural.

À Paris, le 18 janvier 2007.

Le Président,

Signé : Bernard ACCOYER

**NOUVEAUX VIGNOBLES ET ÉVOLUTION DES ANCIENS FACE À LA
MONDIALISATION.**

Une guerre commerciale

Le marché très lucratif du vin est désormais mondial (Le Gars et Hinnewinkel, 2000) et le vin a changé de statut. Ces nouvelles données doivent être prises en compte par tous les secteurs de la filière faute de quoi ils s'exposeraient à des déboires. Tout d'abord le vin n'est plus le produit alimentaire qu'il a été. Désormais consommer du vin est de plus en plus une façon de s'affirmer socialement et/ou d'apprécier une œuvre d'art, fut-elle gustative. De plus, il se mute en un produit relativement cher, devenant de moins en moins accessible au plus grand nombre et surveillé par les ligues et association qui luttent contre l'alcoolisme: on en consomme moins, mais mieux. Et même, à partir des années 1990, il est devenu un produit de spéculation comme l'indiquent les salons des primeurs: Bordeaux représente pour le vin ce que Paris est aux défilés de mode. Dans ce contexte, les efforts se tournent vers la confection d'un produit de qualité, illustré par des efforts portant également sur le flacon et l'étiquette, sur les accessoires de la dégustation, etc.

Le marché du vin n'est plus aussi homogène qu'autrefois, mais au contraire se diversifie à l'infini: grands crus, vins de table, vins de terroir, vins de cépage, vins d'assemblage, appellations d'origine, vins rares, etc.. Tout ceci s'adresse à des marchés de consommateurs très différents où la part du snobisme, de l'esthétisme et des cultures du goût le disputent tout autant aux prix pratiqués qu'aux savoir-faire des services de vente. Si d'une part on assiste à une internationalisation des échanges impulsée par le dynamisme de nouveaux pays consommateurs, d'autre part le potentiel de production au niveau mondial se stabilise: l'augmentation des superficies avec l'arrivée de nouveaux producteurs (la Chine est déjà le 6e producteur mondial devant l'Argentine) est compensée par la réduction du vignoble européen en proie à de multiples difficultés (concurrence, diminution du marché de consommation). Dans le contexte actuel de la mondialisation des marchés, il n'est pas étonnant que de vives guerres commerciales s'enclenchent, autorisant toutes les stratégies publicitaires et en particulier sur l'aspect qualitatif, très souvent subjectif: tous les goûts sont dans la nature ! Le film de Jonatan Nossler « *Mondovino* », documentaire remarqué au festival de Cannes (2004), montre le triomphe des intérêts et la mort annoncée des vignes qui ont une âme.

Tout cela constitue une planète complexe où chacun parle d'émotion, d'art et... d'argent. L'uniformisation du goût, le nivellement des saveurs, voire la dévotion vers un seul nez « faisant le marché », pèsent comme autant de menaces contemporaines face aux représentants des appellations et ceux des vins de pays, eux-mêmes se regardant en chiens de faïence. Les apôtres de la globalisation illustrés par de puissants groupes (*Mondavi* en Californie, *Etchart* en Argentine, etc.), vaincront-ils ce qu'ils nomment « le terrorisme du terroir » ?

Heureusement, en contrepartie, aujourd'hui la recherche de la qualité apparaît comme le dénominateur commun à tous les producteurs du monde.

Jean-Noël Salomon - Cahiers d'outre mer 2005 - Extrait.

SITUATION DE LA VITICULTURE FRANÇAISE.

Structurée en deux grandes familles de vin – les vins de qualité produits dans des régions déterminées et les autres vins –, la viticulture française connaît depuis trente ans une mutation qualitative continue, qui conduit à l'augmentation des surfaces plantées en vins d'appellation et à la diminution concomitante du vignoble destiné à la production de vin de table.

Elle constitue un secteur essentiel de l'agriculture française (14 % de la production agricole, deuxième production nationale) et de la balance commerciale (1er poste des exportations agro-alimentaires de la France). La France est ainsi le premier producteur de vin dans le monde. Son rôle en matière d'emplois et d'aménagement du territoire est également considérable.

a) Une filière fondée sur l'existence de deux classes de vins

La France s'est distinguée tôt par une notion remarquable, qu'elle a appliquée massivement à ses vins fins: l'appellation d'origine contrôlée. Née en 1935, la réglementation des AOC a dessiné fermement les contours du patrimoine vinicole français, tout en déployant un système de contrôle et de protection rigoureux. La législation s'est ensuite enrichie, les appellations se sont multipliées, de nouvelles catégories se sont créées ; enfin est venu le temps de l'harmonisation européenne, celui que nous vivons.

Conformément à la réglementation européenne, les vins français sont regroupés dans deux grandes classes :

- les vins de qualité produits dans des régions déterminées (VQPRD) ;
- les vins de table.

Dans chacune de ces classes, les vins sont, en France, répartis selon deux autres catégories :

• Les vins de qualité produits dans des régions déterminées

A l'intérieur de cette classe, la réglementation distingue:

Les vins d'appellation d'origine contrôlée

Les vins d'appellations d'origine contrôlée (AOC) sont des vins produits dans des terroirs délimités en fonction de caractéristiques climatologiques et historiques précises. Ils doivent satisfaire à des conditions de production déterminées par l'Institut national des appellations d'origine contrôlée (INAO).

Protégés dès 1904 par une réglementation spécifique et consacrés par le statut viticole de 1935, les vins AOC se sont d'emblée positionnés sur un segment haut de gamme.

Leur reconnaissance précoce a été à l'origine de la segmentation française entre vins d'appellation et autres vins, qui est reprise par la suite au niveau communautaire.

L'appellation d'origine n'implique pas obligatoirement une meilleure qualité que celle de produits semblables. Elle impose en revanche, des caractéristiques suffisamment originales pour différencier le produit, le rendre typique en lui attribuant des particularités propres à un terroir défini.

Chaque appellation d'origine fait l'objet d'un décret qui définit son aire de production, les cépages (types de pieds de vignes) autorisés, les techniques culturales à respecter (densité de plantation, système de taille, mode de conduite), les dates de récolte, le degré alcoolique minimal des vins produits, ainsi que les rendements maximum autorisés. La commercialisation de ces vins est subordonnée à l'obtention d'un agrément délivré par l'INAO sous réserve de satisfaire à un examen

analytique et organoleptique (« dégustation d'agrément »).

Chaque année, environ 25 millions d'hectolitres de vins sont produits sur les quelques 400 aires d'appellation d'origine contrôlée.

Plusieurs grandes régions d'AOC ont souhaité dégager l'élite de leurs vins en suscitant une reconnaissance officielle de leurs meilleurs crus. La mention de « grand cru » peut être soit intégrée à l'appellation proprement dite (Alsace, Bourgogne), soit faire l'objet de classements séparés, mais dûment entérinés par arrêté ministériel (Bordeaux). En Bordelais, la mention est ensuite intégrée à l'appellation (Saint-Émilion), ou non (Médoc, Sauternes, Graves), ou encore le classement n'existe purement pas, comme à Pomerol, qui se satisfait d'une hiérarchie officieuse.

Par exemple, les appellations Bordeaux et Bordeaux supérieur sont des appellations régionales s'appliquant, toutes les deux, à tous les vins provenant des terres à vignes (à l'exclusion des zones forestières en bordure de l'océan atlantique) du département de la Gironde, dont la superficie s'élève à 48795 ha.

Les zones de production sont soit exclusivement dévolues aux A.O.C Bordeaux et Bordeaux supérieur, soit elles sont partagées avec d'autres appellations plus précises. Une délimitation parcellaire a été étudiée au sein de chaque territoire communal, afin de définir l'ensemble des parcelles ou parties d'elles, en fonction de la nature, du sol et du milieu naturel, permettant l'obtention d'un produit de qualité.

C'est dans les grandes zones où n'existaient pas d'autres A.O.C d'un niveau hiérarchique supérieur, que les plus grands volumes en appellation régionale sont produits. C'est notamment le cas dans la grande région de l'Entre-deux-Mers.

Les vins délimités de qualité supérieure (VDQS)

Apparue en 1949, cette catégorie rassemble des vins se détachant nettement – de par leur notoriété, leur niveau qualificatif, et leurs conditions de production – des vins de consommation courante. Ces vins constituent une catégorie intermédiaire entre les vins de pays et les vins d'appellation. Certains ont d'ailleurs vocation à devenir des AOC. De fait, un grand nombre de vins auparavant classés comme VDQS, à la manière des Côtes de Provence ou des Côtes du Roussillon, sont aujourd'hui devenus des AOC.

Les VDQS doivent respecter les conditions de production définies et contrôlées par l'INAO. Ils reçoivent, en contrepartie, un label délivré par le syndicat viticole concerné après analyse et dégustation d'agrément.

Cette catégorie de vins est devenue résiduelle. Elle comprend aujourd'hui 43 appellations donnant lieu à une production annuelle d'environ 820 000 hectolitres (chiffre 1999).

• Les vins de table

En France, cette catégorie comprend :

- les vins de table proprement dits

Ce sont des vins d'expression ordinaire, répondant à une réglementation communautaire minimale. S'ils sont exclusivement d'origine française – c'est-à-dire d'une même région française ou de régions françaises différentes puisqu'ils peuvent donner lieu à des assemblages –, ils ont droit à la dénomination « vins de table français ».

