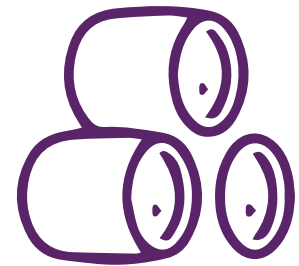


# Vin et Cidre

**LES  
ÉTUDES**



**Prospective vignes et vins  
2040 - 2045**

Rapport



<b>Avant-propos</b>	<b>3</b>
---------------------	----------

## **Première partie : Actualisation d'une prospective**

<b>Questions méthodologiques</b>	<b>5</b>
› Évaluer l'obsolescence des hypothèses de la prospective de 2003	5
› Combler les lacunes	5
› Mobiliser les hypothèses des bouturages - greffages	5
› Actualiser la représentation du système	5
<b>Réponses apportées à ces questions méthodologiques</b>	<b>5</b>
› La méthode SYSPAHMM	5
› Évaluer l'obsolescence des hypothèses	9
› Combler les lacunes	10
› Mobiliser les hypothèses des « bouturages – greffages »	12
› Actualiser la représentation du système	15

## **Deuxième partie : de 348 hypothèses à 4 scénarios**

<b>La mise en œuvre de la méthode SYSPAHMM</b>	<b>21</b>
› Horizon temporel de la prospective	21
› Sélection des hypothèses	21
› Les 102 hypothèses sélectionnées	24
› Remplissage de la matrice d'influence dépendance	34
› Les agrégats	35
<b>Les 32 micro-scénarios</b>	<b>36</b>
› Agrégat 1 : Consommation de vin, santé et pouvoir d'achat	41
› Agrégat 2 : Consommateurs et gouvernance viticole mondiale	45
› Agrégat 3 : Le rôle de l'aval, la logistique, le e-commerce	51
› Agrégat 4 : Intervention européenne, régulation des marchés et de l'offre et les revenus des viticulteurs.	58
› Agrégat 5 : Adaptation au changement climatique et innovation	64
› Agrégat 6 : Engagement environnemental et gouvernance	69
› Agrégat 7 : Réponses aux attentes sociétales	76
› Agrégat 8 : Nature et acceptabilité des solutions apportées par la recherche	83
<b>Des micro-scénarios aux méta-scénarios</b>	<b>90</b>
› Méta-agrégat n°1 : Distribution et consommation	92
› Méta-agrégat n°2 : Climat et gouvernance mondiale	98

› Méta-agrégat n°3 : Recherche et innovation	107
› Méta-agrégat n°4 : Politiques publiques et attentes sociétales	117
<b>Des méta-scénarios aux quatre scénarios pour la filière vigne et vin en 2040</b>	<b>122</b>
› L'enchaînement des méta-scénarios	122
› Les thèmes abordés dans les scénarios	122
<b>Les quatre scénarios</b>	<b>123</b>
› Scénario A : Filière nomade pilotée par l'aval	123
› Scénario B : Production innovante et vertueuse pour des vins d'exportation	126
› Scénario C : Filière performante et vin plaisir	128
› Scénario D : Marché national privilégié autour de filières régionales coordonnées	130
<b>Enjeux, conséquences, attitudes stratégiques</b>	<b>133</b>
<b>Conclusion</b>	<b>133</b>
<b>Bibliographie</b>	<b>134</b>
<b>Annexe 1 Participants</b>	<b>136</b>
› Groupe d'experts Phase 1	136
› Cellule d'animation Phase 2	136
› Noyau permanent	136
<b>Annexe 2 104 hypothèses de la prospective Vignes et Vins INRA 2003</b>	<b>137</b>
<b>Annexe 3 Fiches hypothèse</b>	<b>143</b>
› Thème : Acteurs distribution (y c. internet) (ACD) – 7 hypothèses	143
› Thème : Acteurs environnement (agrochimie, fournisseurs, distillateurs, banques, bois & plants) (ACE) - 5 hypothèses	152
› Thème : Acteurs metteurs en marché (y c. coop) (ACM) – 9 hypothèses	158
› Thème : Acteurs production (ACP) – 5 hypothèses	168
› Thème : Alcool, drogue, santé (ADS) – 5 hypothèses	174
› Thème : Changement climatique (CC) – 6 hypothèses	180
› Thème : Contraintes ou opportunité sur conditions de production (CCP) – 7 hypothèses	187
› Thème : Concurrence, échanges internationaux (CEI) - 6 hypothèses	195
› Thème : Consommation, consommation observée et attentes des consommateurs (CON) – 11 hypothèses	202
› Thème : Contexte politique & économique général (CEG) – 2 hypothèses	214
› Thème : Gouvernance mondiale sectorielle (GMS) - 3 hypothèses	217

› Thème : Information entre acteurs de la filière (conseil, formation,...) (IAF) – 4 hypothèses	221
› Thème : Interface filière consommateur (étiquetage, prescription) (IFC) – 5 hypothèses	226
› Thème : Indication géographique, appellation (IGA) - 4 hypothèses	232
› Thème : Nouvelles technologies de l’information & de la communication (NTIC) – 3 hypothèses	237
› Thème : Produits phytopharmaceutiques (PPP) – 4 hypothèses	241
› Thème : Régulation du fonctionnement du marché, de la filière (RFM) – 6 hypothèses	246
› Thème : Recherche, innovation (RIN) – 7 hypothèses	253
› Thème : Territoires, urbanisation (TUR) - 3 hypothèses	261

## Avant-propos

Depuis sa création, FranceAgriMer a dédié une petite équipe à la prospective dont le métier est de faciliter la réflexion collective autour des futurs possibles de filières agricoles. Le plus souvent, ces exercices de prospective se font en réponse à la demande d'une filière, parfois à la demande du Conseil Spécialisé concerné. Plus rarement, et c'est le cas ici, il s'agit d'une auto saisine conjointe de l'Établissement (et dans le cas présent, également de l'Institut Agro qui aujourd'hui regroupe les écoles de Montpellier, Rennes, Angers et Dijon et avec qui la mission prospective de FranceAgriMer collabore régulièrement). Pour quelle raison ?

Un recul historique va permettre d'éclairer cette question. Il y a plus de 20 ans, la filière française « vignes et vins » s'était retrouvée confrontée à une nouvelle concurrence, celle des pays du Nouveau Monde viticole qui prenaient, régulièrement et sur la base d'une offre articulée autour de la marque et du cépage, des parts de marché aux pays traditionnellement viticoles du Vieux Continent, au premier rang desquels, la France. Parallèlement, la France perdait de son influence et son leadership sur les formations viti-vinicoles à l'international devenait menacé. Réunies à l'initiative de Paul Raynaud, à l'époque Directeur de l'Agro de Montpellier (ENSAM), les familles professionnelles de la viticulture et les pouvoirs publics concernés avaient *in fine* demandé à l'INRA de se saisir du problème. L'INRA avait alors formulé en réponse un exercice de prospective. Sur la base de cet exercice et grâce aux efforts des équipes de l'Établissement et de l'École, l'appropriation et l'utilisation des résultats de ce travail complexe a été facilité ; ainsi en 20 ans, différentes familles professionnelles représentant un métier, un segment, une région viticole voire une entreprise ont commandé au total, une douzaine d'exercices de déclinaison de cette prospective originelle qui ont été menés pour éclairer les futurs possibles et aider ces familles professionnelles à orienter leurs stratégies.

Aujourd'hui, alors que les tendances antérieures comme la baisse de la consommation nationale et la pression de la concurrence sur les marchés mondiaux ne faiblissent pas, la filière française fait face à de nouveaux défis qui n'avaient été que peu, voire pas du tout, pris en compte par l'exercice initial : notamment les effets potentiels du changement climatique, la multiplication des attentes sociétales dans une logique combinant la santé humaine et le respect de la nature, ou encore l'influence des nouvelles technologies de l'information et de la communication et ce, sur tous les acteurs de la filière mais aussi ceux de son environnement.

La qualité et la continuité de la relation entre l'Institut Agro et FranceAgriMer, mais aussi l'importance de ces nouveaux défis, ont donc conduit à produire conjointement cette nouvelle génération de futurs possibles de la filière française « vignes et vins ». Le présent rapport, dont je vous invite à prendre connaissance, relate en toute transparence les étapes d'élaboration puis les scénarios ainsi produits qui pourront nourrir les réflexions des responsables de la filière vignes et vins et de son environnement.

Pierre CLAQUIN  
Directeur Marchés Études et Prospective  
FranceAgriMer

# Première partie : Actualisation d'une prospective

## Questions méthodologiques

En 2003, l'INRA a publié « *Prospective vignes et vins - Scénarios et défis pour la recherche et les acteurs* » sous la direction de Michel Sebillotte. La méthode utilisée, qui sera explicitée ultérieurement dans le cours de cette réunion, est la méthode SYSPAHMM pour SYStème Processus Hypothèses Agrégats Micro et Macro scénarios.

Cette prospective a donné lieu en 15 ans à 12 déclinaisons pour des commanditaires et à des échelles diverses dans la filière vigne-vin (CCVF, BIVB, France VinBio, Vignerons de Buzet, DRAAF LR, BASF, ANIVIN...), moyennant des adaptations spécifiques aux préoccupations de ces divers commanditaires en recourant à la méthode du « bouturage-greffage » formalisée par Patrick Aigrain et Hervé Hannin (et qui sera également explicitée ci-après).

Vingt ans après ce premier exercice sur la filière vigne & vin à l'échelle nationale, FranceAgriMer et Montpellier SupAgro (devenu l'Institut Agro Montpellier le 1<sup>er</sup> janvier 2022) ont souhaité engager de nouvelles réflexions prospectives en revisitant la somme d'hypothèses accumulées pour élaborer des scénarios globaux pour la filière vigne et vin (scénarios globaux qui n'avaient pas été construits dans le cadre de l'étude publiée en 2003 par l'INRA).

Avant de pouvoir élaborer des scénarios pour la filière vignes et vins à l'horizon 2040 – 2045, il faut pouvoir répondre à quelques questions méthodologiques :

### › Évaluer l'obsolescence des hypothèses de la prospective de 2003

Les 104 hypothèses de la prospective INRA initiale sont-elles encore des hypothèses en 2020 ? Comment juger de leur obsolescence ?

### › Comblent les lacunes

Quelles sont les lacunes de cette liste initiale ? Faut-il la compléter sur certains sujets, comme le changement climatique ou la digitalisation, dont l'importance est apparue ultérieurement ?

### › Mobiliser les hypothèses des bouturages - greffages

Peut-on légitimement utiliser le stock d'hypothèses constitué des hypothèses spécifiques générées pour les douze déclinaisons ?

### › Actualiser la représentation du système

La représentation de système qui a permis la validation du choix des 104 hypothèses peut-elle être actualisée et dans quels domaines ?

Cette réflexion méthodologique a donc débuté par le travail **d'un premier groupe d'experts ayant déjà pratiqué la prospective**, qui ont discuté de ces questions et constitué une liste d'hypothèses (348 au total) issues de la prospective initiale, des douze déclinaisons, et de propositions inspirées de divers travaux de prospective publiés ces dernières années.

## Réponses apportées à ces questions méthodologiques

### › La méthode SYSPAHMM

Pour bien comprendre de quel matériau nous disposons il est nécessaire de faire une rapide présentation de la méthode SYSPAHMM.

La méthode SYSPAHMM (SYStème-Processus-Agrégat d'Hypothèses-Microscénarios-Macroscénarios) a été développée dès le début des années 1990 à l'INRA en France par Michel SEBILLOTTE puis améliorée et formalisée par Michel et Clementina SEBILLOTTE dans les années 2000. À grands traits, elle se distingue des autres procédés au sens où elle insiste sur :

- la nécessité de confier à l'ensemble des experts eux-mêmes, accompagnés par un noyau d'animateurs, qui ensemble constituent la cellule d'animation de l'exercice prospectif, l'identification des « pièces de base » des scénarios
- sur la base d'une mobilisation de leurs savoirs fondamentaux dans une appropriation réciproque et collective, ...
- ... « pièces de base » localisées sur un fond de carte dénommé « représentation commune du système »
- formaliser des hypothèses dont l'occurrence en positif ou en négatif n'est jamais présumée a priori.

La méthode SYSPAHMM impose la construction d'une représentation commune d'hypothèses au potentiel destructeur ou constructeur de tendances pour l'avenir.

L'organisation du travail s'appuie sur deux structures :

- **La cellule d'animation** : un ensemble d'une vingtaine de personnes, spécialistes du sujet de l'exercice ou particulièrement intéressés par l'exercice prospectif, s'engageant à une participation *intuitu personae*, à 15 séances de travail sur environ 18 mois (1 séance toute les 6 semaines en moyenne), ponctuellement accompagnées de travaux limités entre ces séances. Ce sont ces personnes qui mettent en œuvre, pas à pas, la démarche proposée, avec l'assistance du « noyau permanent », et le recours, si jugé nécessaire, ponctuellement à des experts additionnels.

- **Le noyau permanent** : un petit groupe de personnes assurant l'animation de la démarche, la très grande majorité du travail entre les réunions régulières de la cellule d'animation, ainsi que le secrétariat.

Ce temps d'appropriation des concepts et savoirs des autres spécialistes, et de construction d'une représentation commune sont parfois dénoncés comme des facteurs de coûts élevés. Or, il permet une élaboration par l'ensemble des experts de la cellule d'animation de l'ensemble du corpus d'hypothèses. Les pièces de base des futurs scénarios sont autant d'os des futurs squelettes, d'atomes des futures molécules ou de pierres qui balisent les chemins que sont les scénarios... Elles sont appelées « hypothèses ».

Qu'est-ce qu'une hypothèse ? Une hypothèse est une phrase courte dont on sait exprimer l'inverse (rédaction sous la forme de son affirmation d'une part, et son versus d'autre part) et dont le sujet paraît suffisamment important pour l'avenir (échéance de 15 / 25 ans) de sorte qu'elle est susceptible d'influencer la trajectoire du système considéré.

Elles sont représentées, à l'image de pièces de monnaie, invariablement par un libellé recto accompagné d'un libellé verso. Utiliser une hypothèse, après en avoir écrit le recto et le verso, revient à considérer le potentiel de ces deux possibilités et évite de postuler a priori l'occurrence du recto ou du verso.

Formuler une hypothèse permet de ne pas se prononcer sur sa réalisation à l'avenir (abandon de l'aspect probabiliste) tout en considérant que son objet peut influencer sur l'avenir du système et donc contribuer à définir un futur possible. S'obliger à écrire le recto et le verso d'une hypothèse induit son caractère élémentaire. En effet, il n'est déjà parfois pas si évident





de savoir quel est le verso d'une phrase simple (exemple : le verso de « *La consommation diminue* » est-ce « *La consommation stagne* » ou « *La consommation croît* » ?).

Les hypothèses sont parfois inspirées par des faits actuellement minoritaires, des « signaux faibles » mais dont on imagine un développement aux conséquences importantes.

À noter que certaines hypothèses sont présentées comme fixées sur un seul côté (recto ou verso) au sens où, à dire d'experts, leur variabilité n'est pas envisagée avant le terme de l'étude. Par exemple les différentes prévisions démographiques à 20 ans sont très proches les unes des autres et peuvent être considérées comme un invariant. Par contre, à 50 ans, différentes théories s'affrontent et les estimations sur la population mondiale s'éloignent les unes des autres.

### Les influences et les dépendances mutuelles des hypothèses

La créativité du groupe et la richesse des thèmes explorés conduisent à l'écriture d'un trop grand nombre d'hypothèses parmi lesquelles un tri raisonné doit être effectué en prenant soin de conserver à la fois des tendances lourdes et des signaux faibles.

**Le traitement des relations entre hypothèses pour faire émerger des microscénarios**

Influe sur	H1	H2	H3	H4	H5	H6	H7	H8
H1		0	0	0	0	0	0	0
H2	0		+/-	0	0	0	+	0
H3	0	0		0	0	0	0	0
H4	0	-	0		0	0	0	0
H5	0	0	0	0		0	0	0
H6	0	0	+	0	+		0	0
H7	0	+	0	0	0	0		0
H8	-	0	0	0	0	0	-	

La réalisation de l'hypothèse H3 influe, mais on ne peut préciser dans quel sens privilégié, sur l'occurrence de l'hypothèse H2

La réalisation de l'hypothèse H1 influe négativement sur l'occurrence de l'hypothèse H8

La réalisation de l'hypothèse H5 influe positivement sur l'occurrence de l'hypothèse H6

Une première analyse de la matrice consiste à repérer la position des hypothèses selon leurs degrés d'influence et de dépendance mutuels. Le niveau d'influence d'une hypothèse « Hi » se définit comme le nombre de fois où l'hypothèse « Hi » exerce une influence directe sur d'autres hypothèses, tandis que le niveau de dépendance de l'hypothèse « Hi » se définit comme le nombre de fois où elle est sous l'influence d'autres hypothèses.

Le degré d'influence / dépendance de ces hypothèses a été analysé par un logiciel d'analyse de contenu (Logiciel HClusterizer) qui en déduit, pour l'ensemble des hypothèses, une représentation sous la forme d'agrégats dans lesquels les hypothèses incluses sont davantage liées entre elles qu'avec celles des autres agrégats... Ces agrégats esquissent alors les squelettes des futurs scénarios. Une hypothèse de départ appelée hypothèse motrice, généralement la plus influente sur les autres hypothèses de l'agrégat, est choisie par la cellule d'animation. Ensuite, on s'oblige à commencer une première histoire en la faisant débiter par le recto de cette hypothèse mais aussi une seconde qui commence par le verso de cette

même hypothèse. Si on ajoute à cela que certains agrégats appellent 2 voire 3 hypothèses motrices, on en déduit qu'un agrégat puisse générer 4 ou 8 scénarios. Ces scénarios sont alors en réalité des micro-scénarios puisque relevant d'agrégats distincts, c'est-à-dire ne comportant pas d'hypothèses communes.

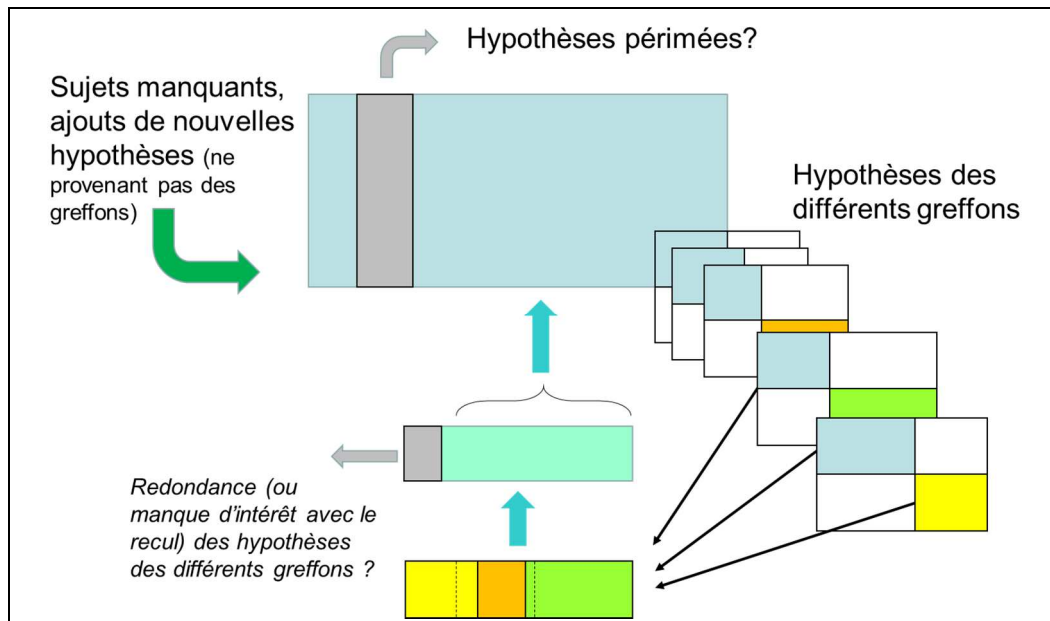
Après avoir étudié les relations entre les hypothèses et les avoir représentées graphiquement, le noyau permanent élabore les micro-scénarios. La construction de scénarios met en évidence, plus que toutes prévisions, une intelligibilité du système et de ses principales clefs de voûte. Les micro-scénarios sont aussi un moyen privilégié d'établir des ponts entre disciplines et de réduire les effets pernicioeux de leur hyperspécialisation. Pour le commanditaire « *l'intérêt de la démarche est que, 'banal' ou 'excessif', un microscénario met en cause, directement ou indirectement, le fonctionnement de l'organisation et oblige donc à se reposer des questions ou à vérifier que ses conséquences sont bien prises en compte soit dans les stratégies, soit dans le fonctionnement du système. C'est donc bien une aide à l'organisation du changement* » (Sebillotte et Sebillotte, 2002).

En résumé, les étapes principales d'une prospective réalisée au moyen de la méthode SYSPAHMM sont :

- **La définition du système** qui permet la construction commune de sa description : le plan-produit, mais aussi d'autres plans comme l'énergie (l'argent), l'information, la réglementation sur lesquels interagissent les acteurs, eux même représentés dans un plan-acteurs.
- **La rédaction d'hypothèses** : de la description des interactions des acteurs avec le système et de leurs évolutions potentielles résultent des processus qui, s'ils sont jugés déterminants pour le devenir de la filière par les experts de la cellule d'animation, deviennent des hypothèses. Les hypothèses sont formulées avec leur verso.
- Pour chaque hypothèse, la cellule d'animation détermine son influence sur la réalisation de toutes les autres grâce à une **matrice d'influence/dépendance**.
- Un calcul, effectué par traitement informatique, permet alors de **regrouper les hypothèses les plus liées entre elles**. Le produit de l'écriture d'une histoire mettant en œuvre ces liens est un **micro-scénario**.
- L'**articulation raisonnée des micro-scénarios** permet la production de **macro-scénarios**, qui sont le produit final de l'exercice.

La « *Prospective vignes et vins - Scénarios et défis pour la recherche et les acteurs* » publiée en 2003 par l'INRA aboutissait ainsi à 33 micro-scénarios rédigés en combinant 104 hypothèses.

Le schéma ci-après donne un aperçu de la démarche susceptible d'être entreprise pour la réalisation de la nouvelle étude prospective filière Vignes & Vins horizon 2040 à partir des hypothèses de l'étude INRA 2003 et de celles issues des différents exercices de bouturage-greffage réalisés depuis lors.



Sur le schéma ci-dessus, la matrice initiale et les boutures (sélection d'hypothèses) de la prospective Vignes & Vins INRA 2003 sont figurées en bleu. Les greffons sont les aplats colorés.

### › Évaluer l'obsolescence des hypothèses

Les 104 hypothèses de la prospective INRA 2000 sont-elles encore des hypothèses en 2020? Comment les évaluer ? Et comment juger de l'obsolescence ou des lacunes de cette liste initiale ?

Qu'est-ce qu'une hypothèse obsolète ?

- une hypothèse qu'on ne considère plus comme importante ? => dès lors l'obsolescence s'assimile à une perte de pertinence ;
- les hypothèses « tranchées », celles qui ne sont plus des hypothèses, sachant néanmoins que certains sujets actuellement tranchés peuvent redevenir l'objet d'hypothèses dans le futur (notamment en matière juridique).

L'horizon de temps a été initialement fixé à 20 – 25 ans (soit moins d'une génération de vignoble<sup>1</sup>), pour que certains aspects (réglementaires, techniques,...) puissent changer et ne soient pas bloquants. Un horizon plus lointain conduirait à sortir des zones de prévisibilité liées à la démographie et au climat.

Faire émettre les hypothèses par les professionnels des filières conduit généralement à privilégier les hypothèses tendanciellelles relativement aux hypothèses de rupture, ce qui peut se traduire par un rétrécissement de l'horizon de temps. Et potentiellement par une obsolescence plus rapide.

Par exemple, les 5 hypothèses figurant dans le tableau ci-après sont considérées comme « obsolètes » parmi les 104 hypothèses de la prospective initiale, soit qu'elles aient été tranchées (on sait maintenant si c'est le recto ou le verso qui se réalise), soit que le sujet qu'elles traitent ne soit plus un enjeu pour le futur.

<sup>1</sup> Il convient de noter que la vitesse de renouvellement du vignoble est désormais de l'ordre de 15 ans en Afrique du Sud (comme en arboriculture) et non plus de 25 à 40 ans.

ACD 5	Des échanges de données informatisées (EDI, Internet) se généralisent entre opérateurs de la filière (B2B) ⇒ <b>recto réalisé</b> <b>Versus :</b> <i>Internet ne modifie pas significativement les circuits de distribution et d'échanges d'informations en business to business (B2B)</i>
ACP5	En Europe, l'occupation de l'espace par la viticulture devient un élément explicite de l'aménagement et de la gestion de certains territoires ⇒ <b>recto réalisé en France</b> <b>Versus :</b> <i>En Europe, l'occupation de l'espace par la viticulture, bien que souvent avancée comme un enjeu social, humain, politique, n'est pas réellement un élément explicite de l'aménagement ou de la gestion de ces territoires</i>
CEI 2	Les pays du nouveau monde viticole reproduisent artificiellement les conditions de production des vins de terroir notoires européens en optimisant les relations rendement/qualité <b>Versus :</b> <i>Les pays du nouveau monde viticole présentent des produits à forte différenciation notamment issus de terroirs spécifiques</i> ⇒ <b>verso réalisé</b>
CEI 6	Les concurrences entre régions françaises – développant chacune une gamme de plus en plus complète - tendent à se substituer aux concurrences traditionnelles entre types de vins ⇒ <b>recto réalisé entre bassins</b> <b>Versus :</b> <i>En France, les concurrences sont d'abord entre types de vins puis entre régions</i>
CEI 10	Les pays neufs ouvrent des marchés nouveaux qui profitent également à la France <b>Versus :</b> <i>Les pays neufs ouvrent des marchés nouveaux qui échappent à la France</i> ⇒ <b>il n'y a plus significativement de nouveaux marchés solvables</b>

Pour certaines hypothèses dont le thème reste important pour l'avenir, des modifications de certains termes sont proposés pour actualiser leur rédaction. Par exemple, remplacer VQPRD par AOP.

#### › Comblent les lacunes

Faut-il compléter cette matrice de 104 hypothèses sur certains sujets, comme l'environnement, le changement climatique ou la digitalisation, dont l'importance est apparue ultérieurement ?

Il est convenu de travailler sur les catégories thématiques de regroupement des hypothèses (si nécessaire en envisageant l'ajout d'une ou deux nouvelles catégories pour compléter la liste initiale de 15 catégories) pour collecter de l'information sur la base d'éléments bibliographiques, de personnes/réseaux parmi nos contacts et connaissances.

Les catégories ont été soumises pour proposition de processus à l'œuvre, d'une part aux administrateurs ICV<sup>2</sup>, d'autre part aux personnalités qualifiées du conseil de l'HEV<sup>3</sup> à un rythme assez soutenu, pendant une heure.

Des recherches bibliographiques et des prospectives réalisées par FranceAgriMer dans d'autres filières sont également mises à contributions.

<sup>2</sup> Institut Coopératif du Vin

<sup>3</sup> Institut des Hautes Études de la Vigne et du vin, rattaché à l'Institut Agro Montpellier

Denis LACROIX (IFREMER) qui analyse très régulièrement les études prospectives publiées propose un certain nombre de thèmes pour lui incontournables :

Titre : Technologies de rupture

**Auteur** : MGI, 2013

**Domaines d'hypothèses** Internet mobile, automatisation de l'apprentissage (*deep learning*), internet des objets, technologie du *cloud*, robotique avancée & transports autonomes, génomique nouvelle génération, stockage de l'énergie, impression 3D, matériaux avancés, exploitation gaz et pétrole, énergies renouvelables.

Titre : Vers une société post croissance : intégrer les défis écologiques, économiques et sociaux

**Auteur** : Cassier, Marechal, Méda, 2017

**Domaines d'hypothèses** : Épuisement des ressources, croissance des inégalités, innovation technologique sans projet de société, pas de corrélation entre croissance économique et éducation, santé, loisirs, etc..., dé-marchandisation, économie du partage, responsabilité individuelle en réseau.

Titre : Medpro

**Auteur** : Rym Ayadi, 2013

**Domaines d'hypothèses** : développement des pays du sud et de l'est de la Méditerranée (PSEM), démographie des PSEM et de UE, politiques migratoires, politiques de coopération Euro-Méditerranée.

Titre : ScénEnvi

**Auteur** : Coll., 2017

**Domaines d'hypothèses** : gouvernance & environnement, biodiversité, pollutions, dégradation, salinisation des sols, dégradation de la ressource en eau, état de l'environnement et dégradation, mobilisation des décideurs, apport de la recherche à la connaissance du CC, apport de la R&D pour atténuation, apport de la R&D pour adaptation, transition énergétique, découplage bien-être / consommation.

Titre : Le monde à l'horizon 2050

**Auteur** : Futuribles, 2017

**Domaines d'hypothèses** : développement de l'Afrique, Chine centre du monde, rôle de la Russie sur la scène internationale, projet européen, révolution quantique, transition digitale et propriété des données, les seniors, 3ème et 4ème âge, la métropolisation.

Titre : Géopolitique d'une planète dérégulée

**Auteur** : Valantin, 2017

**Domaines d'hypothèses** : montée des eaux, dislocation arctique, route de la soie, pénuries, migrations, coopération internationale

Titre : Futurprod

**Auteur** : Brissaud, 2013

**Domaines d'hypothèses** : mondialisation, démographie et nouveaux travailleurs, disponibilité des matières premières, énergies renouvelables, biodiversité, régulations et priorités publiques, influence de la société civile, économie de la connaissance, économie circulaire, innovation sociale, coopération, éco-efficience, contrôle des chaînons logistiques, co-conception des systèmes productifs, sécurité et santé au travail.

Titre : Aux 4 vents du monde

**Auteur** : Delmas-Marty, 2016

**Domaines d'hypothèses** : cohésion sociale, pluralisme culturel ordonné, créolisation, principe de précaution-anticipation, égale dignité des êtres humains, solidarité planétaire (compétition et coopération), reconnaissance des interdépendances

À partir de ce travail bibliographique réalisé par Denis Lacroix (IFREMER), quelques hypothèses spécifiques ont été rédigées :

<b>DL-1</b>	La modélisation des itinéraires techniques à la vigne et à la cave est achevée et leur pilotage par ordinateur grâce aux progrès de l' "apprentissage automatisé" ( <i>deep learning</i> ) se diffuse largement dans les exploitations et les caves. <b>Vs Refusés pour des raisons idéologiques ou financièrement hors de portée la modélisation des itinéraires techniques et leur pilotage par ordinateur restent réservés à quelques entreprises.</b>
<b>DL-2</b>	Le décodage complet du génome de la vigne et la compréhension de son fonctionnement permettent l'obtention accélérée de cépages adaptés au changement climatique. <b>Vs La mise en œuvre des techniques du génie génétique en matière d'obtention variétale ne permet pas de répondre au défi posé par le changement climatique.</b>
<b>DL-3</b>	La viticulture reste un moteur du développement agricole du pourtour méditerranéen. <b>Vs Sécheresse et salinisation des sols portent un coup fatal au développement de la viticulture sur le pourtour méditerranéen.</b>
<b>DL-4+5</b>	Les approches interdisciplinaires associant les climatologues, les écologues aux agronomes donnent à la viticulture des moyens d'atténuer son impact sur le climat et/ou de s'adapter au changement climatique (fixation de carbone, agroforesterie, goutte à goutte,...). <b>Vs L'absence d'approches interdisciplinaire empêche la viticulture de trouver des moyens d'atténuer son impact sur le climat et/ou de s'adapter au changement climatique</b>
<b>DL-6</b>	L'économie mondiale se "dé-mondialise", seuls voyagent les produits qui n'ont pas leur équivalent dans les pays de destination, <b>la filière vignes &amp; vins est impactée par le processus de relocalisation.</b> Vs <i>La logique des avantages comparatifs, de la spécialisation des territoires et de l'accroissement des échanges prévaut dans le monde</i>
<b>DL-7</b>	La filière viticole s'engage fortement dans l'économie circulaire. <b>Vs L'économie circulaire dans la filière viticole se limite à des initiatives dispersées mais bien médiatisées.</b>
<b>DL-8</b>	L'usage du cannabis récréatif se développe dans le monde et la filière viticole crée des synergies avec la filière cannabis (réglementation, prévention, points de ventes spécialisés,...) <b>Vs L'usage du cannabis récréatif se développe dans le monde et la filière viticole se positionne en défense face à ce nouveau concurrent.</b>

### › Mobiliser les hypothèses des bouturages - greffages

#### Qu'est-ce que le « bouturage-greffage ?

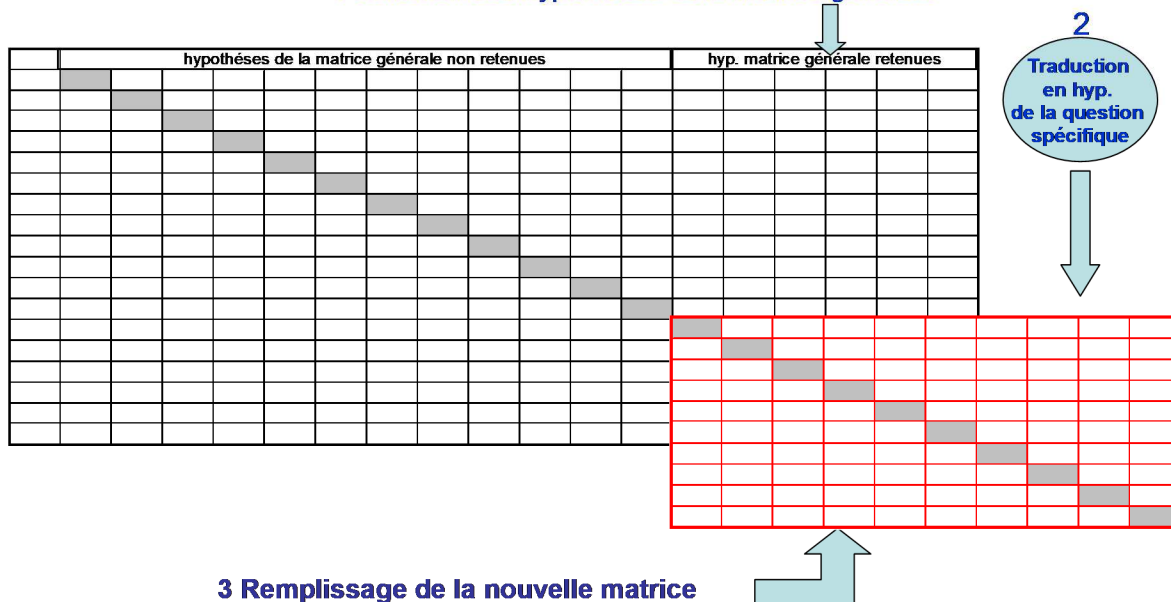
La « déclinaison » d'une prospective nationale, par exemple, est possible de façon à l'adapter à une échelle plus réduite et en faciliter l'appropriation par les acteurs en passant d'un questionnement macro à une problématique plus précise. Pour cela, le modèle du bouturage-greffage a été proposé comme développement de SYSPAHMM par Patrick AIGRAIN et Hervé HANNIN.

Il consiste à bouturer la partie de la matrice antérieure dont les éléments semblent encore pertinents à cette nouvelle échelle, et de lui greffer de nouvelles hypothèses spécifiques au nouveau commanditaire ou à la nouvelle situation.

En termes matriciels, le bouturage-greffage se schématise comme suit :

### Représentation matricielle de la démarche

#### 1 Sélection des hypothèses de la matrice générale



Cette technique a été mise au point et utilisée pour une douzaine de situations très différentes entre 2005 et 2018 ; dans tous les cas, le gain de temps et la pertinence de cette démarche ont pu être mesurés. Si se baser sur une étude publiée en 2003 pour établir de nouveaux travaux de prospective risque d'être considéré par certains comme un point de départ « obsolète », l'existence du bouturage-greffage sur une période de près de 15 ans crée une continuité jusqu'à aujourd'hui de la vie de l'exercice initial.

Les exercices de bouturages-greffage menés à partir de la prospective Vigne et Vins de 2003 :


- « Comment partir ensemble à l'export ? » SCEPE coopératif viticole (2006-2007) réalisation FranceAgriMer et Institut Agro Montpellier (4) - IHEV
- « Comment positionner de manière cohérente l'offre vinicole Bourguignonne pour une valorisation optimale sur les marchés mondiaux ? » (2008-2009) demande et cofinancement BIVB, réalisation FranceAgriMer et Institut Agro Montpellier - IHEV
- Cave de Buzet, (2008-2009), réalisation FranceAgriMer et Institut Agro Montpellier - IHEV. L'exercice se poursuit par un travail en stratégie.
- « Devenir de la protection phytosanitaire sur vigne » (2007-2009) demande et cofinancement de BASF réalisation FranceAgriMer et Institut Agro Montpellier - IHEV
- « vins de qualité faiblement alcoolisés ? » projet ANR (2008-2009) demande INRA, réalisation Institut Agro Montpellier – IHEV, FranceAgriMer
- « Les acteurs d'amont de la filière vigne et vins en route vers un avenir à construire ensemble » (2009-2010) demande et financement VINSEO, réalisation FranceAgriMer et Institut Agro Montpellier - IHEV

<sup>4</sup> Ecole Nationale Supérieure d'Agronomie de Montpellier jusqu'en 2007 puis Montpellier supAgro jusqu'en 2021.

- Exercice prospectif sur les conséquences de la suppression des droits de plantation (interne FranceAgriMer)
- « Prospective de la filière vitivinicole en Languedoc-Roussillon » (octobre 2009-2010) demande DRAAF réalisation INRA et Institut Agro Montpellier - IHEV (participation du SSP et de FranceAgriMer au financement et à la cellule d'animation)
- « Prospective vin de France sans IG » demande et cofinancement ANIVIN (juin 2011- juin 2013) réalisation FranceAgriMer et Institut Agro Montpellier - IHEV
- « Une prospective pour le secteur vignes et vins dans le contexte du changement climatique » (2012-2016) dans le cadre du meta programme LACCAVE de l'INRA
- « Prospective coopération vinicole française » (janvier 2015 – 2017) demande et cofinancement CCVF réalisation FranceAgriMer et Institut Agro Montpellier - IHEV
- « Prospective filière française vins bio » (2015 - 2016) demande et cofinancement France Vin Bio réalisation FranceAgriMer et Institut Agro Montpellier - IHEV

Peut-on légitimement utiliser le stock d'hypothèses spécifiques générées pour les douze déclinaisons ?