Ils ne font pas l'objet d'un agrément spécifique et ne peuvent, en aucun cas, faire référence à un cépage, une aire géographique ou une mention valorisante.

Ils sont en grande partie commercialisés sous un nom de marque.

- les vins de pays

Ce sont des vins de table auxquels a été reconnu le droit de mentionner une indication géographique d'origine, sous réserve de respecter des critères spécifiques relatifs à l'encépagement, au degré alcoolique, toutefois moins stricts que ceux des vins d'appellation.

Cette catégorie est apparue en 1968 afin de réserver, dans un contexte de surproduction structurelle, le bénéfice des mesures de soutien accordées dans le cadre de l'organisation commune de marché (OCM), à des vins respectant un minimum de critères qualitatifs.

C'est pourquoi ils sont, comme les vins d'appellation, soumis à une procédure d'agrément par l'ONIVINS faisant intervenir un examen analytique et organoleptique.

Il existe trois catégories de vins de pays regroupant, en tout, plus de 150 vins différents :

les vins de pays à dénomination régionale, dont la zone de production s'étend sur plusieurs départements. Cette catégorie regroupe cinq dénominations telles que les « vins de pays du Jardin de France », qui sont les vins du Val-de-Loire, ou les « vins de pays d'Oc », qui proviennent de la région Languedoc-Roussillon ;

les vins de pays à dénomination départementale, sont produits dans 52 départements différents ;

les vins de pays à dénomination de zone, dont l'aire de production regroupe une ou plusieurs communes. Il en existe 94 différents à l'instar du vin de pays des coteaux de l'Ardèche ou du vin de pays des côtes de Gascogne.

Selon l'ONIVINS, 15 millions d'hectolitres de vins de pays ont été produits en 1999, ce qui représente 30 % de la récolte nationale.

b) Le vignoble français subit une mutation permanente

Un vignoble étendu, en restructuration continue

D'une superficie de 876 200 d'hectares en 2000, le vignoble français représente 2,8 % des surfaces agricoles et couvre 1,7 % du territoire. Si la vigne est présente sur 80 départements, elle se concentre pourtant à 95 % dans 30 d'entre eux.

Cette forte implantation viticole ne doit pas occulter la tendance à la diminution de la taille du vignoble, qui a perdu 240 000 hectares entre 1980 et 2000, soit une réduction de 21 %. Cette diminution a surtout concerné les surfaces consacrées aux vins de table, en particulier en Languedoc-Roussillon. Sur les vingt dernières années, le vignoble de cette région a été réduit de plus de 100 000 hectares, laissant cependant place aux appellations d'origine.

Ainsi, près des deux tiers (62 %) du vignoble français sont, aujourd'hui affectés à la production de vins d'appellations d'origine, contre seulement 55 % en 1988, ce qui traduit la restructuration qualitative de ce secteur.

Le vignoble destiné à la production de vins de pays progresse également. Il représente 21 % des vignes françaises.

La filière vitivinicole française souffre partiellement d'un manque de compétitivité. Selon les chiffres, la filière viticole dégagerait seulement 1,6 % de résultat net par an. Cette faible marge, alors que le résultat net peut atteindre 10 % dans les nouveaux pays producteurs, a pour conséquence une faible capacité d'investissement et une insuffisante attractivité pour les capitaux venant de l'extérieur.

Une modernisation inachevée de l'outil de production

Le secteur vitivinicole français ne souffre pas d'une obsolescence technique. Des efforts importants ont d'ores et déjà été réalisés, notamment en termes d'investissement destinés à améliorer l'outil de transformation (bacs de réception, cuves, pressoirs, égouttoirs...) Il reste toutefois, de manière ponctuelle, quelques problèmes.

Une capacité de commercialisation insuffisante

La filière vitivinicole française est marquée par l'éparpillement de ses structures de commercialisation, avec comme conséquence une insuffisante implication de l'aval dans l'organisation et l'orientation de la production.

D'un montant estimé à 150 millions d'euros, le chiffre d'affaires de la filière commercialisation est réalisé par environ 750 entreprises, dont plus de 160 sont spécialisées dans l'élaboration de vins effervescents. Parmi ces entreprises, on compte quelques 220 petits opérateurs -domaines, châteaux ou coopératives-, dont le chiffre d'affaires annuel est inférieur à 3 millions d'euros. Seules deux entreprises ont un chiffre d'affaires supérieur à 300 millions d'euros. En outre, le chiffre d'affaires cumulé des huit premières entreprises de vins tranquilles ne représente que 20 % du marché.

Une attention insuffisante portée à la qualité et aux attentes des consommateurs

De manière récurrente, les personnes entendues par le groupe de travail ont affirmé que la viticulture française avait apporté un soin insuffisant à la dimension qualitative des produits mis sur le marché.

Dans le cas des vins de table et de certains vins de pays, l'insatisfaction des consommateurs est illustrée par la diminution des ventes. Cependant, les critiques n'épargnent pas les vins d'appellation d'origine contrôlée, dont il a été dit « qu'ils n'avaient pas tenu leurs promesses ».

L'existence d'un reliquat de cépages inadaptés

Le constat d'un manque de qualité tient également à la persistance, au sein du vignoble français, de cépages ne correspondant plus au goût actuel des consommateurs. L'inadaptation de l'encépagement concerne au premier chef le vignoble destiné à la production de vins de table et de vins de pays. Cependant, des superficies AOC mériteraient également d'être restructurées. Il s'agit, par exemple, de certains cépages blancs de Bordeaux, pour lesquels une adaptation variétale est souhaitable.

Certes, la composition du vignoble s'est considérablement améliorée depuis vingt ans sous l'effet de l'arrachage définitif et des mesures de restructuration. Parallèlement, les cépages en vogue sur le plan international, se sont fortement développés.

Source : Université de Rouen, « Situation de la viticulture française »- Extrait.

RÉFORME DE L'ORGANISATION COMMUNE DU MARCHÉ (OCM) VITIVINICOLE

Le secteur vitivinicole représente dans l'Union européenne une activité économique de première importance, notamment en termes d'exportations. L'Union européenne constitue le premier vignoble du monde et doit à ce titre bénéficier d'un soutien de l'Union européenne.

Or, le secteur viticole communautaire est confronté à un contexte de marché en forte évolution, marqué notamment par la concurrence de plus en plus forte exercée par les pays tiers dont le vignoble et la production de vins se développent régulièrement, dans un contexte de stagnation de la consommation intérieure communautaire.

Le caractère particulier du vin, tant sur le plan technique que culturel au sein de l'Union européenne, ainsi que sur ses principaux marchés, nécessite des mesures réglementaires particulières.

Le budget actuel de l'OCM doit être consolidé compte tenu de l'arrivée de nouveaux Etats membres. Il est important de rappeler que l'OCM vitivinicole est peu onéreuse pour le budget de l'Union puisqu'elle n'utilise que 3% du budget, pour une filière qui génère 7% de la valeur ajoutée agricole.

Dans ce contexte, la révision de l'OCM vitivinicole doit être guidée par deux idées majeures :

- l'OCM doit évoluer pour favoriser une plus grande compétitivité de la filière viticole communautaire et son adaptation à l'évolution du marché mondial ; la filière communautaire, représentant le premier vignoble mondial, ne doit pas être la variable d'ajustement du marché mondial,
- l'esprit actuel de l'OCM repose sur un équilibre entre différentes mesures, structurelles, de gestion de marché et réglementaires. Cet équilibre doit évoluer vers le renforcement des mesures structurantes propres à dynamiser la filière.

La révision de l'OCM doit reposer sur quatre grands principes :

- la maîtrise et l'adaptation du potentiel de production
- la régulation du marché et la gestion des crises par des outils plus appropriés
- l'appui à la commercialisation des produits de la vigne
- la défense et la protection des indications géographiques ainsi que de l'identification des vins

Enfin les décisions en matière d'utilisation des outils de gestion (distillations, mesures structurelles, rendements, etc) doivent être prises au niveau pertinent (communautaire, national, bassin de production) afin de mieux prendre en compte la diversité des structures.

1. Maîtriser le potentiel de production

Le vignoble communautaire est le premier vignoble au monde et représente environ la moitié des surfaces en vigne dans le monde. Toute évolution de ce vignoble a donc des répercussions sensibles sur les volumes produits et sur le marché, alors que la consommation intérieure communautaire stagne et qu'au niveau mondial, le marché est plutôt excédentaire. Il est donc important, pour l'équilibre de la filière viticole communautaire, que le potentiel européen reste maîtrisé. Pour maîtriser le potentiel de production, il faut d'abord le connaître bien. La connaissance du potentiel de production peut être améliorée, notamment par la modernisation et l'amélioration de la fiabilité du casier viticole informatisé.

L'interdiction des plantations nouvelles, qui augmente la superficie du vignoble, doit par ailleurs demeurer une règle de principe, du moins dans les prochaines années, de même l'interdiction de vinification et d'assemblage de moûts et/ou de vins en provenance de pays tiers, afin de ne pas générer, en contournant les règles de maîtrise du potentiel de production, d'excédents.

Le régime d'arrachage définitif doit être maintenu.

Cette voie ne peut toutefois pas être ni exclusive ni privilégiée en raison de son caractère irréversible et de ses conséquences négatives : elle conduirait notamment au développement de la friche, à la détérioration de zones agricoles et des structures d'exploitations et serait en cela contraire aux objectifs d'aménagement du territoire et du maintien de l'emploi dans le milieu rural. Le régime d'arrachage définitif doit être complété par un dispositif d'arrachage temporaire, qui permettrait en outre aux viticulteurs de disposer du temps nécessaire pour s'adapter à la nouvelle donne des marchés : l'arrachage temporaire permettrait d'accorder un soutien financier à un viticulteur qui arrache des surfaces en vigne, le droit de plantation étant gelé pendant plusieurs années à l'issue desquelles le viticulteur pourrait replanter, céder le droit de plantation à un tiers ou à la réserve, ou solliciter la transformation en arrachage définitif si le régime est ouvert par l'Etat membre.

2. Permettre une régulation du marché et offrir les outils nécessaires à la gestion des crises

La production viticole est certainement l'une des productions les plus dépendantes des aléas climatiques, susceptibles de mettre en péril la viabilité économique des exploitations et de renforcer l'instabilité des marchés. Par ailleurs, l'ouverture importante des échanges de vins au niveau mondial, dans un contexte très concurrentiel, et une probable réduction des restitutions à l'exportation, conduisent à une augmentation de l'exposition des exploitations à un risque sur les prix. L'OCM doit donc disposer des outils permettant de faire face à des difficultés éventuelles.

Parce qu'elle permet d'éliminer des volumes, correspondant à environ 3,5 % de la production communautaire, très majoritairement de mauvaise qualité, la livraison des sous-produits de la vinification en distillerie doit demeurer la règle. Cette mesure joue par ailleurs un rôle non négligeable en faveur de l'environnement en évitant que ces sous-produits soient répandus dans le milieu naturel.

Parce qu'il évite que des volumes importants soient mis sur le marché au même moment, avec un risque d'effondrement des cours, le soutien à la conclusion de contrats de stockage à long terme pour les moûts et les vins de table, qui permet d'étaler la commercialisation, doit également perdurer.

Parce qu'elle permet de réduire les volumes de vin excédentaires, la distillation de crise doit pouvoir être rendue obligatoire sur leur territoire par les Etats membres qui le souhaitent.

Par ailleurs, les Etats devraient avoir la faculté d'instaurer, à leur initiative, des outils nouveaux, en complément des mesures actuelles :

- un outil permettant de détruire préventivement une partie de la récolte, avant les vendanges, dans le cas où la récolte s'annonce excessive, pour réduire les volumes de vins excédentaires qu'il faut ensuite distiller : c'est la vendange en vert.

- des outils permettant aux structures professionnelles (selon les cas des interprofessions, des organisations de producteurs, des associations d'organisations de producteurs — dont l'OCM devrait prévoir la possibilité de reconnaissance) d'adopter des règles contraignantes pour les opérateurs en terme de limitation des volumes, de régulation des mises sur le marché... : possibilité d'imposer des rendements maximum, la destruction de produits, des limitations de commercialisation... Ces structures doivent pouvoir imposer de telles règles à leurs adhérents, voire en demander aux pouvoirs publics l'extension aux non adhérents si leur représentativité est suffisante.

S'agissant des propositions concernant les structures professionnelles, il conviendra d'imaginer des formules transitoires et progressives susceptibles de permettre que ces entités se préparent à assumer dans un délai raisonnable un rôle important dans la régulation du marché.

Les structures professionnelles doivent pouvoir, par ailleurs, bénéficier d'un soutien pour la mise en place de caisses de péréquation, leur permettant notamment d'atténuer les fluctuations des cours pour les producteurs. Les caisses seraient initialement abondées par des fonds publics (nationaux et communautaires). Ensuite, leur fonctionnement serait principalement à la charge des producteurs : cotisations lorsque les cours des produits concernés sont élevés et paiements compensatoires en période de crise.

3. Favoriser la commercialisation

Face à la concurrence très forte sur le marché mondial du vin, liée notamment à la montée en puissance de pays nouveaux producteurs, la compétitivité de la filière viticole communautaire doit être accrue par des actions à tous les stades de la production et de la commercialisation, pour favoriser la commercialisation des produits vinifiés et non vinifiés communautaires.

Pour poursuivre l'amélioration qualitative du vignoble et son adaptation à la demande du marché, le régime de restructuration et de reconversion du vignoble doit être maintenu et ses conditions de mise en oeuvre doivent être clarifiées, simplifiées et prendre en compte la commercialisation.

Des mesures doivent être établies pour assurer l'approvisionnement du marché du moût afin de faciliter la diversification vers des productions non vinifiées. Le maintien d'une aide à l'élaboration de jus de raisin et d'une aide à l'utilisation de moûts concentrés et de moûts concentrés rectifiés pour l'enrichissement permettent aussi de faciliter l'utilisation des productions non vinifiées. Cependant cette aide doit être adaptée pour tenir compte de la réduction du prix du sucre.

En ce qui concerne la distillation d'alcool de bouche, il convient de réfléchir à une évolution du dispositif actuel afin qu'il permette tout à la fois de maintenir un dispositif favorisant l'envoi vers la transformation en alcool de bouche de plusieurs millions d'hectolitres de vin, afin de maintenir la compétitivité des boissons traditionnelles qui utilisent l'alcool d'origine vinique et de veiller à ce que l'accès de tous les Etats membres soit exercé de façon équitable, tout en respectant l'unicité du marché commun.

La nouvelle donne internationale doit être prise en compte. Les pays nouveaux producteurs sont de plus en plus présents et concurrencent très fortement les vins communautaires sur tous les marchés. Ces pays ne se sont pas imposés de limitation des plantations ou des volumes produits. En matière de pratiques œnologiques, ils disposent d'une réglementation plus souple.

Une réflexion en profondeur sur les pratiques réglementaires (notamment œnologiques) doit être engagée afin d'alléger les contraintes sur les producteurs européens et permettre une adaptation à la demande et une meilleure compétitivité vis-à-vis des nouveaux pays producteurs, notamment sur les vins de pays et les vins de table.

Enfin, pour favoriser la conquête de nouveaux débouchés, il faudrait renforcer les campagnes de promotion pour l'ensemble des produits viti-vinicoles.

4. Défense et protection des indications géographiques

Les indications géographiques et les appellations d'origine contrôlées sont un élément majeur pour la production vitivinicole européenne. Il est essentiel de mieux assurer leur protection dans le cadre des négociations multilatérales et des accords bilatéraux de commerce.

5. Mise en oeuvre des différentes mesures de l'OCM au niveau approprié.

Les mesures de gestion et les mesures structurantes doivent être mises en place au niveau le plus approprié. Un certain nombre de mesures peuvent être mises en oeuvre de manière horizontale dans l'Union et d'autres doivent s'inscrire dans une grande subsidiarité de gestion au sein de chaque Etat membre, de manière à que chaque mesure puisse être gérée au niveau le plus pertinent (communautaire, national, bassin de production, organisation de producteurs).

Site internet : agriculture.gouv.fr

**DEUXIÈME TABLE RONDE :
ATOUPS ET HANDICAPS DE LA FILIÈRE VITICOLE FRANÇAISE**

1. M. Michel Doublet, sénateur de la Charente-Maritime, membre du groupe de travail sur l'avenir de la viticulture française

Mon collègue Gérard César, empêché, m'a chargé de vous lire l'intervention qu'il a préparée:

« Mon propos s'appuiera en grande partie sur l'analyse et les conclusions du rapport que j'ai présenté en juillet dernier au nom du groupe de travail sur l'avenir de la viticulture française. Je tiens à y associer mon collègue Serge Mathieu, président du groupe d'études sénatorial de la viticulture de qualité.

Souvent considérée comme le fleuron de l'agriculture française, notre viticulture est aujourd'hui confrontée à des évolutions qui fragilisent ses fondements.

Avec un chiffre d'affaires de 9 milliards d'euros, le vin est la deuxième production agricole française et constitue le premier poste des exportations agro-alimentaires de notre pays. La contribution de la viticulture à l'emploi et à l'occupation de l'espace ne doit pas non plus être oubliée. Ses performances placent notre pays au premier rang des producteurs de vin à l'échelle mondiale, suivi de près par l'Italie.

Cependant, depuis deux ans, un certain nombre de « clignotants » sont au rouge. Les exportations diminuent, après six années de croissance ininterrompue, entraînant une érosion des parts de marché du vin français sur les marchés extérieurs. Parallèlement, la consommation domestique accuse une baisse dont le volume cumulé représente près de 6 millions d'hectolitres sur les trois dernières campagnes. Très rapidement, la situation du secteur viticole s'en ressent, la mévente entraînant un gonflement des stocks et une baisse des cours, rendant nécessaire le recours à trois distillations de crises successives.