Le premier tableau récapitulatif ci-après liste les hypothèses de la prospective INRA 2003 retenues pour chacun des exercices de « bouturage-greffage ».

 FranceAgriMer	<b>Exercice de bouturage-greffage réalisés à partir de la prospective Vignes &amp; Vins (2003) INRA et hypothèses de la bouture</b>
« Comment partir ensemble à l'export <b>SCEPE</b> ? » (2006-2007)	
«Devenir de la protection phytosanitaire sur vigne» (2007-2009) pour <b>BASF</b>	<b>ACD2, ACD3, ACE3, CCP3, CEI8, RFM4, RIN4</b>
Cave de <b>Buzet</b> , (2008-2009) + travail en stratégie (2014).	ACD1, <b>ACD2</b> , ADS3, ADS7, <b>CEI1</b> , CON11, <b>GMS2, GMS3, IFC2</b>
« Comment positionner l'offre vinicole bourguignonne pour une valorisation optimale sur les marchés mondiaux <b>BIVB</b> ? » (2008-2009)	<b>ACD2, ACM1, ACM3, ACM8, ACP1, CCP12, CEI7, CEI9, CON1, GMS2, IGA8</b>
« <b>VDQA</b> » projet ANR (2008-2009)	ACE4, ADS1, <b>ADS2</b> , ADS3, ADS6, ADS7, CCP1, CCP8, CEI11, <b>GMS2, GMS3, IFC3, RIN6</b>
« Prospective de la filière <b>VVLR</b> » (octobre 2009-2010) demande DRAAF	<b>ACD2, ACD3, ACM1, ACM3, ACM6, ACM9, ACP5, ADS1, CCP1, CCP3, CCP9, CEI1, CEI5, CEI9, CEI101, CON9, GMG3, RFM3, RIN6</b>
« Les acteurs d'amont de la filière vigne et vins <b>VINSEO</b> » (2009-2010) + travail en stratégie et rapprochement avec <b>VVLR</b>	ACM6, <b>CCP3, CCP4, CCP7, CEI1, CEI8, CON7, IFC7, RIN6</b>
« <i>exercice prospectif sur « conséquences suppression des droits de plantation » 2010 (interne)</i>	ACP2, <b>ADS2</b> , CCP6, CON5, <b>GMG3, IGA8, RFM1, RFM4</b>
« Prospective vin de France sans IG » <b>ANIVIN</b> (2011- 2013)	<b>ACD2, ACE1, ACM1, ACM9, ADS2, ADS6, CCP11, CEI1, CEI9, CON2, GMS3, IGA2, IGA8, RFM4, RIN5</b>
« Prospective filière française vins bio » (2015 - 2016) <b>FranceVin Bio</b> + « appariement » avec prospective <b>VVLR</b> (2018) SudVinBio	ACP2, CCP7, CON6, CON7, CON9, <b>GMS2, IFC2, IGA7, RIN5</b>
« Prospective coopération vinicole française <b>CCVF</b> » (2015 – 2017)	<b>ACD2, ACM1, ADS5, CEI2, CEI9, CON5, CON10, IAF2, IFC3, IGA7, RFM3</b>
« Prospective Laccave <b>INRA</b> » (2016 – 2018)	<b>ACM9, ACP5, CEI1, GMG3, GMS2, IGA7, IGA8, RIN3</b>

Cf annexe : liste des 104 hypothèses de la prospective Vignes et Vins INRA 2003

Le second tableau présenté page suivante précise pour chacune de ces déclinaisons le nombre d'hypothèses de la matrice générale sélectionnées et le nombre total d'hypothèses de l'exercice (le % indiqué mesure le rapport entre ces deux nombres).



**Exercice de bouturage-greffage réalisés à partir de la prospective Vignes & Vins (2003) INRA et hypothèses de la bouture**

« Comment partir ensemble à l'export <b>SCEPE</b> ? » (2006-2007)	3 (sur 16 = 19%)
« Devenir de la protection phytosanitaire sur vigne » (2007-2009) pour <b>BASF</b>	7 (sur 16 = 44%)
Cave de <b>Buzet</b> , (2008-2009) + travail en stratégie (2014).	9 (sur 16 = 56%)
« Comment positionner l'offre vinicole bourguignonne pour une valorisation optimale sur les marchés mondiaux <b>BIVB</b> ? » (2008-2009)	11 (sur 17 = 65%)
« <b>VDQA</b> » projet ANR (2008-2009)	13 (sur 33 = 39%)
« Prospective de la filière <b>VVLR</b> » (octobre 2009-2010) demande DRAAF	19 (sur 48 = 40%)
« Les acteurs d'amont de la filière vigne et vins <b>VINSEO</b> » (2009-2010) + travail en stratégie et rapprochement avec VVLR	9 (sur 32 = 28%)
« <i>exercice prospectif sur « conséquences suppression des droits de plantation » 2010-2011 (interne)</i>	8 (sur 36 = 22%)
« Prospective vin de France sans IG » <b>ANIVIN</b> (2011-2013)	15 (sur 41 = 37%)
« Prospective filière française vins bio » (2015-2016) <b>FranceVinBio</b> + « appariement » avec prospective VVLR (2018) SudVinBio	9 (sur 46 = 20%)
« Prospective coopération vinicole française <b>CCVF</b> » (2015 – 2017)	11 (sur 50 = 22%)
« Prospective Laccave <b>INRA</b> » (2016 – 2018)	8 (sur 70 = 11%)

Les premiers exercices ont été économes en hypothèses : 16 ou 17 au total dont la moitié issue de la prospective Vignes & Vins INRA 2003. Au fil du temps, le nombre d'hypothèses a augmenté et le poids de Vignes & Vins INRA 2003 a diminué.

Comment expliquer cette évolution ?

- Sur l'augmentation du nombre total des hypothèses deux explications sont envisageables :
  - la relative étroitesse des premiers sujets nécessitant un nombre restreint d'hypothèses
  - le (re)développement d'un outil informatique de clusterisation permettant de manipuler davantage d'hypothèses autorisent des sélections moins draconiennes.
- La diminution, au fil du temps, du poids des hypothèses de la matrice générale retenues dans les exercices de « bouturage-greffage » qui peut constituer un indice d'obsolescence de cette matrice

Une compilation de tous les greffons a été réalisée : le stock brut est de 391 hypothèses.

Dans ce stock, il a fallu éliminer les redondances et s'interroger sur la généralité des hypothèses trop spécifiques et sur leur importance pour l'avenir du système Vignes et vins dans sa globalité.

› Actualiser la représentation du système

La représentation de système qui a permis la validation du choix des 104 hypothèses peut-elle être actualisée et dans quels domaines ?

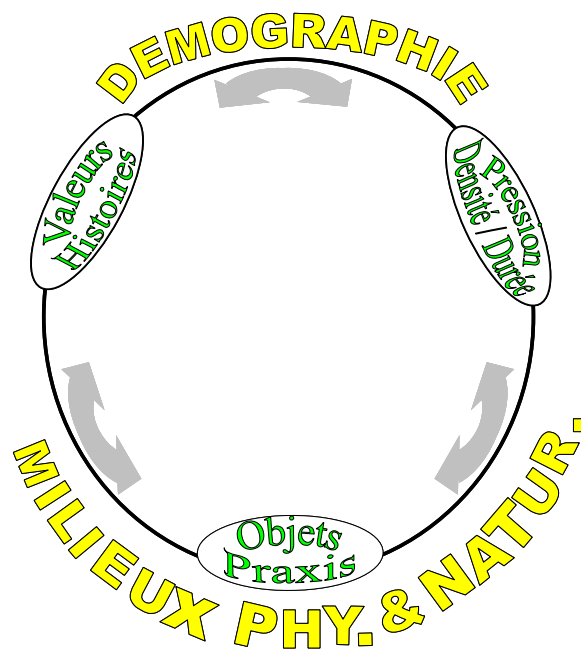
Comment s'y prendre pour représenter n'importe quel système ?

La proposition suivante a été faite, en se limitant, ce qui est déjà très ambitieux, au cas des systèmes sociotechniques (par opposition à des systèmes physiques pour lesquels, en première analyse, une description des échanges de matière et d'énergie suffit à décrire l'état du système : cf infra) et en se focalisant sur les cas particuliers des filières agroalimentaires.

Cette tentative systémique très générale considère qu'un système sociotechnique, pour simplifier, échange de la matière, de l'énergie et/ou de l'argent, et de l'information en son sein et avec son environnement – NB : *un système sociotechnique étant mis en œuvre par des acteurs, l'échange d'informations –y compris réglementaires- est essentielle à leur fonctionnement et constitue un flux spécifique à étudier*). Cela peut être traduit dans un schéma qui vise à symboliser en premier lieu (cf figure n°1) qu'une population (démographie) s'installant sur un territoire (milieu physique et naturel) va s'y développer en créant progressivement 3 interfaces entre elle et ce territoire :

- Une première exprimant la pression exercée par cette population sur ce milieu (densité, durée...),
- Une seconde exprimant la manière dont cette population va se représenter ce milieu (objet, praxis...) et chercher à le valoriser,
- Une dernière exprimant la manière dont va être progressivement géré le nouveau « milieu » constitué de l'interférence continue « population / territoire » (valeur, histoire...).

Figure n°1

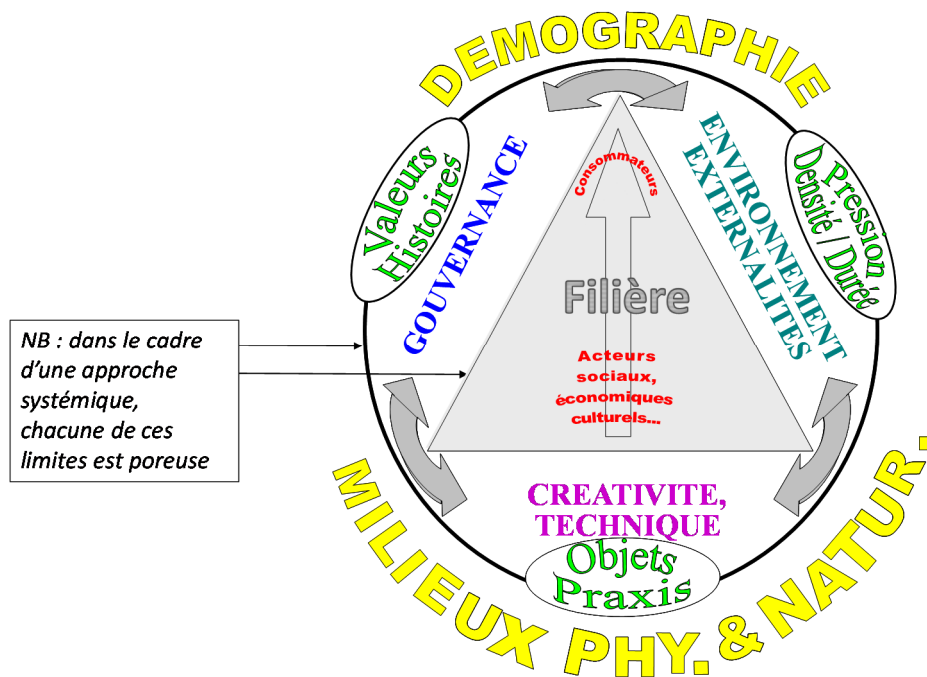


Ces 3 interfaces sont elles-mêmes en interrelation (ce que tentent de représenter les flèches épaisses internes au cercle) et conduisent, par exemple, à ce que la population se représente elle-même ou encore que soit utilisé, de manière marchande ou non, le milieu au bénéfice de cette population. En inscrivant au sein de cette représentation très générique, une schématisation, également très simplifiée, d'une filière par son plan-acteurs<sup>5</sup>, on peut faire

<sup>5</sup> P 90 à 105 in Sebillotte M, Aigrain P., Hannin H. Sebillotte C. 2003 Prospective Vignes et Vins : Scénarios et défis pour la recherche et les acteurs : Éditions INRA, Coll. Bilans et Perspectives. Paris

apparaître des « vecteurs » qui au sein du système générique vont « traduire » les influences des 3 interfaces précédemment décrites à la « lisière secondaire » entre une filière et son environnement (cf figure n°2).

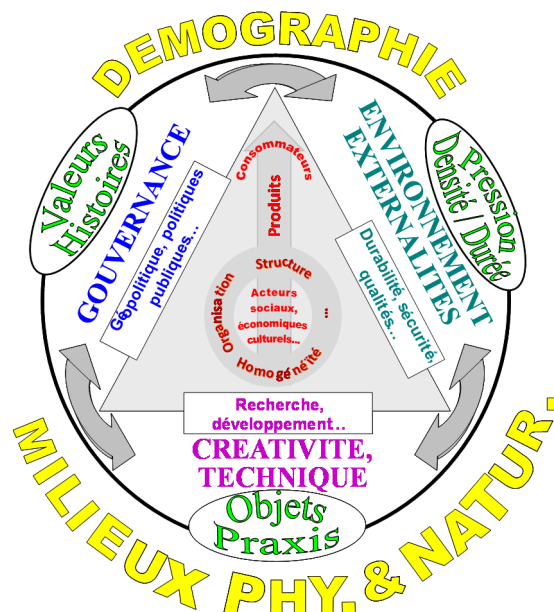
Figure n°2



Les vecteurs ici repérés (sans souci d'exhaustivité) sont les suivants : Gouvernance, Environnement, Externalités, Créativité, Technique.

Pour illustrer une déclinaison possible de ces vecteurs, en précisant d'une part que le lien entre les acteurs d'une filière (notamment en agroalimentaire) est assuré par un ou des produits primaires plus ou moins transformés, et d'autre part, en indiquant quelques caractéristiques importantes de l'influence de ces vecteurs au niveau des acteurs des filières, on peut construire la figure n°3

Figure n°3

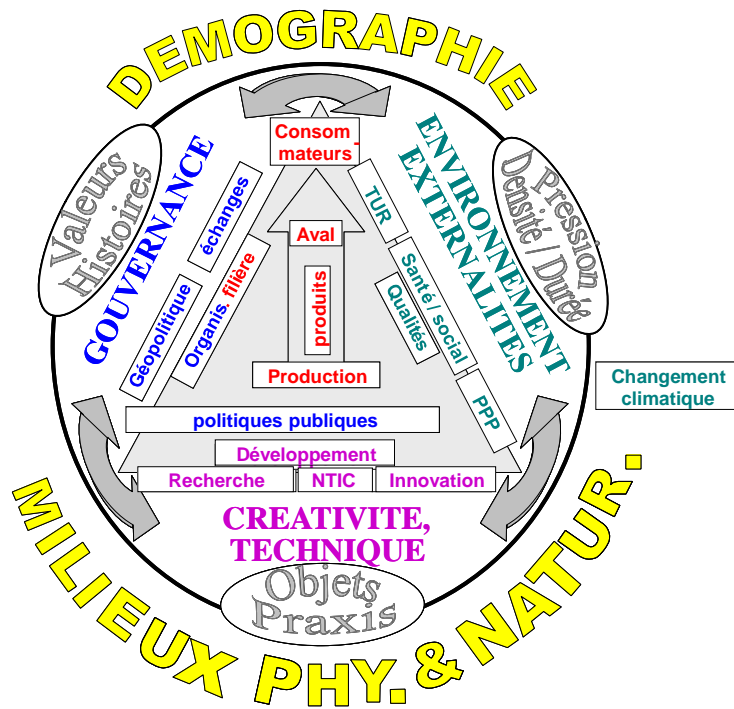


In fine, la figure n°4 ci-dessous propose une représentation généraliste des vecteurs d'échanges et des interfaces entre une filière et ses acteurs, d'une part, et son environnement socio-technique d'autre part.

Figure n°4

La représentation généraliste et la catégorisation proposée

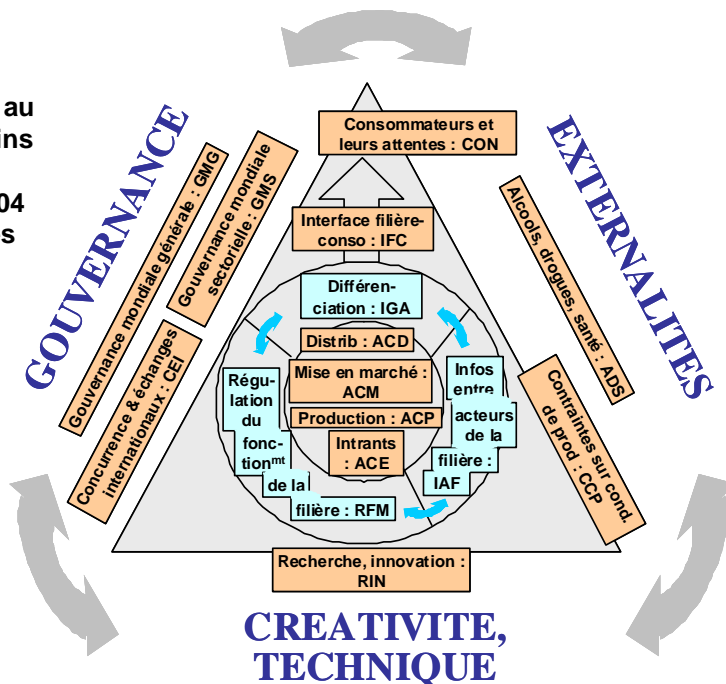
- Production
- Produits
- Aval
- Consommateurs
- Organisation Filière
- Géopolitique
- Echanges
- Politiques publiques
- Changement Climatique
- Santé/Social
- Territoire / Urbanisation (TUR)
- PPP
- Qualités
- Recherche
- NTIC
- Innovation
- Développement



Une démarche similaire a été suivie lors de la première prospective Vignes et vins de 2003 menée à l'INRA et a donné lieu, en l'appliquant spécifiquement à cette filière et en portant une attention particulière à sa régulation ainsi qu'à la différenciation des produits, à une catégorisation adaptée des interfaces et vecteurs d'influence reprise ici dans la figure n°5

Figure n°5

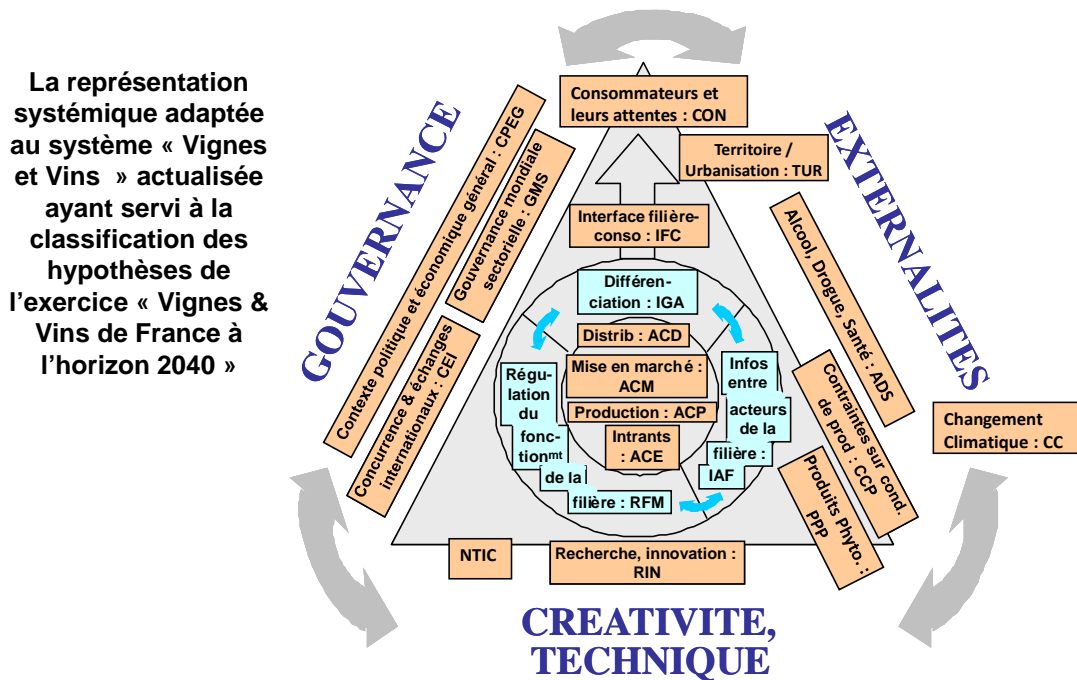
La représentation systémique adaptée au système Vignes & Vins ayant servi à la classification des 104 hypothèses initiales



INRA DADP :  
PA/HH/MS oct01

Actualisée, cette démarche conduit à proposer un classement en 19 catégories des interfaces et vecteurs d'influence réciproques entre la filière vignes et vins et son environnement, tels que représentés dans la figure 6.