Les difficultés de la filière s'expliquent notamment par l'accentuation récente de la concurrence internationale sur le marché mondial des vins. Le vignoble mondial a grandi de 164 000 hectares entre 1998 et 2000, soit d'une surface équivalente à un cinquième du vignoble français. Cette croissance entraîne une augmentation des volumes produits. L'expansion est surtout le fait d'un petit groupe de pays nouveaux producteurs : l'Australie, la Californie, le Chili, l'Afrique du Sud, l'Argentine et la Nouvelle-Zélande, communément désignés par le nom de « pays du nouveau monde ». Compte tenu de l'étroitesse ou de l'absence de solvabilité de leurs marchés, ces pays sont contraints d'exporter. Entre 1994 et 2000, leurs exportations ont progressé de 170 %.

Cette concurrence accrue ne s'accompagne malheureusement pas d'une augmentation de la consommation au plan mondial. En effet, la croissance de la consommation dans les pays non producteurs, comme le Royaume-Uni et les pays du Nord de l'Europe, compense tout juste la diminution de consommation dans les pays latins traditionnellement producteurs, comme la France, l'Espagne ou l'Italie, alors que le reste du monde se montre peu dynamique.

Compte tenu de ces évolutions, il est à craindre que l'excédent mondial, qui représentait 56 millions d'hectolitres en 2001, devienne structurel.

La viticulture française est donc confrontée à de nouveaux défis.

Le premier de ces défis est, bien entendu, le succès croissant des vins du nouveau monde, cantonnés pour l'heure aux marchés tiers, traditionnellement clients de la France, mais qui s'étendra peut-être

demain à notre marché domestique. Leur succès tient à leur simplicité, à leur accessibilité et à leur qualité régulière, souvent garantie par une marque. Des conditions de production favorables comme un climat propice, de faibles charges de main d'oeuvre et un cadre réglementaire souple garantissent un prix de revient bas, qui permet de dégager des marges importantes, réinvesties massivement dans la communication.

D'autres défis se présentent, comme la nécessité de mieux préserver l'environnement ou l'évolution des modes de distribution et de consommation. La grande distribution assure aujourd'hui les trois quarts des ventes de vin aux ménages, contre seulement 46 % il y a dix ans. Cette évolution peut s'avérer contraignante dans la mesure où les distributeurs maîtrisent le contenu de l'offre qu'ils présentent en linéaire et développent leurs propres marques, dont la notoriété freine l'émergence des marques issues de la filière.

On constate, par ailleurs, une régression de la consommation régulière au profit d'une consommation occasionnelle, le vin passant, quant à lui, d'une fonction alimentaire à un statut plus festif.

L'analyse de la capacité de l'offre française à répondre à ces défis révèle un certain nombre d'inadaptations structurelles.

La première est une attention inégale portée à la qualité, tout d'abord en raison de l'existence, dans le vignoble, d'un reliquat de cépages inadaptés, tels le Carignan en Languedoc-Roussillon, mais aussi en raison d'une insuffisante maîtrise des rendements de vignes et d'un agrément qui, pour les vins d'appellation, n'a pas toujours joué son rôle de filtre.

Une autre inadaptation réside dans le caractère peu lisible de l'offre, en raison de la multiplicité des appellations, de la complexité de l'étiquetage des vins et, surtout, de l'absence de cohérence entre la segmentation actuelle de l'offre -qui distingue les vins AOC et les autres-, la réalité des prix et la qualité des vins. Ainsi, un bon vin de pays d'Oc pourra se vendre mieux et plus cher qu'un vin d'appellation mal fait.

Il faut également évoquer l'insuffisance de l'effort consenti en matière de communication et de promotion. Ainsi, sur le marché national, les investissements publicitaires en faveur du vin ne représentent que le quart des dépenses investies pour les eaux minérales.

Enfin, la filière souffre d'un manque global de compétitivité.

Il ne faut cependant pas occulter les atouts dont dispose la viticulture française : la grande diversité de ses terroirs et de ses vins, sa notoriété à travers le monde, ses liens avec un patrimoine gastronomique réputé, ainsi que la culture viticole ancienne des consommateurs français et l'influence de la France dans la formation et dans la recherche en oenologie.

Face à ces constats, le groupe de travail sur l'avenir de la viticulture a formulé des propositions qui s'ordonnent autour de cinq grands axes.

Nous ne développerons pas le cinquième de ces axes, qui plaide en faveur d'une approche équilibrée du thème « Vin et santé », puisque nous en débattons cet après-midi.

- Le rapport recommande d'investir largement dans la qualité.

Si la viticulture française souhaite rester une référence viticole mondiale, elle doit être capable de fournir des vins d'une qualité irréprochable, de la catégorie standard aux grands crus. Cela implique de poursuivre la restructuration qualitative du vignoble, en remplaçant les quelque 50.000 hectares de cépages non-adaptés à la demande du marché.

Il est nécessaire aussi de mettre en oeuvre rapidement la réforme et l'agrément des vins AOC et, enfin, de pratiquer une maîtrise adaptée des rendements. Il ne s'agit cependant pas d'hypothéquer le développement d'autres productions telles que le jus de raisins ou les vins de faible degré

alcoolique. C'est pourquoi il est nécessaire d'affecter des parcelles à des productions déterminées, assorties de rendements différenciés et de mettre en place un suivi de rendement au niveau de chaque parcelle.

Il est nécessaire, enfin, de diffuser l'utilisation de bonnes pratiques culturales telles que l'enherbement ou la vendange en vert, permettant de réduire les rendements et d'améliorer la qualité du raisin produit, de renforcer le contrôle des vins en aval de la production et de généraliser cela à l'ensemble des catégories de vins.

- Le rapport préconise ensuite de rendre l'offre plus cohérente et plus lisible.

Le rapport est favorable à un reclassement des catégories réglementaires applicables aux vins français autour de deux grandes catégories :

D'une part, une catégorie regrouperait tous les vins rattachés à une zone géographique donnée, c'est-à-dire les actuels vins AOC et une partie des vins de pays.

D'autre part, une catégorie rassemblerait les autres vins, c'est-à-dire les vins de table et une partie des vins de pays actuels, dont le régime serait assoupli en vue de permettre l'élaboration de vins de cépages compétitifs, avec des méthodes utilisées par nos concurrents.

Toujours dans le souci de rendre l'offre plus visible, le rapport encourage, par ailleurs, le développement de grandes marques de vins, dans la mesure où elles constituent pour le consommateur des signifiants forts. Il plaide également pour des stratégies de communication massives, complètes et diversifiées. Cette proposition suppose une concentration des moyens existants, notamment au niveau de l'inter-profession, la mise en oeuvre simultanée d'une communication générique en faveur des vins de France, d'une communication axée sur les grandes régions de production et le recours à des messages variés, en phase avec les nouveaux modes de consommation.

- Le troisième axe proposé vise à placer le consommateur au centre des préoccupations.

Il s'agit d'introduire une culture de la demande dans le monde viticole français en l'incitant à une meilleure prise en compte des préoccupations des consommateurs et en allant à leur rencontre. À côté des grands vins, dont le titrage est traditionnellement élevé, il faudrait, par exemple, favoriser la production de vins légers, à degré alcoolique plus faible, dont la demande n'est actuellement pas satisfaite.

Nous proposons également de rendre plus accessible l'étiquetage des vins, qui est aujourd'hui complexe et inadapté, de diversifier les conditionnements et de favoriser un développement plus large du tourisme viticole.

- Le rapport propose, enfin, d'accompagner les évolutions en cours par une politique viticole adaptée.

Il s'agit tout d'abord de rétablir l'efficacité des instruments de gestion de marché prévus par l'organisation commune en prévoyant, d'une part, la répartition par l'État du contingent ouvert au titre de la distillation d'alcool de bouche, assorti de l'application de prix différenciés selon les États pour tenir compte des disparités des différents marchés européens. Il faut, d'autre part, reconnaître aux États membres la possibilité de rendre obligatoire la distillation de crise qu'ils ont sollicitée.

Concernant le volet structurel de l'OCM, il convient de compléter la panoplie des instruments destinés à accompagner l'évolution qualitative du vignoble en mettant en place le régime d'arrachage temporaire, offrant au viticulteur une prime de non-production et lui laissant le choix, à l'issue d'une période de cinq ou six ans, de replanter lui-même ou de céder son droit.

Le rapport préconise également une certaine rigueur en matière d'évolution du potentiel de production en proposant de limiter l'attribution de droit de plantations nouvelles, excepté en faveur

des jeunes. En revanche, la réserve de droits prévus par l'OCM devrait être rapidement mise en place, en vue de fluidifier la translation du marché.

Pour conclure, je rappellerai qu'un responsable de la filière viticole sud-africaine nous a confié que les professionnels du vin dans son pays étaient inquiets parce qu'ils savaient que la France, chahutée par la concurrence internationale, allait réagir.

Il nous faut maintenant nous convaincre de cette nécessité. La viticulture française en a les moyens, si elle en a l'ambition. La diversité et les complémentarités de ses productions, l'image d'authenticité qui est la sienne comptent parmi les meilleurs atouts pour affronter la bataille mondiale des vins.

[....]

Vin, santé et alimentation - Rapport d'information sur colloque n° 286 (2002-2003) de MM. Gérard LARCHER et Gérard CÉSAR, fait au nom de la commission des affaires économiques, déposé le 12 mai 2003 - Deuxième table ronde : atouts et handicaps de la filière viticole française.

w.w.w.sénat.fr - Site : « bienvenue au sénat » - Extrait.

LE CAHORS SE REBIFFE ET S'ALLIE AUX ARGENTINS

L'union des producteurs argentins et des vignerons de Cahors, à travers leur cépage commun, le malbec, est une première en France.

Faut-il avoir peur de la mondialisation ? Frileuses, beaucoup d'appellations françaises préfèrent se retrancher derrière leurs antériorités historiques et leurs terroirs plutôt que d'aller affronter, sur les marchés étrangers, les copieurs de leurs cépages et de leurs petits secrets de fabrication. Malheureusement, ces fières lignes Maginot sont largement contournées et beaucoup d'appellations se font tailler des croupières, certaines commençant même à lutter pour leur survie.

Cahors, cette appellation à la taille modeste du Sud-Ouest aurait pu en faire autant, car elle ne manque ni de références historiques, ni de grands terroirs. « Nous avons la volonté de nous insérer dans le grand mécano mondial du vin », martèle Jérémy Arnaud, le dynamique directeur du marketing de l'appellation.

Vignoble créé par les Romains, la notoriété de Cahors n'a fait que croître durant le Moyen Âge. Le mariage d'Aliénor d'Aquitaine avec Henri II, roi d'Angleterre, lui ouvre même le marché anglais et les vins cadurciens concurrencent sérieusement les bordeaux. Les Bordelais voient d'un très mauvais œil ce perturbateur et ils réussissent à arracher un privilège exorbitant au roi d'Angleterre : non seulement de fortes taxes frappent les autres vins à l'entrée de la région, mais les vins non bordelais n'ont pas accès au port tant qu'il reste des vins locaux à vendre. Ce privilège, qui a duré pendant cinq siècles, ne sera interrompu que durant trois courtes périodes et il ne sera aboli qu'en 1776 par Turgot.

Un véritable âge d'or

Lorsque, enfin, Cahors a les mains libres, un véritable âge d'or s'ouvre. Malgré les guerres de la Révolution et de l'Empire, 75 % du vin est exporté au milieu du XIXe siècle et un tiers des surfaces (40 000 ha pour tout le département) est consacré à la vigne. Ces deux chiffres considérables montrant la grande notoriété de la région trop longtemps bridée. Le vignoble se sort bien des ravages de l'oïdium entre 1852 et 1860 et il augmente même ses surfaces à 58 000 ha. Par comparaison, aujourd'hui, le vignoble atteint péniblement 4 200 ha.

Comme partout en Europe, l'arrivée du phylloxéra, à la fin du XIXe siècle, sera un véritable drame. Si, un peu partout, les vignes s'en remettent grâce à un greffage spécial, paradoxalement le malbec, principal cépage de cette région du Lot, l'accepte très mal et produit un vin médiocre. Il a fallu toute l'énergie de la recherche de Montpellier pour se lancer dans un essai sur 600 cépages et, enfin trouver, à la fin des années quarante, la solution avec l'auxerrois 587. Cahors reprend alors sa marche, conquiert l'appellation contrôlée en 1971 et quelques investisseurs se lancent dans l'aventure : « C'est bien parce que j'y crois dur comme fer que j'ai beaucoup investi ! » lance le charismatique Alain-Dominique Perrin, l'ancien patron de Cartier, qui a acheté en 1980 le château Lagrezette.

Velouté et charmeur

Pendant ce temps, le cépage malbec, qui est d'origine bordelaise, a traversé l'Atlantique et il s'est installé en Argentine en 1852. Dans ce climat sec, il est alimenté par irrigation, ce qui lui évite les affres du phylloxéra, l'affreuse bestiole ayant horreur de l'eau.

Alors qu'il est raide et tannique à Bordeaux, ce qui conduit à son élimination presque totale (seules les Côtes de Bourg en ont un peu), le malbec trouve par contre des conditions idéales en Argentine où il devient velouté et charmeur. « J'adore sa sensualité qui relève de l'envoûtement », susurre Catherine Péré-Vergé, propriétaire à Pomerol, et qui a beaucoup investi dans le pays au côté d'autres Français.

Même si la France est le berceau du cépage, aujourd'hui, le principal producteur mondial de malbec est l'Argentine (21 000 ha) suivie de loin par la France (7 000 ha), le reste du monde se partageant 5 000 ha. Mais pour une fois, les Français ont fait preuve d'initiative et Cahors a organisé en 2008 les Premières Journées internationales du malbec en faisant preuve d'un grand éclectisme. Les Deuxièmes Journées internationales viennent de se tenir en Argentine et les producteurs cadurciens, même les nouveaux arrivants, ont crânement tenu leurs places. « Je me devais d'être là pour présenter mes vins », souligne Philippe Lejeune, le récent acquéreur du château de Chambert qui a fait toute sa carrière dans le logiciel informatique à l'étranger.

Pour ne pas en rester là, les producteurs argentins et cadurciens envisagent même de faire un stand unique à la London Wine Trade Fair en mai prochain, ce qui sera encore une première. Ce qui aurait réjoui Ernest Hemingway, admirateur et fervent consommateur de Cahors, qui n'avait pas hésité à déclarer : « Le vin est ce qu'il y a de plus civilisé au monde ! »

Source « Le Figaro » - 05/02/09.

LES PETITS BORDEAUX TRIOMPHENT EN AMÉRIQUE

Laminés par la crise, les vins de deuxième catégorie cherchent à enrayer la baisse de leurs ventes. Pénétrer le marché américain est l'une des solutions.

Pendant longtemps, les crus de bordeaux les plus célèbres servaient de locomotive et tiraient tous les autres wagons, et en particulier les petits bordeaux. Mais depuis une dizaine d'années, les locomotives sont tentées par la vitesse, voire les excès de vitesse, et les wagons errent, désarmés, sur des voies de garage. Une profonde mévente a suivi, avec un effondrement des prix, parfois en dessous des coûts de production, d'autant que les petits bordeaux sont passés de mode. Les vins du Languedoc, en France, et les vins du Nouveau Monde, ailleurs, leur taillent des croupières.

Après une période d'abattement, une nouvelle équipe autour de Bernard Fages a décidé de prendre la mévente à bras-le-corps. Devenu président du syndicat des bordeaux et bordeaux supérieurs, ce dynamique coopérateur de Mauriac a constitué une équipe courageuse de jeunes propriétaires qui n'ont aucun problème de commercialisation, il en existe. D'habitude, ces propriétaires s'emploient avant tout à faire tourner leur exploitation et se gardent bien d'entrer dans l'action commune où ils n'ont pas grand-chose à gagner. Il a réussi à les convaincre.

Première décision de la nouvelle équipe, mettre leurs vins en compétition, sans aucun complexe, contre les vins du monde entier. Avec pertinence, ils ont choisi le plus vieux concours américain, la Los Angeles International Wine & Spirits Competition, qui en est, mine de rien, à sa 70^e édition annuelle. Les résultats ne seront rendus officiels qu'au cours d'une soirée de prestige le 20 juin, mais, d'entrée, Bordeaux frappe un grand coup en plaçant plusieurs vins dans les cinq premiers dans les deux catégories très courues des vins à moins de 15 € et de 15 à 30 €. Sur plusieurs milliers d'échantillons. Pas mal pour une appellation que l'on dit en perte de vitesse...

Image ringarde et chère

Deuxième décision, observer puis pénétrer le marché américain qui est aujourd'hui le premier marché de vin du monde, le plus compétitif aussi. Comme le souligne Paul Wagne, l'un des meilleurs spécialistes américains de marketing du vin «la réputation des bordeaux auprès des jeunes, qui forment la grande masse des consommateurs, est exécrationnelle. L'image est ringarde, victorienne, avec des vins trop chers destinés à des vieux. Il faut tout réinventer».

L'image vaut surtout pour les grands bordeaux, qui ont toujours leurs aficionados, mais d'une moyenne d'âge élevée, et qui s'en détournent face à l'aberrante politique de prix. D'ailleurs, la remontée des prix des primeurs après la publication des notes de Parker a laissé un goût amer. «Ce n'est plus du vin, mais une affaire de financiers», précisaient plusieurs acheteurs importants, visiblement remontés contre un premier cru classé de Pauillac.

Et les petits bordeaux ? «Les petits bordeaux n'ont pas une mauvaise image, ils n'ont pas d'image du tout» précise Wilfred Wong, un des grands acheteurs californiens «impressionné par la belle qualité des vins dégustés». Face à la déferlante de l'Argentine, de l'Australie ou de la Nouvelle-Zélande, les petits bordeaux sont quasiment absents du marché. Il faut aller dans les grandes villes de la côte Est, comme New York, pour trouver une présence effective dans les magasins ; Tout un programme.

«Mais quand ils sont présents, ils marchent bien», précise Rubin Kelley O'Connor de Sherry-Lehmann à New York, qui a monté une belle opération avec 28 petits bordeaux pour le 75e anniversaire de ce grand magasin de vin situé au cœur de Manhattan. Ce qui séduit, ce sont des tarifs très raisonnables et surtout l'excellent rapport qualité/prix. «Point n'est besoin de dépenser beaucoup d'argent pour boire du bon vin», souligne Nick Goldschmidt, un vinificateur globe-trotter, impressionné lui aussi.