Figure n°6



Rappelons qu'un des intérêts de représenter, même de manière sommaire, le système que l'on se propose de projeter dans l'avenir aux travers de l'élaboration de différents futurs possibles, réside dans le fait d'éviter de laisser accidentellement dans l'ombre (c'est-à-dire sans hypothèse) des pans entiers du système et/ou de son environnement.

Les quatre catégories suivantes ont donc été ajoutées à celles mobilisées pour la prospective Vignes et Vins initiale:

- CC : Changement climatique
  - NTIC : Nouvelles technologies de l'information & de la communication
- S'agissant de la catégorie NTIC, il faudra notamment se poser la question des capacités des opérateurs français à maîtriser les évolutions associées aux NTIC...
- PPP : Produits phytopharmaceutiques
  - TUR : Territoires, urbanisation

La catégorie GMG (« Gouvernance mondiale générale ») a été renommée en CPEG (« Contexte politique & économique général »), afin d'en élargir le champ (éléments de contexte macro-économique, géopolitique - cf. notamment hypothèse sur la survenue – ou non – d'une grande crise financière & économique).

Ce qui donne la liste suivante de catégories d'hypothèses :

ACD	Acteurs distribution (y c. internet)
ACE	Acteurs environnement (agrochimie, fournisseurs, distillateurs, banques, bois & plants)
ACM	Acteurs metteurs en marché (y c. coop)
ACP	Acteurs production
ADS	Alcool, drogue, santé
CC	Changement climatique

CCP	Contraintes ou opportunité sur conditions de production
CEI	Concurrence, échanges internationaux
CON	Consommation, consommation observée et attentes des consommateurs
CPEG	Contexte politique et économique général
GMS	Gouvernance mondiale sectorielle
IAF	Information entre acteurs de la filière (conseil, formation,...)
IFC	Interface filière consommateur (étiquetage, prescription)
IGA	Indication géographique, appellation
NTIC	Nouvelles technologies de l'information et de la communication
PPP	Produits phytopharmaceutiques
RFM	Régulation du fonctionnement du marché, de la filière
RIN	Recherche innovation
TUR	Territoire urbanisation



## Deuxième partie : de 348 hypothèses à 4 scénarios

Au bout de 5 réunions, le travail du premier groupe constitué d'experts ayant déjà pratiqué la prospective s'est conclu par la constitution d'une liste de 348 hypothèses issues de la prospective initiale, de ses 12 déclinaisons, de recherches bibliographiques et de « *brain storming* » du Conseil d'Administration de l'ICV et du Comité d'Orientation de l'IHEV.

Un second groupe est réuni en cellule d'animation de la prospective pour s'emparer des hypothèses et construire les scénarios. Constitué d'acteurs de la filière vins et de son environnement administratif et scientifique il se réunira 7 fois entre février 2020 et mai 2021. Les mesures prises pour freiner la propagation du virus de la COVID-19 imposeront la tenue en « distanciel » de la plupart de ces réunions.

### La mise en œuvre de la méthode SYSPAHMM

#### › Horizon temporel de la prospective

L'horizon de temps est fixé à 20 ans (soit  $\approx$  2040), ce qui permet de ne pas sortir des zones de prévisibilité liées à la démographie et au climat.

Cet horizon de temps assez proche (type  $\approx$  2040) conduit à choisir une situation climatique donnée comme « variable d'état »<sup>6</sup> : le scénario climatique intermédiaire du GIEC sera retenu comme variable d'état s'appliquant à tous les scénarios de la prospective « Vigne & Vin à l'horizon 2040 » (les potentielles évolutions climatiques d'importance sont attendues pour après 2050).

La démographie sera également prise en compte en tant que « variable d'état » à l'horizon d'une vingtaine d'années (2020  $\rightarrow$  2040), car les évolutions démographiques d'importance nécessitent de plus longues durées pour que leurs effets se fassent jour.

#### › Sélection des hypothèses

Le groupe prend connaissance des principes de la prospective, de la méthode SYSPAHMM, et du travail mené par le 1<sup>er</sup> groupe. Ensuite il prend connaissance du stock de 348 hypothèses transmis par celui-ci.

Compte tenu de la masse importante d'hypothèses à manipuler la liste est présentée classée par thème et la procédure de vote impose un nombre d'hypothèses à choisir dans chaque catégorie.

#### Modalités du vote

Chaque membre de la cellule d'animation doit choisir 89 hypothèses qu'il considère comme importantes parmi les 348 proposées en respectant la proportion des 19 différentes catégories de regroupement d'hypothèses figurant dans la dernière colonne (en rouge) du tableau ci-après.

---

<sup>6</sup> Une « variable d'état » est un élément de contexte fixe dans lequel s'inscrivent les scénarios de la prospective.

<i>Les 19 catégories d'hypothèses</i>		<b>Nbre hyp</b>	<b>Nbre de votes</b>
<b>ACD</b>	<b>Acteurs distribution (y c. internet)</b>	18	<b>5</b>
<b>ACE</b>	<b>Acteurs environnement (agrochimie, fournisseurs, distillateurs, banques, bois &amp; plants)</b>	16	<b>4</b>
<b>ACM</b>	<b>Acteurs metteurs en marché (y c. coop)</b>	25	<b>7</b>
<b>ACP</b>	<b>Acteurs production</b>	19	<b>5</b>
<b>ADS</b>	<b>Alcool, drogue, santé</b>	23	<b>6</b>
<b>CCP</b>	<b>Contraintes ou opportunité sur conditions de production</b>	29	<b>8</b>
<b>CEI</b>	<b>Concurrence, échanges internationaux</b>	17	<b>4</b>
<b>CON</b>	<b>Consommation, consommation observée et attentes des consommateurs</b>	39	<b>10</b>
<b>CPEG</b>	<b>Contexte politique &amp; économique général</b>	12	<b>3</b>
<b>GMS</b>	<b>Gouvernance mondiale sectorielle</b>	8	<b>2</b>
<b>IAF</b>	<b>Information entre acteurs de la filière (conseil, formation,...)</b>	14	<b>3</b>
<b>IFC</b>	<b>Interface filière consommateur (étiquetage, prescription)</b>	14	<b>3</b>
<b>IGA</b>	<b>Indication géographique, appellation</b>	14	<b>3</b>
<b>RFM</b>	<b>Régulation du fonctionnement du marché, de la filière</b>	17	<b>4</b>
<b>RIN</b>	<b>Recherche, innovation</b>	30	<b>8</b>
<b>PPP</b>	<b>Produits phytopharmaceutiques</b>	15	<b>4</b>
<b>CC</b>	<b>Changement climatique</b>	19	<b>5</b>
<b>NTIC</b>	<b>Nouvelles technologies de l'information &amp; de la communication</b>	13	<b>3</b>
<b>TUR</b>	<b>Territoires, urbanisation</b>	6	<b>2</b>
<b>TOTAUX</b>		<b>348</b>	<b>89</b>

Il s'agira donc de choisir 5 hypothèses parmi les 18 de la catégorie ACD/Acteurs distribution, 4 hypothèses parmi les 16 de la catégorie ACE/Acteurs environnement, 7 hypothèses parmi les 25 de la catégorie ACM/Acteurs metteurs en marché, ...etc...

Dans un second temps, les membres de la cellule d'animation sont invités à « sur-primier » (donner une prime supplémentaire) 19 hypothèses considérées comme les plus importantes, avec une contrainte à respecter : pas plus de 2 hypothèses « sur-primées » par catégorie.

Au total chacun aura :

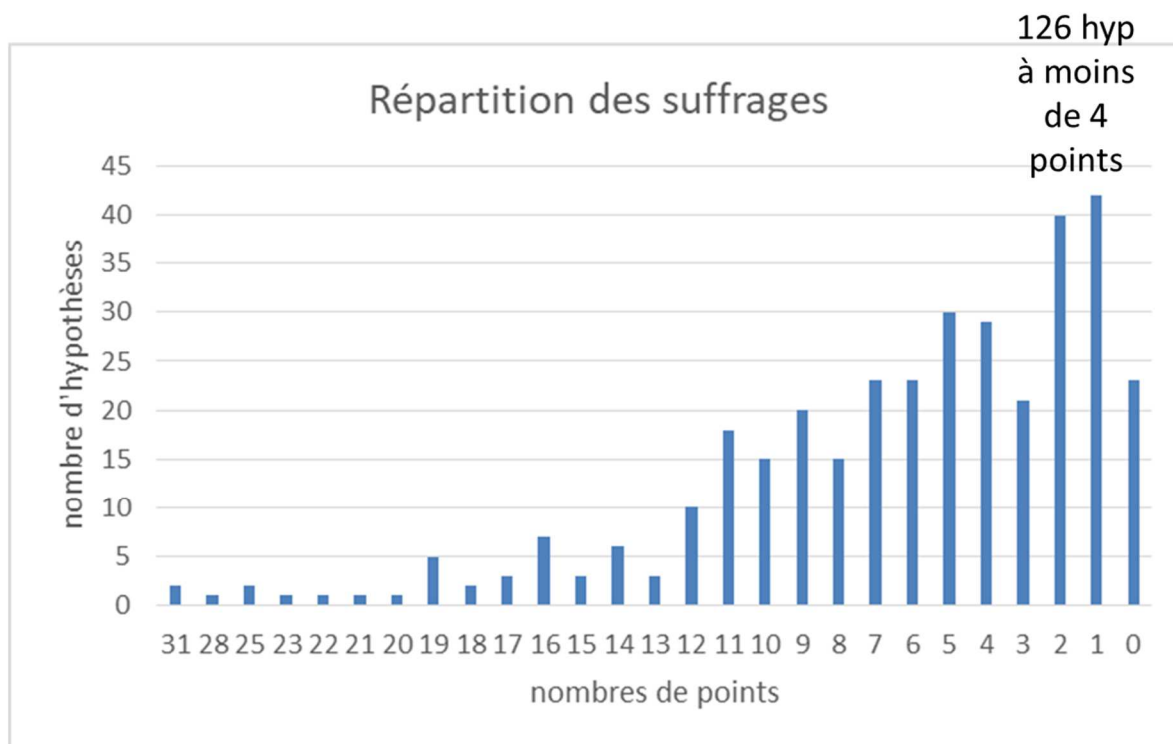
- attribué 4 points à chacune de ces 19 hypothèses considérées comme les plus importantes,
- attribué 1 point à chacune des 70 autres hypothèses considérées comme importantes.

Enfin, la possibilité de proposer une nouvelle hypothèse sur un sujet considéré comme non abordé dans la liste des 348 est ouverte. Chacun peut en proposer une seule qui devra prendre une place dans la sélection des 19 hypothèses à quatre points.

### Résultat du vote

Seulement 23 hypothèses n'ont reçu aucun suffrage et 9 hypothèses concentrent plus de 20 points chacune.





Les 9 hypothèses les mieux votées sont présentées :

<b>FUS1-CON</b>	Les consommateurs ont de fortes attentes pour des vins élaborés dans le respect de l'environnement et sains à la consommation. Versus : <i>Le grand public est peu sensible au "vin propre".</i>	CON	<b>31</b>
<b>F2-TUR</b>	La cohabitation urbain / agriculteur (y compris viticulteur) se dégrade et se traduit par la création d'espace "vert" (forestier par exemple) ceinturant les agglomérations et rejetant l'agriculture dans des espaces spécialisés à faible densité. Versus <i>Les précautions prises et la mise au point de mode de conduite adaptés (variétés résistantes, alimentation du bétail limitant les odeurs, 0 pesticides, engins silencieux,...) permettent une agriculture (et une viticulture) à proximité immédiate des villes voire dans les villes, sous forme de jardinage généralisé.</i>	TUR	<b>31</b>
<b>IHEV-ACE 4</b>	La vigne rencontre des problématiques d'ordre pathogènes difficiles à gérer. Versus : <i>Des solutions sont apportées à l'essentiel des problématiques d'ordre pathogène connues par la culture de la vigne</i>	ACE	<b>28</b>
<b>COO-228mod</b>	La création de valeur par la marque passe d'abord par la qualité organoleptique des produits et l'innovation. Versus : <i>La création de valeur par la marque est principalement assurée par la communication et le marketing.</i>	ACM	<b>25</b>
<b>FUS5-CCP</b>	Les politiques de l'eau privilégiant la consommation humaine courante et la sauvegarde environnementale, le résultat du partage des ressources en eau et en terres agricoles est défavorable à la viticulture au profit d'autres activités. Versus : <i>Face à l'importance économique de la vigne dans certaines régions, le résultat du partage des ressources en eau et en terres agricoles est favorable à la viticulture par rapport aux autres activités.</i>	CCP	<b>25</b>
<b>FUS4-GMS</b>	Dans le monde les pratiques œnologiques se libéralisent (aromatisation, mouillage pour diminuer la teneur en alcool final,...). Versus : <i>Dans le monde, les pratiques œnologiques demeurent spécifiques et restrictives.</i>	GMS	<b>23</b>
<b>FUS2-ADS</b>	D'avantage soucieux de leur santé et de leur ligne, de plus en plus de français optent pour la sobriété, ce qui pousse la filière à s'adapter avec des vins à faible teneur en alcool, de nouveaux produits de qualité offrant "le goût de l'alcool mais sans alcool",... qui sont achetés par les consommateurs français. Versus : <i>Les vins désalcoolisés ne connaissent pas, ou peu, de succès auprès des consommateurs français.</i>	ADS	<b>22</b>
<b>ICV-ADS 1</b>	La consommation française de vin poursuit sa diminution (pression hygiéniste, alcoolémie maximale au volant, taxes...) Versus : <i>La consommation française de vin se stabilise</i>	ADS	<b>21</b>
<b>104-GMG3</b>	L'UE restreint fortement les soutiens financiers à l'agriculture Versus : <i>L'UE continue à soutenir fortement l'agriculture en soumettant les aides à des conditions environnementales et de développement</i>	CPEG	<b>20</b>

Choisies chacune par plusieurs votants elles reflètent sans surprise des préoccupations assez partagées. Ces 9 premières hypothèses sont issues de différentes catégories.

D'autres hypothèses n'ont eu qu'un seul votant qui a mis 4 points. Ce votant est sollicité pour expliquer son choix. En effet, si ce vote identifie un signal faible, repéré par un seul votant et que l'hypothèse considérée suscite un débat elle aura toute sa place dans la sélection.

Au final, 102 hypothèses sont sélectionnées dont 9 choisies par un seul votant et considérées comme de potentiels signaux faibles.

## › Les 102 hypothèses sélectionnées

Thème : Acteurs distribution (y c. internet) (ACD) – 7 hypothèses

ACD 7 En France, la production de raisin et de vin est pilotée par les distributeurs sur cahier des charges. **Versus** : *En France, la production de raisin et de vin n'est majoritairement pas pilotée par les distributeurs*

ACD 8 Avec des rayons vin en supermarché mieux conçus (d'aspect plus joli, et bénéficiant de la mise en place d'applications fixes ou mobiles capables de guider les clients au rayon vin), la Grande Distribution accroît ses performances de ventes de vins. **Versus** *Avec la fin du modèle hypermarché et le développement des points de vente près de chez soi (vente directe, bars à vin, vente locavore,...), la part de la Grande Distribution dans la distribution de vin diminue.*

ACD 9 La Grande Distribution participe à la création de valeur pour la filière V&V. **Versus** *La Grande Distribution participe à limiter la création de valeur pour la filière V&V (par ses modes d'achat, au moins disant – quels que soient les efforts de la production : qualité produits, développement durable...)*

ACD 11 La spécialisation des cavistes s'effectue vers le bio-nature... et des segments peu représentatifs des Signes de qualité majoritaires qui manquent de ce fait de promotion **Versus** : *Les signes de qualité actuellement majoritaires demeurent bien représentés chez les cavistes*

ACD 13 La logistique du dernier km et du dernier mètre (Amazon, Alibaba, drive piétons...) s'avère décisive pour la compétitivité **Versus** : *La logistique du dernier km et du dernier mètre (Amazon, Alibaba, drive piétons...) ne constitue qu'un élément parmi d'autres (non spécifiquement décisif) de la compétitivité*

ACD 351 Les metteurs en marché (cave coopératives viticoles, négoce), les distributeurs, les vignerons eux-mêmes, innovent en matière d'approches commerciales diversifiées sur le marché intérieur pour être moins dépendant des barrières douanières, tarifaires, sanitaires, etc... rencontrées à l'export. **Versus** : *Malgré sa sensibilité à divers aléas (barrières douanières, tarifaires, sanitaires, etc. ...) l'export continue d'être le canal privilégié de mise en marché des vins et spiritueux français et les opérateurs n'innovent pas spécialement pour de nouvelles approches commerciales sur le marché intérieur.*

ACD 352 L'expérience vécue durant la période de la covid-19 affecte durablement les habitudes de consommation et joue en défaveur des restaurants, notamment en matière de vins les consommateurs achetant désormais les belles bouteilles chez les cavistes (et non plus au restaurant). **Versus** : *Les belles bouteilles sont vendues et consommées au restaurant.*

Thème : Acteurs environnement (agrochimie, fournisseurs, distillateurs, banques, bois & plants) (ACE) - 5 hypothèses

ACE 22 Des organismes certificateurs des conditions de production du raisin transforment leurs noms en un signal de qualité reconnu par les consommateurs **Versus** : *Des organismes certificateurs des conditions de production du raisin ne transforment pas leurs noms en un signal de qualité reconnu par les consommateurs*

ACE 25 Le secteur vitivinicole attire de nombreux investisseurs externes à la filière (grands groupes financiers, assurances, etc) **Versus** : *La technicité de la culture limite l'attrait de la vigne pour les capitaux extérieurs.*