Conduite par Hervé Grandeau, du château Lauduc, la délégation française comprenait aussi Laurent Mazeau, du château de Costis, et Antoine Touton du château Sainte-Barbe, tous trois excellents producteurs de bordeaux et solidement implantés sur le marché américain : «Nos vins sont compétitifs et ils se vendent sans problème. Un objectif de 15 millions de bouteilles, voire de 50 millions si nous sommes ambitieux, n'est pas irréalisable. Nous faisons 57 % des vins de Bordeaux. Mais il va falloir mobiliser nos troupes.»

Reste un formidable enjeu, dépolssiérer l'image ringarde et chère héritée des grands bordeaux, comme le précise Paul Wagner : «Il ne suffit pas d'avoir de bons vins. Une seule solution, il faut faire sortir les jeunes œnologues des chais et donner une image dynamique de l'appellation. Pour le consommateur, le vin est un voyage par procuration et Bordeaux est en compétition avec l'Italie, la Nouvelle-Zélande, l'Australie, des destinations qui font rêver les jeunes.» Tout un programme ! Qui vaut aussi pour la France.

Source « Le Figaro » - 11/06/09.

LES VITICULTEURS DU LANGUEDOC MISENT SUR LE BIO

Au pied des Corbières ou du pic Saint-Loup, de plus en plus de viticulteurs se tournent vers le bio. Avec 27% des surfaces françaises (6.410 hectares de vignobles biologiques répartis sur 410 exploitations selon l'Agence Bio), le Languedoc-Roussillon est de loin le premier vignoble biologique de France. Pour Georges Frêche, président de la région Languedoc-Roussillon, c'est même « un enjeu de développement pour le territoire régional ».

Le salon Millésime Bio organisé depuis 1993 par l'association interprofessionnelle des vins biologiques du Languedoc-Roussillon accueillera à Montpellier du 26 au 28 janvier 2009 plus de 300 exposants, dont un tiers venant de l'étranger. Le climat méditerranéen (hivers courts et doux, étés chauds et secs), est très favorable au bio. « Cela permet une excellente maturité des cépages, donnant des vins rouges chauds, colorés et puissants, aptes au vieillissement. Et de traiter moins qu'en zone humide », explique Axel de Woillemont, directeur général du CIVL (Conseil Interprofessionnel des Vins du Languedoc).

Règlement dissuasif

Se mettre au bio n'est malgré tout pas une mince affaire. La réglementation européenne du 24 juin 1991 impose de notifier son activité aux pouvoirs publics (en France, l'Agence Bio), de cultiver les vignes sans produits chimiques de synthèse (engrais, pesticides) et de mettre en oeuvre les règles de l'agriculture biologique pendant trois ans avant de pouvoir mentionner sur l'étiquette « vin issu de raisins de l'agriculture biologique » et d'être certifié par un organisme agréé.

Un nouveau règlement européen est attendu pour 2010. En France, depuis 2005, ces vins peuvent afficher le logo AB. La charte de la Fédération Nationale Interprofessionnelle des Vins de l'Agriculture Biologique, plus contraignante encore, prévoit l'utilisation minimale et raisonnée de produits oenologiques de préférence purs, une liste de techniques oenologiques, la traçabilité des opérations notamment dans le cas d'entreprise mixte (bio et non bio), l'absence d'utilisation de produits OGM ou issus d'OGM et des doses maximales de dioxyde de soufre minorées (100 à 360 mg/l contre 150 à 400 mg/l pour la réglementation générale). De plus en plus nombreux à s'engager dans la certification bio (+ 16% en un an), les viticulteurs du Languedoc-Roussillon intègrent cette initiative dans une démarche plus vaste. Ainsi le domaine Clavel (28 hectares), entré en processus bio il y a trois ans, sera certifié par Ecocert cette année. Pierre Clavel, son propriétaire, a choisi de diminuer la part de ses exportations et de racheter un vignoble plus proche de sa cave pour réduire coûts de transport et émissions de CO₂, de faire débroussailler son domaine par des brebis et d'enterrer à demi son chai d'élevage pour en réguler la température et l'hygrométrie. En 2006, il a fait installer 210 m² de panneaux photovoltaïques sur le toit de son chai par la société Clipsol, pour un investissement de 192.000 euros, financé à 40% par la région et dont le retour sur investissement devrait se faire en 8 ans. « L'intérêt économique n'est pas ma principale préoccupation, mais cela valorise notre image », affirme Pierre Clavel.

La location, une solution Le président de la cave d' Embres Castelmaure (Hautes Corbières), qui vend 1,4 million de bouteilles par an, ne sait pas chiffrer l'économie réalisée par le système original de refroidissement du bâtiment de stockage des barriques sur 2.500 m², qui permet de saturer l'air à 80% d'humidité et a coûté 1,3 millions d'euros. Mais pour financer la création d'un second bâtiment, il en louera le toit à des investisseurs pour 1.000 m² panneaux photovoltaïques. L'investissement de 500.000 euros sera à leur charge.

Anne-Isabelle Six, à Montpellier - La Tribune - 15/01/2009.

LA VITICULTURE FRANÇAISE DOIT S'ADAPTER POUR FAIRE FACE À LA CRISE

La simplification du système d'appellation serait l'une des méthodes préconisées par les importateurs étrangers pour faire face à la conjoncture.

Avec la crise économique, les consommateurs sont plus regardants sur les prix et la qualité, ce qui conduit la filière viticole française à s'adapter pour limiter la perte de marchés à l'export, soulignent les professionnels réunis à Bordeaux pour le salon Vinexpo.

"La crise sévit et tout le monde repense sa stratégie, d'exportation, de commercialisation et les vins français sont largement concurrencés sur les marchés mondiaux", affirme Bertrand Girard, directeur des marchés pour la société Sopexa, chargée de la promotion des exportations agricoles et agroalimentaires françaises.

Une étude du cabinet britannique IWSR pour Vinexpo prévoit une augmentation de plus de 6% du marché mondial de la consommation de vin sur cinq ans, pour atteindre 2,8 milliards de caisses en 2012. Mais c'est en termes de mode de consommation du vin que la crise engendre un réel bouleversement, notamment aux Etats-Unis, au Canada et au Royaume-Uni, particulièrement touchés par la crise. Même si, "en dépit du contexte économique, les gens continuent à acheter du vin, ils vont simplement consommer différemment", confirme Xavier Barlier, représentant de Maisons Marques et Domaines, la société de négoce des Champagne Louis Roederer aux Etats-Unis.

"Nous connaissons actuellement un arrêt total de la demande pour des bouteilles au-dessus de 50 dollars", remarque Martin Sinkoff, directeur marketing de Frederik Wildman and Sons, un gros importateur basé à New York.

"A l'inverse, le segment des bouteilles à 10-12 dollars est en plein boom et on progresse même en volumes par rapport à 2008", selon M. Barlier.

Sur le marché, cela se traduit par "une guerre des prix et une pression sur les marges", concède Philippe Laquèche, directeur général de la société de négoce Yvon Mau.

Pour limiter les pertes, beaucoup préconisent que les vins français simplifient leur système, notamment d'appellations, qualifié de "totalement inefficace" par Robert Joseph, un importateur britannique. "Ce qui explique le succès des vins de cépages australiens en Angleterre, c'est la simplicité de l'offre basée sur le cépage et des étiquettes faciles à comprendre", selon Matthew Dickinson, directeur commercial de Thierry's wine services, un des plus gros importateurs britanniques.

Les vins de Cahors, lors de Vinexpo, ont ainsi mis en avant leur cépage Malbec, rendu célèbre par leurs concurrents argentins. "Nous avons été les premiers en France à croire au mélange de l'appellation et du cépage afin de nous développer à l'export", affirme Jérémy Arnaud, responsable marketing pour l'interprofession des vins de Cahors.

Ce nouveau nom "Cahors-Malbec" s'est déjà traduit, selon lui, par une hausse de 5,2% des exportations en volumes depuis le début 2009. Pour un grand nombre d'acheteurs étrangers, la France doit aussi rattraper son retard dans le domaine des vins de marque. "Maintenant, nous savons faire du bon vin de marque mais les entreprises n'ont pas l'adossement financier suffisant pour récupérer les marchés pris par l'Australie, la Nouvelle-Zélande et même l'Espagne", déplore un expert du marché français.

Source « le point » - 06/07/09.

ROSÉ : BIENTÔT UNE APPELLATION «VIN TRADITIONNEL» ?

La Commission européenne veut ainsi clore la polémique née après l'autorisation de fabriquer du vin rosé en mélangeant du vin rouge et du vin blanc.

Le vin rosé, nouvelle exception culturelle française ? C'est en tout cas ce qui se profile après l'annonce par la Commission européenne d'un étiquetage spécifique «vin traditionnel » pour le rosé français. Une décision qui fait suite à la polémique née de l'autorisation de Bruxelles d'autoriser le mélange de vin rouge et de vin blanc pour créer du vin rosé. Une aberration pour les producteurs de vin rosé français. Mi-mars, le directeur du conseil interprofessionnel des vins de Provence, François Millo dénonçait ainsi que «le rosé de coupage a la couleur du rosé mais ce n'est en aucun cas du rosé.» Le ministre français de l' Agriculture, Michel Barnier, est également monté au créneau estimant que l'étiquetage «vin traditionnel» est «le moins que l'on puisse faire.» Et d'expliquer, lundi, en marge d'une réunion avec ses homologues européens : «Je souhaite qu'on dise la vérité aux consommateurs. Et la vérité est qu'un vrai vin traditionnel rosé n'est pas la même chose qu'un vin rosé issu d'un coupage, tels que ceux faits par nos concurrents hors d'Europe. Je n'accepterai pas qu'on décourage le travail de qualité.»