ACE 31 Les grands groupes de l'agrochimie apportent des solutions alternatives satisfaisant à l'objectif de diminution des intrants. **Versus** : *Les fournisseurs de l'agrochimie n'apportent pas de solution à la demande sociétale de diminution des intrants.*

ACE 33 Un enseignement « philo des sciences » traitant la place de la science, enseignant la biodynamie,... est introduit. **Versus** : *Aucun enseignement « philo des sciences » traitant la place de la science, enseignant la biodynamie,... n'est introduit.*

ACE 34 Des solutions sont apportées à l'essentiel des problématiques d'ordre pathogène connues par la culture de la vigne. **Versus** : *La vigne rencontre des problématiques d'ordre pathogènes difficiles à gérer.*

Thème : Acteurs metteurs en marché (y c. coop) (ACM) – 9 hypothèses

ACM 36 Les coopératives orientent les viticulteurs vers une viticulture plus respectueuse de l'environnement (y compris pour répondre aux besoins d'adaptation aux conséquences du changement climatique). **Versus** : *Les coopératives incitent les viticulteurs à produire toujours plus et ne facilitent pas particulièrement de meilleures pratiques de production.*

ACM 37 Les nouvelles régions viticoles sont viables du fait de l'installation de nombreuses entreprises en amont et en aval de la production. **Versus** : *Les nouvelles régions viticoles, où la culture de la vigne devient possible en raison du changement climatique, ne sont pas viables faute d'entreprises en amont et en aval, présentes et organisées entre elles.*

ACM 38 Des marques de vin françaises sont capables de créer de la valeur ajoutée à un niveau comparable à l'AOC et rivalisent avec la qualité perçue des châteaux. **Versus** : *Aucune marque de vin française n'est capable de créer de la valeur ajoutée à un niveau comparable à l'AOC, la France se spécialise dans une viticulture artisanale tournée vers le petit domaine ou château.*

ACM 39 La création de valeur par la marque passe d'abord par la qualité organoleptique des produits et l'innovation. **Versus** : *La création de valeur par la marque est principalement assurée par la communication et le marketing.*

ACM 42 Faute d'instance de régulation nationale, la suppression des droits de plantation permet au négoce, par l'augmentation de l'offre de raisin ou de vins, voire de matière première, qu'elle entraîne, de jouer la concurrence intra et inter-régionale et de déplacer la chaîne de valeur ajoutée à son profit. **Versus** : *La production s'organise pour que la libéralisation des plantations n'entraîne pas une concurrence effrénée arbitrée par le négoce.*

ACM 51 Une nouvelle catégorie d'acteurs, quasi-exclusivement assembleurs, utilisant des vins de diverses origines, prend une place croissante dans le monde vitivinicole **Versus** : *Les accords douaniers en vigueur ne favorisent pas l'émergence de cette catégorie des assembleurs, utilisant des vins de diverses origines, qui occupent une place marginale dans le monde viti-vinicole*

ACM 52 L'embouteillage se délocalise vers les lieux de réexportation et de consommation (ex. en Allemagne et aux Pays-Bas) : cf. Hard Discount, gains de coûts industriels, partage de la valeur ajoutée sur base du bilan carbone,... **Versus** : *L'embouteillage reste proche des zones de production auxquelles il confère un gain de valeur ajoutée.*

ACM 54 Les coopératives viticoles restent strictement liées à leur territoire d'origine, participent à son aménagement, et en tirent une légitimité sociale et sociétale. **Versus** : *Les coopératives viticoles n'ont plus de lien au territoire, se développent hors de leur région, voire à l'étranger, et deviennent un regroupement de personnes autour d'un projet en vue de construire sa valeur ajoutée sur son efficacité économique.*

ACM 350 La Valeur ajoutée des distributeurs augmente au niveau de la distribution ce qui stimule la valorisation des vins sur le marché des consommateurs. **Versus** : *la VA du vin reste captée par les acteurs de l'amont ce qui ne permet pas les investissements nécessaires au recrutement de nouveaux consommateurs et à la diffusion de signaux commerciaux et culturels sur les marchés à la consommation suffisants pour redynamiser la demande.*

Thème : Acteurs production (ACP) – 5 hypothèses

ACP 67 Pour les vigneron, l'activité viticole demeure la plus rentable des activités. **Versus :** *Certaines activités non viticoles - agricoles ou non – deviennent significativement plus rentables que l'activité viticole pour les vigneron*

ACP 70+75 De nombreux petits ateliers viticoles se maintiennent en France **Versus :** *Le mouvement de concentration spécialisation des exploitations viticoles s'accélère.*

Commentaire recto : les petits ateliers viticoles peuvent être isolés ou faire partie d'une exploitation diversifiée.

Commentaire verso : les exploitations viticoles spécialisées récupèrent les parcelles ou les droits de plantation des petits ateliers qui disparaissent.

ACP 73 Les adhérents des coopératives acceptent des contraintes pour atteindre des objectifs de produits spécifiques (qualité raisins, mode de culture HVE par exemple, ...)

**Versus :** *Les adhérents des coopératives n'acceptent pas de contraintes et renoncent à produire des produits spécifiques.*

ACP 77 Le modèle "exploitation familiale" perdure. **Versus :** *Le modèle "exploitation familiale" recule.*

Commentaire : dans une exploitation familiale, l'exploitant est propriétaire des moyens de production ou titulaire du fermage

ACP 354 Les intérêts de la pépinière et de la filière viticole française convergent du fait d'une coordination nationale. **Versus :** *Les intérêts de la filière vins française ne n'orientent pas la stratégie de la filière des bois et plants.*

Thème : Alcool, drogue, santé (ADS) – 5 hypothèses

ADS 80 Le consommateur mondial perçoit le vin comme un facteur positif de santé et avec une image culturelle de produit territorialisé et de vecteur d'apprentissage du goût et de la qualité de la vie. **Versus :** *Le vin est perçu par le consommateur comme un produit alimentaire défini par son état final et potentiellement dangereux pour la santé, voire comme une drogue.*

ADS 82 Davantage soucieux de leur santé et de leur ligne, de plus en plus de français optent pour la sobriété, ce qui pousse la filière à s'adapter avec des vins à faible teneur en alcool, de nouveaux produits de qualité offrant "le goût de l'alcool mais sans alcool",... qui sont achetés par les consommateurs français. **Versus :** *Les vins désalcoolisés ne connaissent pas, ou peu, de succès auprès des consommateurs français.*

ADS 83+88 Les autorités de santé publique de la plupart des pays se rallient au concept de modération. **Versus :** *La tolérance 0 mise en avant par les autorités de santé publique s'impose.*

Commentaire recto : Les aspects négatifs de la consommation (alcool, cancer, pesticides,...) s'effacent devant les aspects positifs (polyphénols, hédonisme, culture gastronomique,...)

ADS 89 La consommation française de vin se stabilise. **Versus :** *La consommation française de vin poursuit sa diminution.*

Commentaire : toutes causes santé, bien-être, mode de vie, ...

ADS 92 La filière V&V accompagne la demande sociétale concernant la diminution des intrants (avec des garanties de teneurs maximales en résidus par exemple, ou en s'engageant volontairement dans la HVE). **Versus :** *Défensive et non proactive, la filière V&V subit la demande sociétale concernant la diminution des intrants (et ne souhaite pas garantir des garanties de teneurs maximales en résidus par exemple, ou traîne des pieds pour s'engager dans la HVE).*

Thème : Changement climatique (CC) – 6 hypothèses

CC 106+322+319 Les innovations dans les pratiques viticoles et œnologiques permettent l'adaptation au changement climatique **Versus :** *Malgré les innovations, les pratiques culturelles et œnologiques ne permettent pas l'adaptation au changement climatique*

CC 311 Les viticulteurs accèdent aux financements publics et/ou privés nécessaires pour supporter les lourds investissements à la vigne induits par l'adaptation au changement climatique à long terme **Versus** : *Les viticulteurs n'accèdent pas aux financements publics ou privés nécessaires pour supporter les lourds investissements à la vigne induits par l'adaptation au changement climatique à long terme (irrigation, restructuration du parcellaire, replantation,...).*

CC 312+313 Le changement climatique induit une croissance des coûts de production (réponse à une pression pathogène croissante, difficulté de gestion des équilibres hydriques des aléas plus fréquents et d'une variabilité accrue des températures et des précipitations,...). **Versus** : *Le changement climatique ne se traduit pas par une croissance des coûts de production.*

CC 317 Le changement climatique accélère la perte de légitimité de la représentation professionnelle classique **Versus** : *Ni le rythme ni les modalités de renouvellement des représentants professionnels ne sont affectés par le changement climatique*

CC 325 Le changement climatique entraîne une redistribution géographique des zones de production et/ou renouvelle les conditions de compétition entre les régions viticoles en modifiant la valeur des vignobles et la hiérarchisation des terroirs. **Versus** : *Le changement climatique ne modifie pas la valeur des vignobles et la hiérarchisation des terroirs, les conditions de compétitions entre les régions viticoles n'évoluent pas de son fait.*

CC 356 Les citoyens/consommateurs acceptent les biotechnologies (OGM, NBT,...) pour faciliter l'adaptation au changement climatique. **Versus** : *Malgré l'argument d'adaptation au changement climatique, les citoyens/consommateurs n'acceptent pas le recours aux biotechnologies (OGM, NBT,...).*

Thème : Contraintes ou opportunité sur conditions de production (CCP) – 7 hypothèses

CCP 103+101 Le partage des ressources en eau et en terres agricoles est favorable à la viticulture par rapport aux autres activités humaines. **Versus** : *Le partage des ressources en eau et en terres agricoles est défavorable à la viticulture au profit d'autres activités (agricoles, consommation humaine, sauvegarde environnementale).*  
Commentaire : accès à l'irrigation et aux terres fertiles

CCP 104 L'implantation des vignobles hors des régions traditionnelles est fortement contrainte par des zonages écologiques, environnementaux ou sociétaux, la culture de la vigne se maintient dans ses limites actuelles. **Versus** : *L'implantation des vignobles hors des zones traditionnelles n'est pas soumise à de fortes contraintes, on assiste à une extension de la vigne hors des bassins actuels (y compris dans les pays septentrionaux), par exemple pour satisfaire des marchés de niche à production locale.*

CCP 110 Avec l'approche biologique des sols viticoles, les vignes bios encaissent mieux les chocs climatiques, et le changement climatique impose la bio comme seule alternative. **Versus** : *Les vignes bios n'encaissent pas mieux les chocs climatiques, et le changement climatique relègue la bio à une peau de chagrin du fait d'impasses techniques gênant trop son développement.*

CCP 128+181 Mieux informés sur le développement durable et la RSE, soucieux de l'impact environnemental et social de leur consommation, les consommateurs en recherchent l'information pour les vins qu'ils achètent **Versus** : *Les consommateurs ne cherchent pas d'information sur l'impact social et environnemental des vins qu'ils achètent.*

CCP 130 Toute la production sous signe de qualité passe sous certification (HVE, 26000,...). **Versus** : *La majeure partie de la production sous signe de qualité n'est pas sous certification.*

CCP 310 Grace aux résultats de la communication auprès des consommateurs les producteurs compensent les surcoûts induits par l'abandon des certaines molécules de traitement. **Versus** : *Les retombées de la communication positive vers les consommateurs ne compensent pas les coûts induits par l'abandon de molécules de produits phyto.*

CCP 353 La valorisation des sous-produits joue un rôle significatif dans l'équilibre économique des entreprises (distillation des marcs et lies, extraction des anthocyanes...) **Versus** : *La valorisation des sous-produits joue un rôle anecdotique dans l'équilibre économique des entreprises*

Thèmes : Concurrence, échanges internationaux (CEI) - 6 hypothèses

CEI 136 En France, le poids du marché intérieur dans les utilisations commerciales de la filière devient mineur et l'export est un passage obligé pour le développement économique de la filière V&V. **Versus** : *En France, le poids de l'export dans les utilisations commerciales de la filière s'amenuise.*

CEI 137 Une surproduction à l'échelle mondiale s'installe notamment dans le « milieu de gamme » **Versus** : *Le « milieu de gamme » ne connaît pas de surproduction à l'échelle mondiale*

CEI 138 La consommation de vin s'accroît dans les pays non producteurs induisant une croissance en volume et en valeur des échanges. **Versus** : *La consommation de vin ne s'accroît pas dans les pays non producteurs et les échanges internationaux stagnent ou régressent.*

CEI 141 Les accords douaniers permettent aux pays producteurs et aux pays consommateurs de mettre en marché sous leur origine, des vins produits à partir de moûts importés et/ou assemblés à partir de vins importés, mais l'UE étiquette spécifiquement les vins non entièrement obtenus sur son territoire. **Versus** : *Les accords douaniers ne permettent pas aux pays producteurs et aux pays consommateurs de mettre en marché sous leur origine, des vins produits à partir de moûts importés et/ou assemblés à partir de vins importés.*

CEI 143 L'image des vins français est un facteur clé du succès pour la performance à l'export **Versus** : *L'image des vins français n'est plus un facteur clé du succès pour la performance à l'export*

CEI 355 Chaque région viticole développe une gamme complète de produits (du rosé à faible degré au vin effervescent en passant par le rouge de longue garde) au risque d'une concurrence inter-régionale sur les marchés. **Versus** *Une coordination nationale des régions de production limite la concurrence inter régionale*

Thème : Consommation, consommation observée et attentes des consommateurs (CON) – 11 hypothèses

CON 148 La consommation de vin dans le monde augmente **Versus** : *La consommation de vin dans le monde diminue*

CON 151+163 La mondialisation de la production et de la consommation rend le consommateur moins spécialiste, et l'éloigne de concept comme la typicité, l'AOC au profit de marques plus simples et de vins qualitatifs sans IG. **Versus** : *Bien que floues, la typicité et l'AOC sont des signes de différenciation valorisés par les consommateurs en France comme à l'international, en alternative ou en complément des marques.*

CON 152 Les consommateurs ont de fortes attentes pour des vins élaborés dans le respect de l'environnement et sains à la consommation. **Versus** : *Le grand public est peu sensible au "vin propre".*

CON 155 La consommation de vins bio augmente, notamment chez les jeunes générations **Versus** : *La consommation de vins bio stagne, les labels "bio" n'intéressent que marginalement les consommateurs.*

CON 168 Les nouveaux marchés extérieurs adoptent le vin attaché à son contexte culturel d'usage. **Versus** : *Le vin pénètre de nouveaux marchés sans référence à son contexte culturel d'usage traditionnel.*

Commentaire verso : En 2040, la demande de vin est devenue mondiale mais n'en est pas pour autant uniformisée, elle est même plus complexe et sophistiquée qu'aujourd'hui.

CON 169 La consommation de vins AOP en France continue de progresser, ou se stabilise.

**Versus** : *La consommation de vins AOP en France diminue*

CON 177 Une part importante des consommateurs cherche un plaisir plutôt immédiat, et donc peu de garde en cave ou autres précautions compliquées pour un citadin. **Versus** : *Les consommateurs cherchent des vins de garde et s'intéressent aux précautions à prendre.*

CON 178 Les vins clairs (rosés et blancs) prennent le pas sur les vins rouges (conso mondiale et/ou française) **Versus** : *Les vins clairs (rosés et blancs) ne prennent pas l'ascendant sur les vins rouges (conso mondiale et/ou française)*

CON 179 Nouveaux lieux, nouvelles occasions, nouveaux accessoires font évoluer significativement les modes de consommation du vin. **Versus** : *Nouveaux lieux, nouvelles occasions, nouveaux accessoires restent des gadgets anecdotiques qui ne modifient pas réellement la consommation du vin*

CON 357 Le niveau de consommation individuelle dans le monde est très lié (positivement) à celui des revenus des consommateurs **Versus** : *Le niveau de consommation dans le monde n'est pas lié à celui des revenus des consommateurs*

CON 358 Le consommateur occasionnel considère que le prix des vins est trop élevé et s'oriente vers les entrées de gamme **Versus** *Le consommateur occasionnel est prêt à prendre en considération l'ensemble de la gamme de prix des vins proposés.*

Thème : Contexte politique & économique général (CPEG) – 2 hypothèses

CPEG 189 Les politiques responsables des principales économies ( $\approx$  G20) rejettent le protectionnisme pour maintenir un système relativement ouvert avec des zones économiques interdépendantes. **Versus** : *En réaction aux dérives de la mondialisation (libre-échange généralisé et total avec risques de perte d'identité et de mise en concurrence frontale de tout et de tous), le libre-échange est remis en cause (d'abord dans les pays occidentaux - cf. BREXIT, Etats-Unis, ... - puis dans d'autres pays).*

CPEG 193 L'UE continue à soutenir fortement l'agriculture en soumettant les aides à des conditions environnementales et de développement **Versus** : *L'UE restreint fortement les soutiens financiers à l'agriculture.*

Thème : Gouvernance mondiale sectorielle (GMS) - 3 hypothèses

GMS 121+204 Dans l'UE et dans le monde les pratiques œnologiques se libéralisent (aromatization, mouillage,...) **Versus** : *Dans l'UE et dans le monde, les pratiques œnologiques demeurent spécifiques et restrictives.*

Commentaire : Les évolutions réglementaires sont de plus en plus concertées entre l'UE et l'OIV, assurant une harmonisation internationale.

GMS 203 La notion de "naturel" est explicitement définie et les vins naturels ont une réglementation (ce qui diminue le risque de confusion dans l'esprit du consommateur). **Versus** : *La notion de "naturel" reste une notion vague et les vins naturels restent dans un flou juridique (avec risque de confusion dans l'esprit du consommateur).*

GMS 206 Une définition internationale du produit vin perdure. **Versus** : *La reconnaissance mutuelle des pratiques s'impose sans définition commune du produit vin.*

Commentaires : Les enjeux autour de la définition internationale des produits / Etat final > processus d'obtention ... libéralisation des pratiques techniques, déplacement de la VA à la transformation (surtout si techno nécessite taille critique pour être mise en œuvre... concentration et conséquence sur le modèle coop. et sa gouvernance ?... ) : Nécessité d'une définition internationale du produit si l'on vise la loyauté des échanges (normalisation) versus la reconnaissance mutuelle (voire le flou) suffit (cidre sans pomme ?)

Thème : Information entre acteurs de la filière (conseil, formation,...) (IAF) – 4 hypothèses

IAF 207 La gouvernance de la filière est organisée de façon à prendre en compte l'ensemble des acteurs de la filière ainsi que ceux de la société civile. **Versus** : *La filière reste organisée sur un mode classique autour de la production et de la mise en marché du vin.*

Commentaire recto : La gouvernance intègre d'autres logiques (environnementales, d'aménagement du territoire, etc.) et d'autres acteurs (grande distribution, associations de protection de l'environnement, etc.

IAF 208 Le niveau de formation et de compétences (techniques, commerciales, etc.) de la filière vitivinicole s'accroît de sorte qu'il devient suffisant pour faire face aux défis économiques (technicité, gestion, compréhension de l'organisation des marchés, commercialisation, communication...) dans un environnement complexe. **Versus** : *Le niveau de formation et de compétences (techniques, commerciales, etc.) de la filière vitivinicole est insuffisant pour faire face aux défis économiques (technicité, gestion, compréhension de l'organisation des marchés, commercialisation, communication...) dans un environnement complexe.*

IAF 210 La filière se dote d'un outil de pilotage pour mettre en perspective le potentiel et les besoins des opérateurs afin de parvenir à équilibrer le marché national (y.c. en privilégiant un approvisionnement national pour ce faire). **Versus** : *La filière ne se dote d'un outil de pilotage pour mettre en perspective le potentiel et les besoins des opérateurs sur le marché national, et la filière n'évite pas les crises.*

IAF 219 Le discours et les approches scientifiques et rationnelles prédominent en matière de formation et de transmission des techniques. **Versus** *Le discours et les approches scientifiques et rationnelles perdent du terrain en matière de formation et de transmission des techniques*

Thème : Interface filière consommateur (étiquetage, prescription) (IFC) – 5 hypothèses

IFC 222 Les normes internationales d'étiquetage reconnues imposent l'indication des principales pratiques œnologiques et de tous les additifs, adjuvants, résidus et allergènes et des OGM. **Versus** : *Les normes internationales d'étiquetage reconnues n'imposent pas l'indication des principales pratiques œnologiques, ni de tous les additifs, adjuvants, résidus et allergènes ni des OGM.*

IFC 223 Les mentions traditionnelles sont réservées aux AOP et IGP, l'UE continue de refuser l'étiquetage de mentions valorisantes sur des vins sans Indication Géographique. **Versus** : *Faute d'accord international, les mentions traditionnelles sont librement utilisables par tous les vins et l'UE accepte l'étiquetage de mentions valorisantes sur des vins sans Indication Géographique.*

IFC 226 La filière valorise commercialement les externalités positives liées à la vigne, avec notamment des cahiers des charges éclairant des grands types d'itinéraires œnologiques et culturels et des informations relatives au développement durable qui sont obligatoires à l'étiquetage. **Versus** : *Aucune information relative au développement durable n'est obligatoire à l'étiquetage et la filière n'investit pas dans la valorisation des externalités positives liées à la vigne.*

IFC 228 Le bio devient le standard de normes environnementales (reconnaissance directe HVE) et constitue la garantie de référence pour le consommateur. **Versus** : *Le bio devient une*



*composante parmi d'autres d'une qualité plus générale et est en concurrence avec de nombreux labels environnementaux.*

IFC 232 Par la critique ou par le profil des produits qu'ils induisent, les prescripteurs (médias et experts) exercent un pouvoir important sur les marchés (par la critique ou par le profil des produits qu'ils induisent) en jouant un rôle prépondérant dans le choix des consommateurs.

**Versus :** *Les prescripteurs ne jouent qu'un faible rôle dans le choix des consommateurs et n'exercent qu'un pouvoir modéré sur les marchés.*

Thème : Indication géographique, appellation (IGA) - 4 hypothèses

IGA 236 Le lien à l'origine géographique du vin est porté par les mentions AOC ou IGP **Versus :** *Le lien à l'origine géographique du vin est portée par d'autres mentions (marques géographiques, etc.)*

IGA 240 Les AOC modifient leurs conditions de production pour revendiquer le caractère naturel de leurs produits ou bien inscrivent les principes de l'agriculture biologique dans leur cahier des charges. **Versus :** *Les AOC n'intègrent pas de nouvelles conditions de production qui leur permettraient de revendiquer le caractère naturel de leurs produits et une séparation totale est maintenue entre les cahiers des charges de l'indication géographique et les critères biologiques.*

IGA 242 Le modèle UE plutôt orienté sur l'IGP/AOP assorties de contraintes dans les pratiques et de la notion de terroir de production, diffuse largement au sein de la communauté vitivinicole internationale et les réglementations internationales autour du vin suivent.

**Versus:** *Le modèle marque + cépage s'impose au sein de la communauté vitivinicole internationale, marginalisant les IG européennes et la notion de terroir.*

IGA 244 Au plan UE, les certifications privées, émanant de l'aval de la filière (metteurs en marché, distribution, voire consommateurs via applications type YUCA), prennent le pas, sur la réglementation « qualitative » publique provenant originellement de l'amont de la filière (mode de production, voire origine...) **Versus :** *Un équilibre s'établit entre réglementation « amont » et certification « aval », aucune des 2 optiques ne dominant l'autre*

Thème : Nouvelles technologies de l'information & de la communication (NTIC) – 3 hypothèses

NTIC 330+331+339 Les acteurs de la filière vin (production, négoce, commerce spécialisé) et la GD développent la distribution du vin par le e-commerce ce qui in fine ne modifie pas les parts de marché de chaque circuit. **Versus** *Le développement du e-commerce du vin est principalement opéré par des acteurs spécialisés dans le commerce en ligne de n'importe quel produit (pure players du e-commerce) qui prennent des parts de marché aux circuits "physiques"*

NTIC 335 Les vignerons tirent parti des innovations high-tech : [ 1/ en amont ] au service du travail dans la vigne et dans le chai (images satellitaires, drones, robotisation,...) et [ 2/ en aval ] de la « e-prescription », du développement de sites collaboratifs et de l'apparition de nouveaux modèles marchands (plateformes de marché, crowdfunding...). **Versus :** *Les vignerons ne tirent pas ou peu parti des innovations high-tech en amont et en aval de leur activité.*

NTIC 337 Les applications des NTIC se généralisent : capteurs sur le lieu de production, application smartphone pour les consommateurs + IA. **Versus :** *La généralisation des applications des NTIC se heurte à des résistances sociales et psychologiques envers l'artificialisation du monde.*

Thème : Produits phytopharmaceutiques (PPP) – 4 hypothèses

PPP 296 L'application de certains traitements chimiques est soumise à l'obtention d'une Autorisation Préalable de Traitement (APT) qui engage la responsabilité de celui qui la délivre. **Versus** : *L'application des traitements chimiques n'est soumise à aucune obligation d'APT et engage majoritairement la responsabilité de l'applicateur.*

Commentaire recto : Externalisation de fonctions / séparation médecin - pharmacien, professionnalisation de l'application PPP.

PPP 303 L'innovation variétale qui a priorisé la plasticité vis à vis des variations climatiques (eau, T°, sensibilité aux bio agresseurs) et le zéro résidu apporte une réponse à la diminution des moyens de lutte autorisés **Versus** : *L'innovation variétale n'apporte pas de solutions suffisante aux problèmes phytosanitaires que connaît la viticulture.*

PPP 307 La filière prône le "0 résidu" qui s'impose comme la règle pour tous les vins français. **Versus** : *La filière défend une politique de LMR.*

Commentaires : En recto le danger réside dans la présence d'un résidu quelle que soit la dose du fait notamment d'un potentiel "effet cocktail" entre plusieurs produits présents à faible dose. En verso, le danger est lié à la dose de chaque produit décelé.

PPP 300 La recherche (publique ou privée) fournit de nouvelles techniques de lutte reposant soit sur de nouvelles molécules (plus grande rémanence, meilleur ciblage), soit sur des techniques alternatives / complémentaires aux traitements chimiques **Versus** : *La recherche (publique ou privée) ne fournit pas de nouvelles techniques de lutte (le retour sur investissement n'étant pas jugé suffisant).*

Thème : Régulation du fonctionnement du marché, de la filière (RFM) – 6 hypothèses

RFM 249 L'UE conserve un mode dispositif d'intervention spécifique en matière viti-vinicole permettant notamment d'accompagner financièrement la filière viti-vinicole dans un mouvement d'adaptation structurelle à un marché concurrentiel ouvert (restructuration du vignoble, investissement à la cave, structuration export,...). **Versus** : *L'UE n'intervient plus qu'à deux niveaux en matière d'intervention économique et ce quelque soit la filière : un soutien aux revenus des producteurs agricoles sans lien avec les filières, et une intervention territoriale rurale (type FEADER, voire FEDER actuel), non spécifiquement ciblée sur l'agriculture*

RFM 251 Les aides à la conversion en bio augmentent (ou sont maintenues ). **Versus** : *Les aides à la conversion en bio sont arrêtées ou régressent.*

RFM 252 Perçu comme un « bien public » à préserver, le vignoble peut bénéficier des mesures de soutien au développement rural du « second pilier » de la PAC et les aménités de la bio (services environnementaux, protection de la ressource en eau, des sols, biodiversité...) sont prises en compte par les Pouvoirs publics (aides & subventions, mesures fiscales, ...). **Versus** : *Le vignoble n'est pas perçu comme un « bien public » à préserver et les aménités de la bio ne sont pas prises en compte par les Pouvoirs publics.*

RFM 253 Les règles concernant la fiscalité (directe et indirecte) applicables au secteur coopératif sont revues pour se rapprocher du secteur privé. **Versus** : *Le système de fiscalité (directe et indirecte) actuel pour le secteur coopératif demeure en l'état.*

RFM 259 Une régulation publique macroéconomique (à l'échelon communautaire, national ou infranational) des marchés du vin subsiste et les interprofessions font surtout de la communication. **Versus** : *Les interprofessions se renforcent dans leur rôle structurant de coordination régionale pour les viticulteurs et évoluent vers plus de pilotage économique en développant des outils de régulation de marchés, d'expertise marché, et de soutien aux entreprises qui assurent elles-mêmes leur communication.*

RFM 263 Les débouchés énergétiques sont des débouchés concurrents des débouchés alimentaires et font en conséquence l'objet d'une régulation (type mandat maïs pour biocarburant aux USA). **Versus** : *Les VANA & filières de production non alimentaires sont clairement autonomes et séparées des débouchés alimentaires.*

Thème : Recherche, innovation (RIN) – 7 hypothèses

RIN 266 Le recours à la mécanisation et à l'automatisation a beaucoup progressé dans le monde viticole. **Versus** : *Le recours à la mécanisation et l'automatisation évolue peu dans le monde viticole.*

Commentaire : Disponibilité de la main d'œuvre, en particulier dans les nouvelles régions viticoles.

RIN 268 L'Etat impulse une dynamique forte dans la R&D viticole **Versus** : *L'Etat ne finance pas de manière importante la R&D viticole*

RIN 271 A la vigne comme à la cave, la mise en œuvre des innovations techniques disponibles (irrigation, lutte antigél, etc.) offre des bénéfices suffisamment importants pour compenser les coûts d'adaptation occasionnés **Versus** : *A la vigne comme à la cave, la mise en œuvre des innovations techniques disponibles (irrigation, lutte antigél, etc.) n'est pas rentable à cause de coûts importants de mise en place et d'entretien*

RIN 273+281 L'innovation (viti ou oeno) est de mieux en mieux connue, comprise et appréciée par les consommateurs. **Versus** : *L'innovation reste discrète pour ne pas porter atteinte au mythe de la production artisanale du vin.*

RIN 275 Les avancées de la recherche permettent de surmonter les impasses techniques de la viticulture bio et les maladies au fur et à mesure de leur apparition (flavescence dorée, alternatives au cuivre, ...). **Versus** : *Faute d'incitation et de résultat de la recherche, les impasses techniques bloquent le développement du vin bio.*

RIN 279 La viticulture française s'organise et devient un « cluster » mondial du vin regroupant pôles de compétitivité, recherche, formation, information (observatoire vitivinicole), entreprises et organisations de la filière vitivinicole, etc... **Versus** : *Les liens entre les différentes organisations/acteurs viticoles et les pôles de compétitivité demeurent trop inopérants pour en faire un « cluster » à l'image des grands pôles mondiaux.*

Commentaire recto : Les relais qui permettent le transfert des résultats de la recherche fondamentale applicables au vignoble / dans les chais, sont déterminants pour les progrès (économiques, réponse aux attentes consommateurs, maîtrise technique, ...) au sein de la filière vignes & vins.

RIN 295 La lutte contre les nouveaux bio agresseurs et les "maladies complexes" (type dépérissement de la vigne) est menée avec des techniques proches de l'agro-écologie (bio, massale, diversification, agroforesterie ... ). **Versus** : *La lutte contre les nouveaux bio agresseurs et les "maladies complexes" (type dépérissement de la vigne) est menée avec des technologies de types NBT, PPP nouvelle génération, ingénierie climatique, ouverture des pratiques œnologiques,...*

Thème : Territoires, urbanisation (TUR) - 3 hypothèses

TUR 343 L'œnotourisme est une nouvelle manière de découvrir le vin qui bénéficie de la recherche croissante d'authenticité, de retour aux sources du réel et du plaisir (tendance forte chez les jeunes citadins qui souhaitent prendre du recul par rapport au mode de vie contraignant qui leur est imposé). **Versus** : *L'œnotourisme ne se développe pas, ou peu.*

TUR 346 Malgré la crise économique et financière persistante, la pression sociétale autour de l'environnement pris au sens « biotope humain » (cadre de vie, milieu,...) impose des choix aux politiques, notamment en matière d'urbanisme. **Versus** : *L'atténuation des conséquences sociales de la crise économique et financière est la seule ligne directrice des politiques qui négligent l'environnement, notamment urbain.*

TUR 348 La cohabitation rurbain / agriculteur (y compris viticulteur) se dégrade et se traduit par la création d'espace "vert" (forestier par exemple) ceinturant les agglomérations et rejetant l'agriculture dans des espaces spécialisés à faible densité. **Versus** : *Les précautions*

prises et la mise au point de mode de conduite adaptés (variétés résistantes, alimentation du bétail limitant les odeurs, 0 pesticides, engins silencieux,...) permettent une agriculture (et une viticulture) à proximité immédiate des villes voire dans les villes, sous forme de jardinage généralisé.

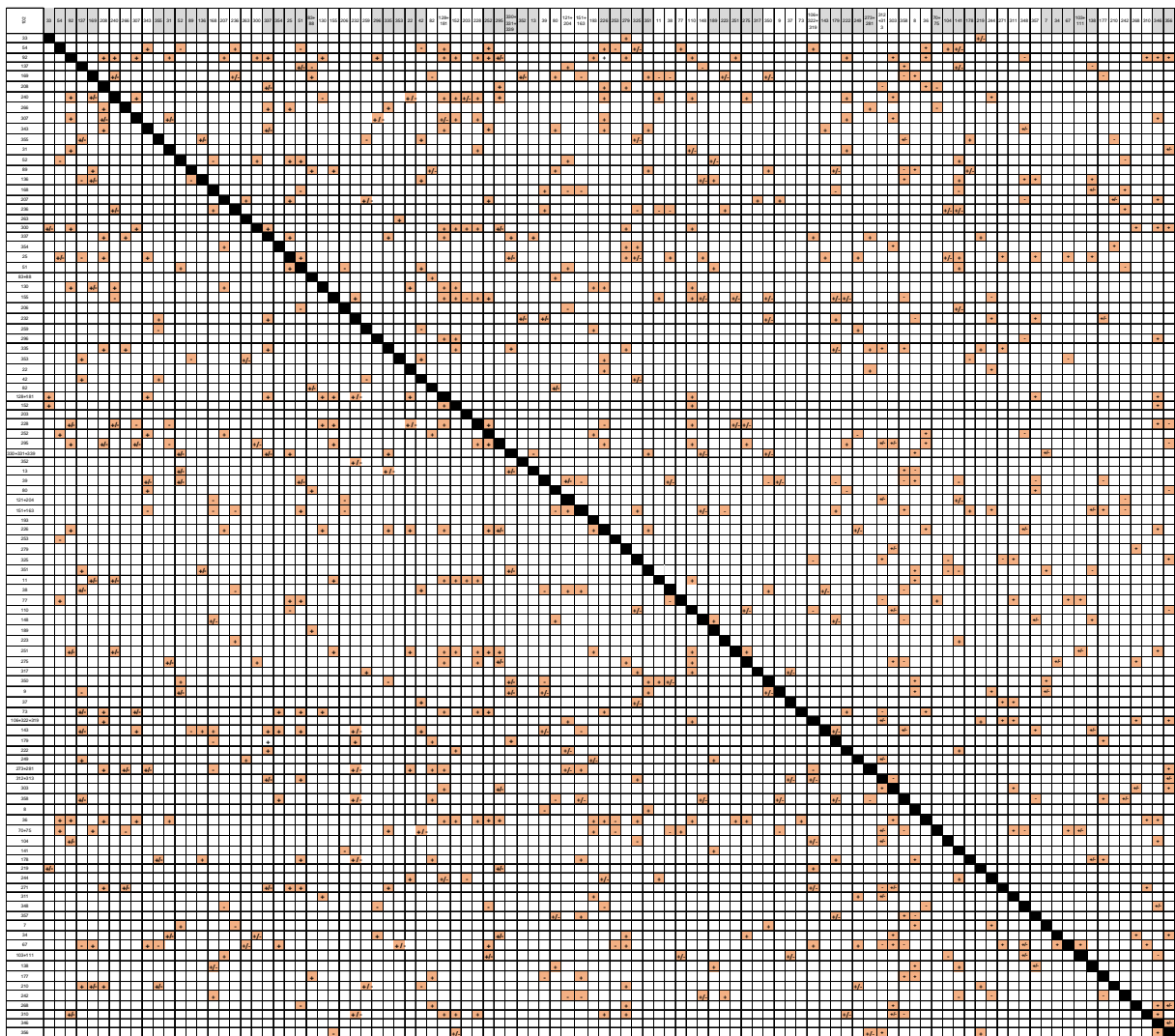
› Remplissage de la matrice d'influence dépendance

Répartis en binômes, les membres de la cellule d'animation ont du s'interroger et s'accorder sur l'influence exercée par chaque hypothèse sur chacune des autres selon ma méthode exposée au début du présent document.

Au final la matrice issue de ce travail est remplie à 15%. Un travail d'homogénéisation mené par le noyau permanent, pour corriger les biais usuellement rencontrés :

- **la prise en compte d'un lien indirect** : A influe sur B, B influe sur C, quand on s'interroge sur l'influence de A sur C, on a tendance à dire que A influe sur C
- **la prise en compte du lien inverse** : quand B influe sur A, on a tendance à considérer que A influe sur B

ramène ce taux à 7,9% avec 810 signes.