Selon les producteurs français, la production de rosé «authentique» est bien plus coûteuse que de mélanger du vin rouge et du vin blanc. Il est produit à partir de raisins rouges dont la pulpe et la peau sont macérées pendant une durée relativement courte. Les Français pourraient d'ailleurs rendre obligatoire l'inscription de la mention «rosé par coupage» sur les bouteilles issues de ce mélange, mais seulement pour les produits fabriqués en France. Autre concession accordée par Bruxelles aux producteurs français : la possibilité de «remplacer l'expression 'rosé traditionnel' par une autre mention valorisante.»

Faire face à la concurrence étrangère

De son côté, la commissaire européenne à l' Agriculture, Marianne Fischer Boel, a défendu le projet de coupage du vin rosé. «Je ne vois pas pourquoi nos producteurs européens ne bénéficieraient pas des mêmes possibilités que leurs concurrents étrangers», a-t-elle expliqué. De nombreux pays appliquent déjà cette méthode, à l'image de l'Australie, de l'Afrique du Sud et de l'Espagne. Pour la Commission européenne, le vin de coupage serait alors un moyen de libérer l'Europe de ses «entraves œnologiques» et d'ouvrir de nouveaux marchés à l'export, comme la Chine. Pour l'heure, l'autorisation du vin rosé de coupage n'est qu'une indication de principe prise par Bruxelles, elle doit encore faire l'objet d'un vote le 27 avril prochain.

Source « Le Figaro » - 24/03/09.

**LA DÉCISION DE LA COMMISSION AUTORISANT L'ÉLABORATION
DU VIN ROSÉ À PARTIR DE COUPAGE DE ROUGE ET DE BLANC
CONSTITUE UNE MENACE POUR LA FILIÈRE TRICOLEURE.**

Les viticulteurs français ont décidément bien du souci. Comme s'il ne suffisait pas qu'ils soient sans cesse accusés par les tenants d'une hygiène moralo-médicale, à Paris, de contribuer à la [disparition de la race humaine](#), les voilà trahis - une habitude - par Bruxelles. En jeu : la levée annoncée de l'interdiction de couper du vin rouge avec du blanc pour obtenir du rosé.

Une technique - prétendue "oenologique" - que seule l'Espagne utilise, en Europe, sous l'appellation "mescla", afin d'écouler ses surplus de vins blancs. La bibine est si infecte qu'elle est interdite d'exportation! La pratique est toutefois répandue dans les pays producteurs du Nouveau monde, telles l'Australie et l'Afrique du Sud, bien incapables de confectionner des rosés dans le respect de l'art, comme en Provence.

Au prix d'intenses efforts, notamment en terme d'investissement et de rigueur, la production française de rosé - qui, rappelons-le, occupe le premier rang mondial, avec 6 millions d'hectolitres (sur 20) - a réussi à réconcilier les amateurs avec ce vin de l'été, plein de finesse, de fruits, de fraîcheur. La part du rosé est ainsi passée de 8 à 22% de la consommation de vin en France au cours des quinze dernières années.

Une réussite majeure, que la nouvelle directive pourrait durablement altérer. En introduisant sur le marché des produits de coupage, synonymes de mauvaise qualité, mais aussi de prix bas, la Commission trouble le jeu de la concurrence qui doit s'exercer à armes égales. Pour s'assurer de son respect, Michel Barnier, encore ministre de l' Agriculture pour quelques semaines, se réveille un peu tard. On regrette que ses services n'aient pas plus promptement réagi au projet de la Commission. Pis, il semble qu'aucune protestation formelle n'ait été émise par la France lors d'un débat initial, fin janvier, conclu par un vote, certes indicatif, à l'unanimité des 27 Etats membres... C'est Hubert Falco, Secrétaire d' Etat à l' Aménagement du territoire, maire de Toulon et, surtout, ancien président (UMP) du conseil général du Var - d'où sont issus la plupart des meilleurs rosés - qui a tiré, le 6 mars, le signal d'alarme. Les conséquences économiques et sociales de la directive pourraient se révéler catastrophiques. "Si l'économie du rosé est touchée, ce sont plusieurs dizaines de milliers d'emplois qui seront menacés", avertit François Millo, directeur du Conseil interprofessionnel des vins de Provence.

Reste que dans un monde idéal, la qualité devrait s'imposer et les rosés français demeurer leader du marché. La technique de vinification - ou plutôt les techniques, puisqu'on en compte deux: pressurage direct ou saignée - renchérit bien sûr le prix, mais elle est la seule garante d'un style inimitable. De quoi continuer à voir la vie en rose ?

Source « L'express » - 13/03/09.

L'ÉTÉ EN ROSÉ

Par ces temps moroses, l'été aura tout de même été rosé. Dans l'Hexagone, la hausse continue de sa part dans la consommation totale -de 8 à 22 % en dix ans, quand les deux autres couleurs subissent une régulière érosion- l'atteste : les Français se sont entichés de ce vin aux jolis reflets, devenu synonyme de vacances. Fraîcheur, bouquet aromatique flatteur, couleurs attrayantes et, surtout, d'indéniables efforts sur la qualité du produit composent la recette de ce succès. Les vigneronns auront, eux, une raison supplémentaire de déboucher quelques flacons pour fêter le renoncement de la Commission européenne à lever dans l'Union l'interdiction de fabriquer du vin rosé en coupant du blanc avec du rouge. Est-ce une conséquence du vote des dernières européennes, dont les verts résultats peuvent inciter la Commission à mettre un peu d'eau dans son vin ?

«Couper n'est pas rosé»

Toujours est-il que la commissaire à l'Agriculture, Mariann Fischer Boel, n'a pas attendu le rapport des experts des Etats membres pour enterrer le projet, farouchement contesté en France, bien sûr, mais aussi en Espagne, en Italie et même en Suisse. Le slogan des viticulteurs de Provence -«Couper n'est pas rosé»- s'est donc imposé. Autre motif de satisfaction, dans cette vaste appellation régionale, la création du cru la Londe, après celui de la sainte-victoire, dont les premières bouteilles arrivent sur le marché. L'Inao a fait droit aux vigneronns varois des communes de La Londe-les-Maures, d'Hyères (y compris Porquerolles), de Bormes-les-Mimosas et d'une partie de La Crau en reconnaissant les spécificités de ces terroirs du massif des Maures. Notamment leur caractère schisteux, qui confère aux vins une belle minéralité. Marqué par des parfums de fruits blancs et d'agrumes, ce millésime 2008 promet de bons moments sous la tonnelle.

Palette de couleurs et saveurs

Dans son succès, le rosé a même converti le Bordelais, où de plus en plus de propriétés, parfois illustres, s'invitent sur ce marché. Les châteaux Pavie, Rollan de By, Clarke (groupe LCF Rothschild) et Citran n'hésitent pas à accoler la pâle couleur à leur écarlate renommée. Heureuse surprise : le côté «bonbon anglais» cède désormais souvent la place à des vins qui rappellent plus les flots de la Méditerranée que les vagues de l'Atlantique.

Une surprise agréable.

Bien entendu, le Languedoc-Roussillon joue des coudes pour imposer ses rosés. Là aussi, de sérieux efforts sur la sucrosité (en moins) et la fraîcheur (en plus) ont été menés. De nombreuses réussites en témoignent. Bref, le rosé offre aujourd'hui une étonnante palette de couleurs et de saveurs. Alors, pour cet été, à chaque jour sa bouteille. On a connu pire comme devoirs de vacances !

Source « L'express » - 27/08/09.

BOUCHON DE LIÈGE : IRREMPLAÇABLE OU DÉPASSÉ ?

L'enquête réalisée par TNS-Sofres à la demande de la Fédération française des syndicats du liège (FFSL) confirme que les Français continuent de considérer le bouchon de liège comme un gage de qualité du vin.

L'enquête révèle cependant un léger fléchissement de l'importance accordée au bouchon dans le choix des bouteilles de vin. Une nuance symptomatique de l'évolution du marché du vin et des modes de consommation... Toutefois l'image du liège reste une référence. Le bouchon de liège est toujours étroitement lié au quotidien de la consommation de vin en France : ainsi, 90 % des bouteilles achetées par les Français sont bouchées avec du liège. Un pourcentage en très légère régression (- 3 points) comparativement avec la dernière mesure effectuée par TNS Sofres en mars 2002. Cette baisse, très marginale, s'explique peut-être par la combinaison de différents facteurs : diminution de la consommation de vin sur le marché français (en quantité), arrivée d'autres modes de bouchage. Si le bouchon de liège reste sans conteste le type de fermeture favori des Français lorsqu'ils achètent une bouteille de vin (79 % de citations), cette préférence est aujourd'hui affirmée avec moins de force qu'il y a deux ans (- 8 points). Les autres types de fermeture, absents des citations des Français en 2002 font désormais une timide apparition dans la liste (avec 1 % pour les capsules à vis et 1 % pour les bouchons en plastique).