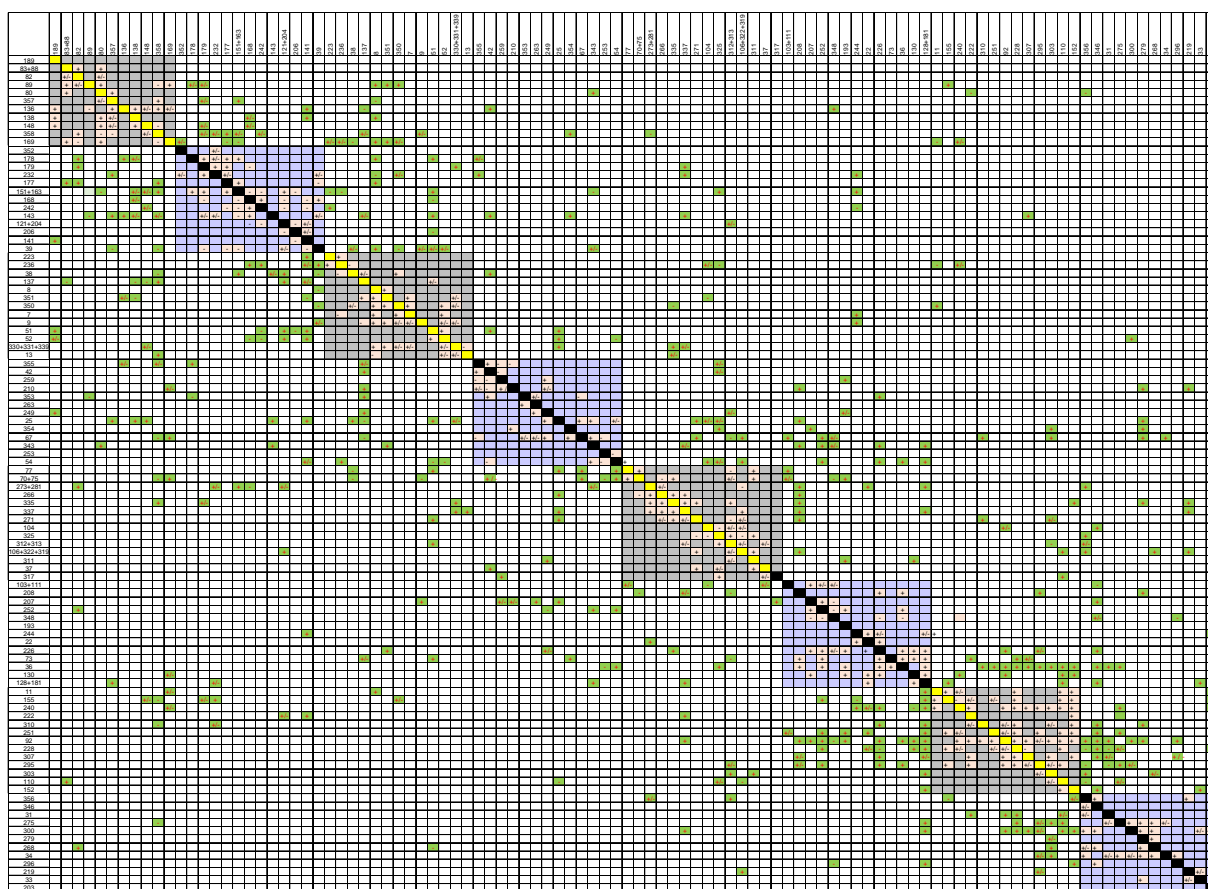
Cette matrice des relations entre les hypothèses finalement retenues constitue le modèle central du présent exercice de prospective.

## › Les agrégats

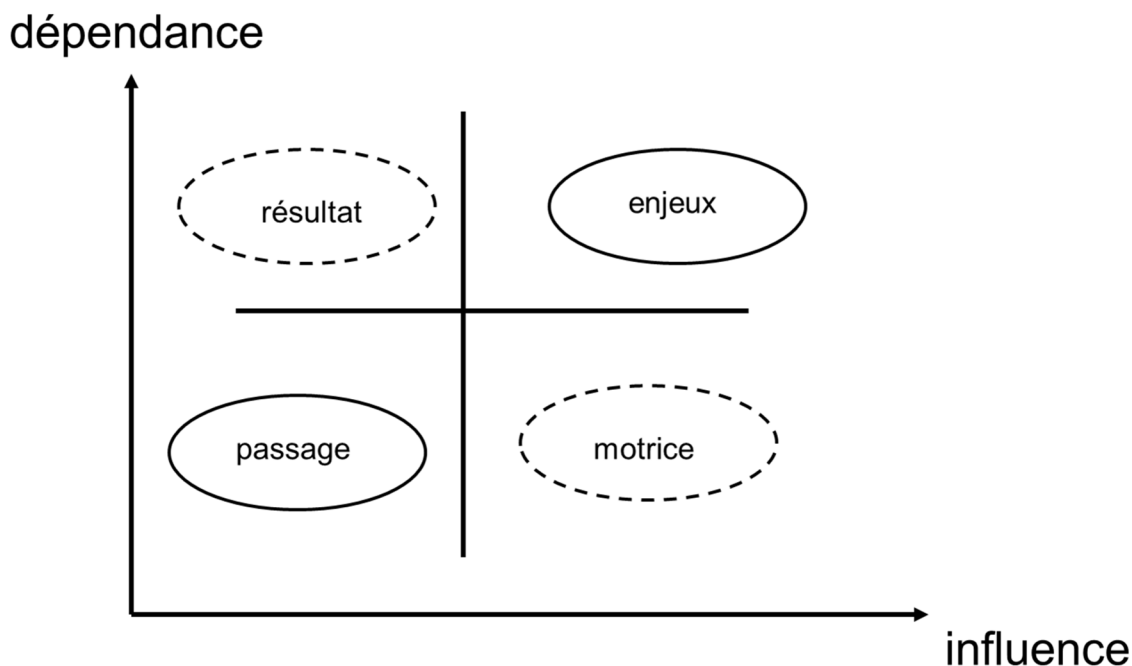
Cette matrice a été soumise au logiciel Clusterizer afin de constituer des agrégats d'hypothèses les plus liées entre-elles et les moins liées avec les autres. Pour le paramétrage du traitement il faut préciser le nombre minimum et maximum d'hypothèses dans chaque agrégat. On considère qu'avec moins de 8 hypothèses l'agrégat est un peu pauvre et qu'avec plus de 15 hypothèses le scénario est laborieux à rédiger. Après plusieurs essais le traitement est arrêté sur les bases de :

- De 9 à 13 hypothèses par agrégats
- Bonus pour les doubles liens

Ainsi, la matrice agrégée comprend 8 agrégats qui concentrent 354 soit 43% des signes dans 12% de la surface totale de la matrice.



Une réunion de la cellule d'animation est consacrée au choix, dans chaque agrégat, de la ou les hypothèses par laquelle (lesquelles) débiter la rédaction des scénarios. En effet on considère que les hypothèses peuvent être décrites selon le nombre d'influences qu'elles émettent et le nombre de dépendances auxquelles elles sont soumises selon le schéma ci-après :



Une hypothèse très influente et peu dépendante est candidate à être motrice dans l'agrégat alors qu'une hypothèse très dépendante et peu influente se positionnera comme résultat du scénario. Les hypothèses autant influentes que dépendantes sont considérées comme des enjeux alors que celles qui sont faiblement influentes et dépendantes sont des hypothèses de passage, peu déterminantes dans les scénarios.

Le choix d'une hypothèse motrice n'est pas mathématique et parmi plusieurs hypothèses assez influentes pour être candidates, le choix se fait sur le sens de l'hypothèse. Il arrive néanmoins qu'une hypothèse exerce peu d'influence mais ne soit dépendante d'aucune autre ce qui en fait un « moteur obligé », la seule façon de la prendre en compte étant de débiter par elle, aucune autre hypothèse ne « pointant » sur elle.

### Les 32 micro-scénarios

Dans chacun des 8 agrégats, 2 hypothèses motrices ont été identifiées qui vont conduire à l'écriture de 4 micro-scénarios par agrégat soit 32 en tout. En effet pour chaque agrégat, un micro-scénario va être écrit avec les 2 moteurs en recto, un autre avec les 2 moteurs en verso, un troisième avec le 1<sup>er</sup> moteur en recto et le second en verso et un quatrième avec le 1<sup>er</sup> moteur en verso et le second en recto.

Pour chaque agrégat le passage aux micro-scénarios se fait de la manière suivante :

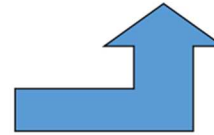
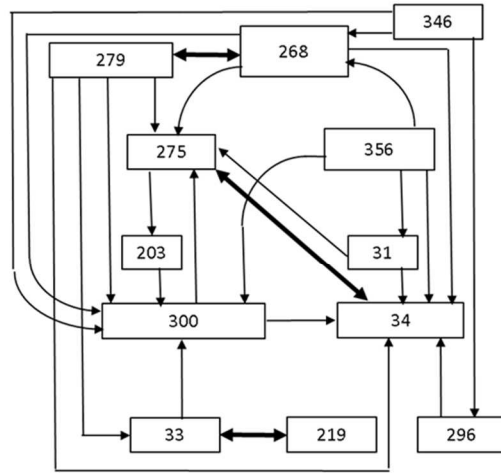
Une fois les hypothèses motrice déterminées, les signes indiquant l'influence d'une autre hypothèse sur les moteurs sont éliminés. L'extrait de matrice est transformé en un schéma des liens entre les hypothèses.

Ci-après, l'illustration de ce processus pour l'agrégat n°8.

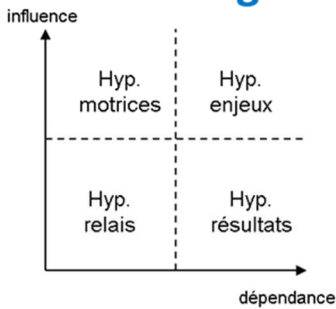
# Traduire la matrice correspondant à l'agrégat en schéma

Prospective V&V 2040  
Agrégat n°8

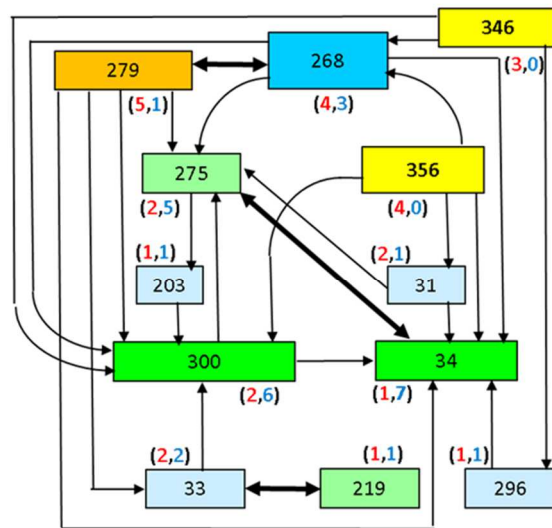
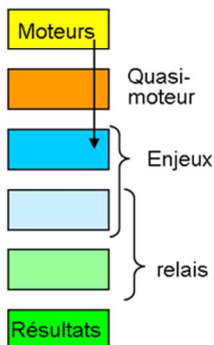
Agrégat n°8	356	346	31	275	300	279	268	34	296	219	33	203	dépendance	dépendance après choix des moteurs
356	+												2	0
346	+/-	+											1	0
31	+/-		+										1	1
275			+/-	+	+	+	+/-						5	5
300	+	+		+	+	+							6	6
279						+							1	1
268	+/-	+				+							3	3
34	+		+/-	+	+	+	+						7	7
296		+							+				1	1
219										+			1	1
33										+/-			2	2
203						+							1	1
Influence	5	4	2	2	2	5	4	1	1	2	2	1	31	
Influence après choix des moteurs	4	3	2	2	2	5	4	1	1	1	2	1		28



# Après avoir choisi les moteurs, distinguer les hypothèses selon leur degré d'influence et de dépendance

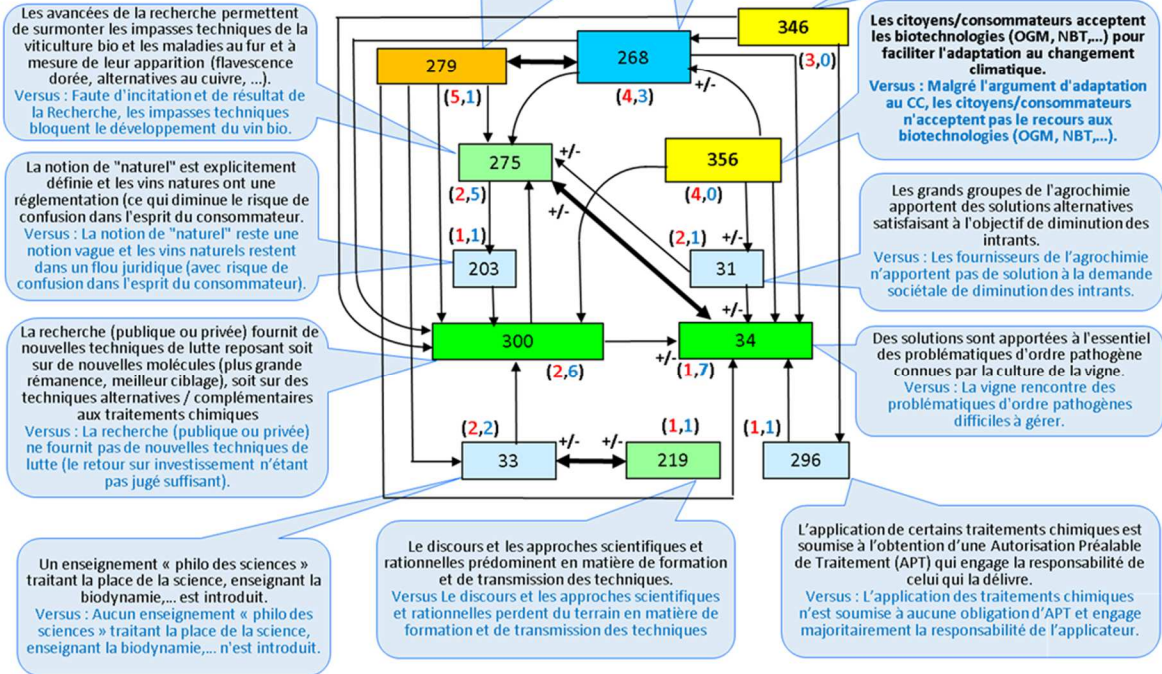


Prospective V&V 2040 / Agrégat n°8



# Y ajouter le sens des hypothèses

V&V 2040 Agrégat n°8



L'écriture des micro-scénarios consiste à suivre le squelette ainsi constitué, en tenant compte des signes des hypothèses qui déterminent la présentation en recto ou en verso des hypothèses suivantes. En réalité, chaque agrégat apparaissant davantage comme un système complexe que comme une suite linéaire d'hypothèses, des arbitrages sont indispensables ; ils ont été opérés, explicités, critiqués en séance de la cellule d'animation.



agrégat	hypothèses motrices		microscénario
Agrégat 1 : Consommation de vin, santé et pouvoir d'achat	189	Les politiques responsables des principales économies (≈ G20) rejettent le protectionnisme pour maintenir un système relativement ouvert avec des zones économiques interdépendantes. <b>Vs :</b> <i>En réaction aux dérives de la mondialisation (libre-échange généralisé et total avec risques de perte d'identité et de mise en concurrence frontale de tout et de tous), le libre-échange est remis en cause</i>	1-1 Vin plébiscité & débouchés croissants (marchés national et à l'export) 1-2 Dégradation de la perception du vin, déclin du marché intérieur, export comme dernier recours
	80	Le consommateur mondial perçoit le vin comme un facteur positif de santé et avec une image culturelle de produit territorialisé et de vecteur d'apprentissage du goût et de la qualité de la vie. <b>Vs :</b> <i>Le vin est perçu par le consommateur comme un produit alimentaire défini par son état final et potentiellement dangereux pour la santé, voire comme une drogue.</i>	1-3 Perception positive du vin, marché intérieur solide, ralentissement de l'export 1-4 Perception négative du vin & débouchés en diminution (marchés intérieur et exports)
Agrégat 2 : Consommateurs et gouvernance viticole mondiale	232	Par la critique ou par le profil des produits qu'ils induisent, les prescripteurs (médias et experts) exercent un pouvoir important sur les marchés en jouant un rôle prépondérant dans le choix des consommateurs. <b>Vs :</b> <i>Les prescripteurs ne jouent qu'un faible rôle dans le choix des consommateurs et n'exercent qu'un pouvoir modéré sur les marchés.</i>	2-1 Un consommateur moderne dans un univers libéral 2-2 Un consommateur moderne dans un univers traditionnel
	121+204	Dans l'UE et dans le monde les pratiques œnologiques se libéralisent (aromatization, mouillage,...) <b>Versus :</b> <i>Dans l'UE et dans le monde, les pratiques œnologiques demeurent spécifiques et restrictives.</i> Commentaire : Les évolutions réglementaires sont de plus en plus concertées entre l'UE et l'OIV, assurant une harmonisation internationale.	2-3 Un consommateur traditionnel dans un univers libéralisé 2-4 Un consommateur classique dans un contexte viticole traditionnel
Agrégat 3 : le rôle de l'aval, la logistique, le e- commerce	350	La valeur ajoutée des distributeurs augmente au niveau de la distribution ce qui stimule la valorisation des vins sur le marché des consommateurs et permet les investissements nécessaires au recrutement de nouveaux consommateurs. <b>Versus :</b> <i>la VA du vin reste captée par les acteurs de l'amont ce qui ne permet pas les investissements nécessaires au recrutement de nouveaux consommateurs et à la diffusion de signaux commerciaux et culturels sur les marchés à la consommation suffisants pour redynamiser la demande.</i>	3-1 La GD se restructure et tire son épingle du jeu 3-2 Concurrence logistique en ville, un perdant : le négoce
	52	L'embouteillage se délocalise vers les lieux de réexportation et de consommation (ex. en Allemagne et aux Pays-Bas) <b>Versus :</b> <i>L'embouteillage reste proche des zones de production auxquelles il confère un gain de valeur ajoutée.</i> Commentaire : Hard Discount, gains de coûts industriels, partage de la valeur ajoutée sur base du bilan carbone,...	3-3 Les metteurs en marché s'appuient sur les « pure players » pour exporter 3-4 L'amont de la filière et, dans une moindre mesure, les « pure players » se partagent la VA d'un marché ne se développant plus qu'à l'exportation
Agrégat 4 : intervention européenne, régulation des marchés et de l'offre et les revenus des viticulteurs.	42	Faute d'instance de régulation nationale, la suppression des droits de plantation permet au négoce, par l'augmentation de l'offre de raisin ou de vins, voire de matière première, qu'elle entraîne, de jouer la concurrence intra et inter-régionale et de déplacer la chaîne de valeur ajoutée à son profit. <b>Versus :</b> <i>La production s'organise pour que la libéralisation des plantations n'entraîne pas une concurrence effrénée arbitrée par le négoce.</i>	4-1 Débouchés vitivinicoles versus débouchés énergétiques 4-2 L'amont impose ses vues
	353	La valorisation des sous produits joue un rôle significatif dans l'équilibre économique des entreprises (distillation des marcs et lies, extraction des anthocyanes...) <b>Versus :</b> <i>La valorisation des sous produits joue un rôle anecdotique dans l'équilibre économique des entreprises</i>	4-3 L'aval capte la valeur 4-4 Maintien d'activités rentables sur le territoire national versus activités à l'étranger

agrégat	hypothèses motrices		microscénario
Agrégat 5 : adaptation au changement climatique et innovation	335	Les vignerons tirent parti des innovations high-tech : [ 1/ en amont ] au service du travail dans la vigne et dans le chai (images satellitaires, drones, robotisation,...) et [ 2/ en aval ] de la « e-prescription », du développement de sites collaboratifs et de l'apparition de nouveaux modèles marchands (plateformes de marché, crowdfunding...).	5-1 Innovations pour le nomadisme 5-2 Adaptation au CC sur place grâce aux applications vitivinicoles des nouvelles technologies 5-3 Nomadisme subventionné 5-4 Rentabilité viticole altérée par le CC
	312+313	Le changement climatique induit une croissance des coûts de production (réponse à une pression pathogène croissante, difficulté de gestion des équilibres hydriques des aléas plus fréquents et d'une variabilité accrue des températures et des précipitations,...).	
Agrégat 6 : Engagement environnemental et gouvernance	207	La gouvernance de la filière est organisée de façon à prendre en compte l'ensemble des acteurs de la filière ainsi que ceux de la société civile.	6-1 Spirale vertueuse 6-2 Compromis sur la valeur des externalités (paysage, emploi non délocalisable,...) 6-3 Vertu environnementale peu convaincante 6-4 Pas d'orientation vers la durabilité
	193	L'UE continue à soutenir fortement l'agriculture en soumettant les aides à des conditions environnementales et de développement	
Agrégat 7 : Réponses aux attentes sociétales	222	Les normes internationales d'étiquetage reconnues imposent l'indication des principales pratiques œnologiques et de tous les additifs, adjuvants, résidus et allergènes et des OGM.	7-1 La bio choisie par la filière comme réponse aux attentes sociétales 7-2 Étiquetage détaillé mais conventionnel 7-3 La demande impose la bio 7-4 Nouvelle génération de solutions réservées au conventionnel
	152	Les consommateurs ont de fortes attentes pour des vins élaborés dans le respect de l'environnement et sains à la consommation.	
Agrégat 8 : Nature et acceptabilité des solutions apportées par la recherche	356	Les citoyens/consommateurs acceptent les biotechnologies (OGM, NBT,...) pour faciliter l'adaptation au changement climatique.	8-1 Gestion « One health » (environnement & santé ensemble) biotechnologique 8-2 Agro-écologie, course aux contournements et maladies orphelines 8-3 Quelle efficacité du transfert Recherche-Production sans soutien public? 8-4 Recul des préoccupations environnementales mais progression des impasses techniques
	346	Malgré la crise économique et financière persistante, la pression sociétale autour de l'environnement pris au sens « biotope humain » (cadre de vie, milieu,...) impose des choix aux politiques, notamment en matière d'urbanisme.	