Un gage de qualité

La proportion des Français qui jugent indispensable ou préférable que les bouteilles de vin qu'ils choisissent soient bouchées avec du liège chute de 8 points, de 85 % à 77 %. Une hégémonie du liège encore bien réelle, mais un résultat en baisse qui mérite d'être souligné. Le marché du vin a évolué et la place du liège aussi : les autres systèmes de bouchages communiquent de manière offensive, les consommateurs français boivent moins... Comme dans les vagues précédentes, les jeunes (18-24 ans) sont les moins sensibles au type de bouchons des bouteilles de vin qu'ils achètent. En effet, 51 % des jeunes préfèrent acheter une bouteille bouchée avec du liège, pour 79 % de l'ensemble des consommateurs ; et 18 % seulement jugent ce type de fermeture indispensable, pour 29 % de l'ensemble. Le bouchon de liège reste pour une large majorité des interviewés, un gage de qualité du vin (88 %), et le meilleur moyen de protéger l'intégrité du vin (84 %). De surcroît, trois Français sur quatre partagent l'opinion selon laquelle on ne peut servir que du vin bouché avec du liège à des invités (75 %). Des résultats très positifs, certes, mais légèrement en retrait par rapport à la précédente enquête (entre - 2 et - 8 points). Un jugement des Français un peu plus nuancé qu'en 2002, donc.

En conclusion, le liège jouit toujours d'une image très majoritairement positive dans l'opinion. Sa naturalité est largement en tête des avantages perçus (63 %, + 11 points). A noter : l'association entre la qualité du vin et le bouchon de liège semble n'être plus une évidence absolue mais la résultante d'un choix conscient à l'achat. Si les consommateurs semblent moins déterminés à choisir de manière systématique une bouteille bouchée avec du liège, on retiendra cependant que le liège reste de loin le mode de bouchage préféré des Français. A souligner enfin, le défaut dit de "goût de bouchon" est en baisse de 10 points (41 % en 2004 contre 51 % en 2002)...

Syndicat des Vignerons Indépendants d'Alsace (SYNVIRA) - Etude réalisée en 2005.

LE VIN ROSÉ NE POURRA ÊTRE FABRIQUÉ PAR COUPAGE

La Commission européenne renonce à faire adopter par l'UE l'autorisation de fabriquer du rosé en coupant du rouge avec du blanc, pratique très contestée en France.

Le vin rosé ne sera pas fabriqué en coupant du rouge avec du blanc, pratique très contestée en France et en Italie, la Commission européenne annonçant lundi 8 juin qu'elle renonce à faire adopter cette autorisation par l'Union européenne (UE).

"Il n'y aura pas de changement dans les règles de production du vin rosé", a indiqué Bruxelles dans un communiqué, en affirmant avoir écouté les préoccupations des producteurs de vin ces dernières semaines contre les nouveaux règlements. "Il est important d'écouter nos producteurs quand ils s'inquiètent de changements dans les régulations. Il était clair ces dernières semaines qu'une majorité de notre secteur viticole pensait que mettre un terme à l'interdiction du coupage allait saper l'image du rosé traditionnel", a déclaré la commissaire à l'Agriculture Mariann Fischer Boel dans le communiqué. Les experts des Etats membres qui devaient se prononcer le 19 juin sur les nouvelles règles "vont maintenir le statu quo sur le vin rosé", a insisté la Commission.

"Un modèle alimentaire"

Le ministre de l'Agriculture, Michel Barnier, a immédiatement fait part de sa satisfaction et s'est félicité de cette décision. La France "avait engagé depuis plusieurs mois un dialogue" avec Mariann Fischer Boel, et les professionnels de la filière, pour "convaincre la Commission de maintenir l'interdiction de coupage et préserver notre modèle alimentaire", a déclaré Michel Barnier à l'AFP.

Le rosé, seul vin en augmentation de consommation

Les producteurs de vin français ont eux aussi exprimé leur joie. C'est "une grande satisfaction" que Mariann Fischer Boel ait décidé de "conserver le savoir faire des vigneronnais plutôt que le côté mercantile", a déclaré à l'AFP le président de l'Association générale de la production viticole, Xavier de Volontat. Le choix d'autoriser le coupage du rouge avec du blanc pour faire du rosé, "aurait entraîné une déstructuration économique et sociale", a ajouté Xavier de Volontat. Le rosé représente 11 à 12% de la production française, a-t-il rappelé, soulignant la "place très importante" de cette production dans certaines régions comme la Provence. "C'est la seule couleur qui est en augmentation de consommation", a ajouté Xavier de Volontat. Les professionnels français de la filière seront reçus lundi au ministère, a précisé le ministère dans un communiqué.

L'Europe des Italiens

"La tradition l'a emporté", s'est félicité le ministre italien de l'Agriculture Luca Zaia. "La tradition l'a emporté (...) C'est celle-là l'Europe que nous voulons, celle qui est fondée sur le respect de l'identité, de la qualité, de la sécurité alimentaire et de la tradition", a déclaré le ministre dans un communiqué.

"L'abandon d'une réforme qui aurait signifié la mort d'un produit qui dispose d'une grande histoire et d'une grande qualité a été obtenu surtout grâce à l'intervention de l'Italie et de la France, deux pays unis par une passion commune pour le vin et la culture qui y est liée", a poursuivi Luca Zaia. "Nous continuerons à travailler avec engagement et conviction (...) pour construire une Europe réelle, qui ne laisse pas la place à des pastiches de la sorte et qui fasse de la valorisation et de la sauvegarde du patrimoine agroalimentaire les fondements de sa politique agricole", a encore dit le ministre italien.

Nouvelobs.com avec AFP – 8 mars 2009.

LE VIN FRANÇAIS SOUFFRE À SON TOUR DE LA CRISE ET REDOUTE 2009

Alors que les exportations de vins ont souffert en novembre des effets de la crise financière, la filière viticole française, au terme d'une année 2008 marquée par une production historiquement faible, redoute le pire au premier semestre 2009 sur le front commercial.

"En octobre et novembre, on a enregistré pratiquement un arrêt des affaires", affirme Renaud Gaillard, délégué général adjoint de la Fédération des exportateurs de vins et spiritueux de France .

Comme tous les acteurs de l'économie, le secteur viticole, touché depuis la fin de l'été, voit ses exportations chuter alors que près de 40% de la production française est vendue à l'étranger. Un ralentissement inquiétant alors que l'export compensait jusqu'ici la baisse de la consommation nationale. "L'absence de visibilité de nos clients à court et moyen termes fait qu'ils ont arrêté toute commande en novembre en attendant de voir quel était le rythme de consommation de leurs produits. Cela touche l'ensemble des produits", souligne M. Gaillard.

En valeur, les exportations françaises de vins et spiritueux devraient rester stables en 2008, après une année 2007 record, grâce à un premier semestre porté par la commercialisation des grands crus de Bordeaux millésime 2005, aux prix très élevés. Elles seront en revanche en fort recul en volumes concernant le vin.

"Depuis septembre ou octobre, on constate une forte volonté de déstockage de la part de nos clients", confirme Georges Haushalter, président de l'Union des maisons de Bordeaux, le syndicat des négociants bordelais (sud-ouest).

Le ralentissement des commandes touche d'abord les "grands crus, qui sont des vins plus destinés à être stockés" mais n'épargne pas "le vin de consommation plus courante", relève-t-il.

En Bourgogne (centre-est), "toutes les gammes de prix sont touchées par cette baisse, notamment au Royaume-Uni où le vin de Bourgogne est très implanté", rapporte Michel Baldassini, président délégué du Bureau interprofessionnel des vins de Bourgogne (BIVB). "Le marché national reste stable", précise-t-il.

"On a bien senti que la clientèle faisait des économies, le vin est un produit superflu mais je pense que personne n'aura l'idée de fêter la fin de l'année sans une bouteille de vin sur sa table", se rassure Thierry Saint-Cyr, viticulteur à Anse (Rhône, centre-est) et secrétaire général du Comité permanent du Beaujolais.

Les fêtes ne bouleverseront toutefois pas le bilan 2008, les fournisseurs ayant passé leurs commandes depuis plusieurs mois, selon les professionnels interrogés par l'AFP. Ils redoutent surtout 2009 dont les premiers mois s'annoncent, selon eux, comme les plus difficiles en raison de l'attentisme général. "Celui qui n'a pas de vrai marché avec des canaux de distribution, il va souffrir", prédit Jean-Luc Thunevin, propriétaire et négociant à Saint-Emilion (Gironde, sud-ouest), tablant sur une "désaffection" de l'édition 2009 de la campagne annuelle de vente en primeur des grands crus bordelais au printemps.

"Même si la qualité du millésime 2008 est bonne, la vente de ce produit sera difficile, voire impossible", estime-t-il, évoquant "le manque d'argent, les spéculateurs qui vont s'écarter un peu du vin car il ne sera pas porteur, le marché qui va continuer à finir les stocks..." "Pour 2009, nous sommes en pleine interrogation", résume le Bourguignon Michel Baldassini alors que la Fédération des exportateurs annonce un "premier semestre très difficile".

AFP 2009.