› Agrégat 1 : Consommation de vin, santé et pouvoir d'achat

**Micro scénario 1.1**

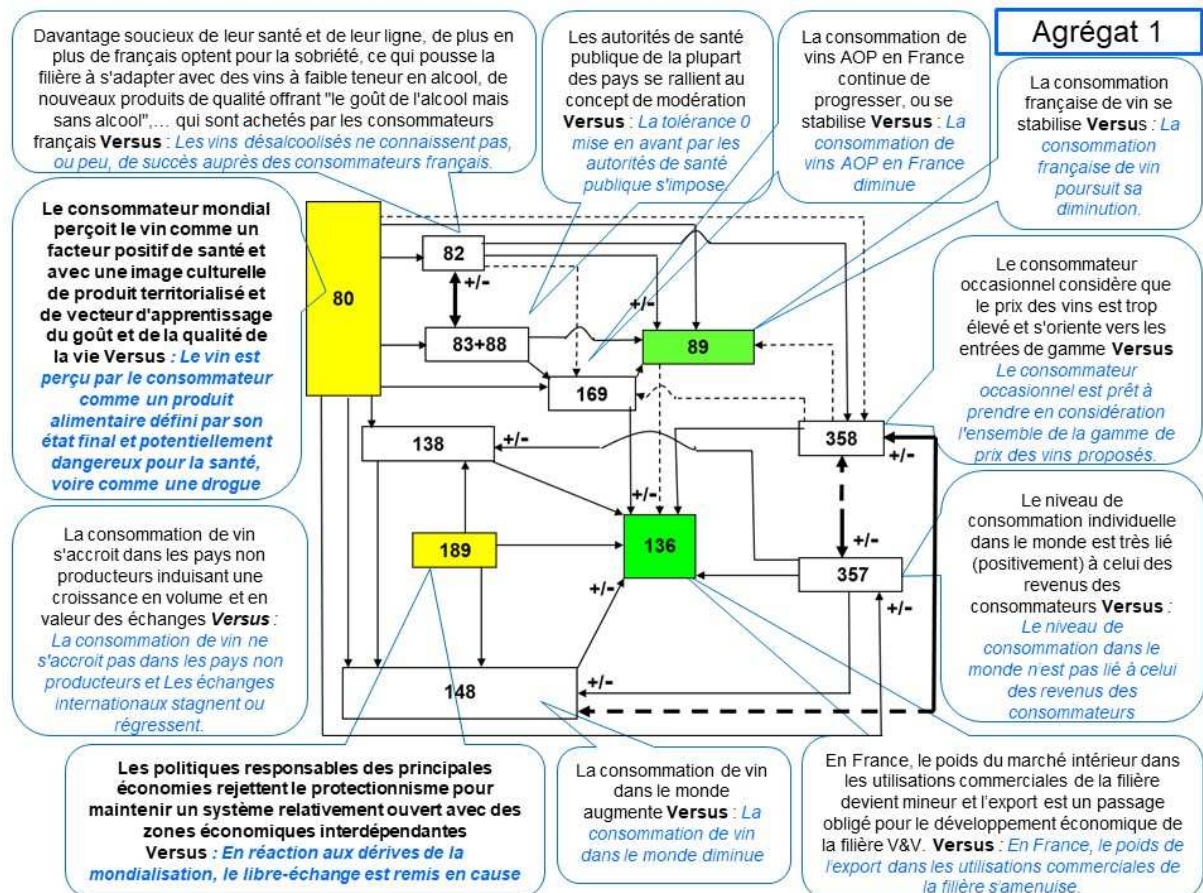
Hypothèses motrices :

**189 :** Les politiques responsables des principales économies (≈ G20) rejettent le protectionnisme pour maintenir un système relativement ouvert avec des zones économiques interdépendantes.

**80 :** Le consommateur mondial perçoit le vin comme un facteur positif de santé et avec une image culturelle de produit territorialisé et de vecteur d'apprentissage du goût et de la qualité de la vie.

Titre : Vin plébiscité & débouchés croissants (marchés national et à l'export)

Résumé : Le vin est un produit recherché bénéficiant d'une image positive pour diverses raisons : culture, hédonisme, santé/polyphénols,... Dans un contexte macro-économique également favorable, la filière française profite tout à la fois d'une consolidation à la hausse de ses débouchés sur son marché intérieur et du développement du marché au niveau mondial, notamment sur les vins moyens et hauts de gamme.



Le consommateur mondial perçoit le vin comme un produit territorialisé avec une forte image culturelle. Il est un vecteur d'apprentissage du goût, de la qualité de vie et synonyme de bonne santé. Forts de cet état d'esprit, les consommateurs français privilégient plus naturellement les vins alcoolisés que les vins désalcoolisés, dont la consommation demeure très marginale. Les autorités de santé publique de la plupart des pays se rallient ainsi au concept de modération de la consommation en tolérant la mise en avant des aspects positifs du vin (polyphénols, hédonisme, culture gastronomique,...) tout en rappelant, avec modération, les aspects négatifs de la consommation d'alcool.

La situation financière et économique mondiale connaissant une amélioration et se stabilisant, les politiques responsables des principales économies ( $\approx$  G20) rejettent les mesures de type protectionniste pour maintenir un système ouvert aux échanges commerciaux toujours placé sous l'égide du multilatéralisme de l'OMC. Bénéficiant de son image positive et d'un environnement favorable au commerce international, la consommation de vin s'accroît également dans les pays non producteurs, ce qui conforte d'autant l'augmentation de la consommation mondiale de vin.

Dans ce contexte, le consommateur occasionnel, conforté par l'image positive du vin et disposant d'un pouvoir d'achat préservé, ne cible pas particulièrement les entrées de gamme mais est ouvert à l'ensemble de la gamme de prix des vins proposés.

Ainsi, sans être un produit de première nécessité, le vin est un produit recherché pour des raisons diverses (santé, culture,...), notamment en tant que « marqueur social », et son niveau de consommation individuelle dans le monde est lié positivement à celui des revenus des consommateurs, ce qui conforte d'autant son statut.

La consommation de vins AOP en France profite en conséquence de ce regain d'attrait pour le vin milieu/haut de gamme à typicité affirmée (culture, mode de vie, bien-être, santé ...), et, au-delà des seuls AOP, l'ensemble de la consommation française de vin progresse.

Globalement la filière française profite tout à la fois de cette consolidation à la hausse de ses débouchés sur son marché intérieur (et plus encore en valeur qu'en volume) et du développement du marché au niveau mondial avec un pouvoir d'achat du consommateur préservé et une croissance non négligeable des marchés sur les moyens et hauts de gamme, cœur de cible des vins français.

#### Micro scénario 1.2

##### Hypothèses motrices :

**189** : Les politiques responsables des principales économies ( $\approx$  G20) rejettent le protectionnisme pour maintenir un système relativement ouvert avec des zones économiques interdépendantes.

*versus80 : Le vin est perçu par le consommateur comme un produit alimentaire défini par son état final et potentiellement dangereux pour la santé, voire comme une drogue.*

##### **Titre : Dégradation de la perception du vin, déclin du marché intérieur, export comme dernier recours**

**Résumé** : Dégradation de la perception du vin et tolérance 0 (santé/alcool) conduisent de nombreux consommateurs à considérer les prix des vins comme trop élevé. Les vins moins onéreux résistent un peu mieux, et la consommation de vins sans alcool et de vins à faible teneur en alcool est en croissance, mais il s'agit encore d'un marché limité. Le poids du marché intérieur devient mineur et l'export est un passage obligé pour la stabilisation de l'activité économique de la filière vitivinicole.

Les citoyens, de par le monde, sont de plus en plus attentifs à leur santé et leur hygiène de vie. Ceux-ci perçoivent désormais le vin comme un produit alimentaire défini par son état final potentiellement dangereux pour leur santé personnelle, voire comme une drogue. Préoccupés par leur santé et leurs facteurs de morbidité (surpoids, diabète,...), de plus en plus de français optent pour la sobriété, ce qui pousse la filière à s'adapter avec des vins à faible teneur en alcool, de nouveaux produits de qualité offrant "le goût de l'alcool mais sans l'alcool", achetés par ces consommateurs français se détournant de l'alcool, ou en limitant fortement leur consommation. Les autorités de santé publique tirent parti de la situation pour appliquer la tolérance 0 en s'appuyant sur l'image désormais négative du vin et de l'alcool auprès d'une part conséquente de la population.

La situation financière et économique mondiale connaissant une amélioration et se stabilisant, les politiques responsables des principales économies ( $\approx$  G20) rejettent les

mesures de type protectionniste pour maintenir un système ouvert aux échanges commerciaux internationaux. Les effets positifs pour les ventes de vin de cet environnement commercial et macroéconomique global favorable sont contrariés par la dégradation de la perception du vin auprès de nombreux consommateurs (santé/alcool). En conséquence, la consommation de vin s'accroît peu dans les pays non producteurs et les échanges internationaux de vins se développent modérément, voire stagnent, ainsi que la consommation de vin dans le monde.

De nombreux consommateurs occasionnels ayant une perception dégradée du vin, considèrent que le prix des vins est trop élevé et s'orientent vers les entrées de gamme : pour certains consommateurs le prix des vins est jugé trop élevé, non pas pour des raisons de pouvoir d'achat et de revenu, mais pour des raisons de perception du produit vin et de son intérêt/usage, dévalorisés à leurs yeux, ses aspects socio-culturels se trouvant relégués aux oubliettes par les préoccupations santé. Pour d'autres, par contre, relativement moins sensibles à certaines considérations mondaines, et/ou disposant de revenus plus modestes, tout en considérant que le vin demeure (à côté de la bière) l'une des boissons les moins alcoolisées comparativement aux autres alcools, le niveau de consommation demeure lié au revenu.

Ces évolutions sont plus particulièrement défavorables à la consommation de vins AOP en France, qui subit, en plus de la priorisation du facteur santé associée la « tolérance 0 », de prix perçus comme trop élevés, plus encore que pour les autres vins (en moyenne relativement moins onéreux) consommés en France, lesquels connaissent une diminution relativement plus modérée (les vins moins onéreux résistent un peu mieux, et la consommation de vins sans alcool et de vins à faible teneur en alcool est en croissance, mais il s'agit encore d'un marché limité).

En France, le poids du marché intérieur dans les utilisations commerciales de la filière devient mineur et l'export, qui demeure relativement moins affecté (croissance mondiale, existence de débouchés pour des marchés de vins moins onéreux et de vins à moindre teneur en alcool), est un passage obligé pour la stabilisation de l'activité économique de la filière vitivinicole

### Micro scénario 1.3

#### Hypothèses motrices :

*versus189 : En réaction aux dérives de la mondialisation (libre-échange généralisé et total avec risques de perte d'identité et de mise en concurrence frontale de tout et de tous), le libre-échange est remis en cause (d'abord dans les pays occidentaux, puis dans d'autres pays).*

**80** : Le consommateur mondial perçoit le vin comme un facteur positif de santé et avec une image culturelle de produit territorialisé et de vecteur d'apprentissage du goût et de la qualité de la vie.

**Titre** : Perception positive du vin, marché intérieur solide, ralentissement de l'export

**Résumé** : La mise en avant des aspects positifs du vin (culture, goût, qualité de vie, santé/polyphénols) permet au marché français d'être stable en volume et croissant en valeur malgré un contexte macro-économique mondial défavorable. Mais l'export est très fragilisé du fait d'une concurrence exacerbée associée à cette dégradation économique mondiale.

Le consommateur mondial perçoit le vin comme un produit territorialisé avec une forte image culturelle. Il est un vecteur d'apprentissage du goût, de la qualité de vie et synonyme de bonne santé. Forts de cet état d'esprit, les consommateurs français privilégient plus naturellement les vins alcoolisés que les vins désalcoolisés, dont la consommation demeure très marginale. Ne pouvant endiguer ce phénomène compensatoire de décompression, les autorités de santé publique de la plupart des pays se rallient au concept de modération en tolérant la mise en avant des aspects positifs du vin (polyphénols, hédonisme, culture

gastronomique,...) tout en rappelant, avec modération, les aspects négatifs de la consommation d'alcool.

Après période de stabilisation économique de relativement courte durée, le libre-échange est remis en cause en réaction aux dérives de la globalisation mise à mal par une détérioration sans précédent de la situation financière et économique mondiale. Les effets négatifs pour les ventes de vin de cet environnement commercial et macroéconomique global défavorable sont contrebalancés par l'amélioration de la perception du vin auprès de nombreux consommateurs (culture, goût, qualité de vie, santé) en quête de petits plaisirs aidant à supporter les effets de la dépression économique. Et pour des raisons de politique intérieure (gestion de l'humeur des citoyens-consommateurs en temps de crise socio-économique aggravée pour maintenir la stabilité politique), la plupart des gouvernements tempèrent les mesures susceptibles de freiner les échanges commerciaux de vins, ainsi que sa consommation. En conséquence, nonobstant la détérioration de la situation économique et commerciale globale, la consommation de vin s'accroît légèrement dans les pays non producteurs, et les échanges internationaux de vins ne régressent pas, de même que la consommation de vin dans le monde. De nombreux consommateurs occasionnels ayant une perception positive du vin, sont prêts à prendre en considération l'ensemble de la gamme de prix des vins proposés dans la mesure de leurs moyens financiers affectés par la situation économique : pour les consommateurs dont le pouvoir d'achat demeure suffisant, le niveau de consommation individuelle est très lié (positivement) à celui de leur revenu, notamment en termes de vins moyen/haut de gamme, la qualité escomptée/perçue du produit vin susceptible de présenter différents aspects de valorisation spécifiques (socio-culturels, goût, santé,...) demeurant plus importante encore qu'auparavant. Pour d'autres, par contre, disposant de revenus trop réduits, le niveau de consommation est indépendant de leur niveau de revenu : hors cas d'addiction, les plus pauvres se trouvent exclus de l'accès au produit vin rédhibitoire ; et pour ceux disposant d'un pouvoir d'achat légèrement supérieur, le prix des vins moyen ou haut de gamme est rédhibitoire, ce qui les limite aux entrées de gamme.

Portée par l'image positive (plaisir/goût, bien-être, santé) et valorisante (aspects socio-culturels) du vin et disposant encore d'un vivier de consommateurs potentiels à pouvoir d'achat suffisant pour s'offrir des vins moyen/haut de gamme, la consommation de vins AOP en France continue de progresser, à un rythme cependant tempéré (cf. existence d'une demande non solvable pour ce type de vins du fait d'un pouvoir d'achat insuffisant car amputé par les conséquences associées à la situation économique), et, globalement, toutes catégories de vins confondues, la consommation française de vin se stabilise (si les plus pauvres se trouvent exclus de l'accès au produit vin, ceux disposant de revenus médians ont encore les moyens de s'offrir le plaisir de consommer du vin par l'accès aux entrées de gamme).

Avec un marché français stable en volume et croissant en valeur, le poids de l'export dans les utilisations commerciales de la filière se trouve également relativisé par la pression d'une concurrence d'autant plus rude sur les marchés exports qu'elle est imposée par les conséquences associées à la dégradation de la situation économique mondiale (concurrence exacerbée lorsqu'elle demeure possible).

#### **Micro scénario 1.4**

##### Hypothèses motrices :

*versus189 : En réaction aux dérives de la mondialisation (libre-échange généralisé et total avec risques de perte d'identité et de mise en concurrence frontale de tout et de tous), le libre-échange est remis en cause (d'abord dans les pays occidentaux - cf. BREXIT, Etats-Unis, ... - puis dans d'autres pays).*

*versus80 : Le vin est perçu par le consommateur comme un produit alimentaire défini par son état final et potentiellement dangereux pour la santé, voire comme une drogue.*

**Titre : Perception négative du vin & débouchés en diminution (marchés intérieur et exports)**

**Résumé :** L'image du vin est négative (produit alcoolique potentiellement dangereux pour la santé). Le libre-échange est remis en cause par la détérioration de la situation économique et financière mondiale. La filière française subit concomitamment la diminution de ses débouchés sur son marché intérieur pour diverses raisons (santé/bien-être, mode de vie, ...) et la contraction du marché au niveau mondial avec un rétrécissement important des marchés des vins moyen/haut de gamme, traditionnel point fort des vins français à l'export.

Les citoyens, de par le monde, sont de plus en plus attentifs à leur santé et leur hygiène de vie. Ceux-ci perçoivent désormais le vin comme un produit alimentaire défini par son état final potentiellement dangereux pour leur santé personnelle, voire comme une drogue. Très préoccupés par leur santé et leurs facteurs de morbidité (surpoids, diabète,...), de plus en plus de français optent pour la sobriété, ce qui pousse la filière à s'adapter avec des vins à faible teneur en alcool, de nouveaux produits de qualité offrant "le goût de l'alcool mais sans l'alcool", achetés par les consommateurs français. Les autorités de santé publique tirent parti de la situation pour appliquer la tolérance 0 en s'appuyant sur l'image désormais négative du vin et de l'alcool.

Le libre-échange est remis en cause (BREXIT version « no deal », États-Unis, ... puis dans d'autres pays) en réaction aux dérives de la globalisation mise à mal par une détérioration sans précédent de la situation financière et économique mondiale. Ce frein au commerce international nuit au développement de la consommation de vin dans les pays non producteurs et les échanges commerciaux internationaux de vins régressent d'autant plus que l'image du vin est négative (produit alcoolique potentiellement dangereux pour la santé). Dans ces conditions, la consommation mondiale de vin diminue, et le consommateur occasionnel, dont le pouvoir d'achat est limité par la détérioration de la situation économique, considère que le prix des vins est trop élevé et s'oriente en conséquence vers les entrées de gamme et/ou les vins désalcoolisés (partiellement) ou sans alcool. Le niveau de consommation en volume de vins dans le monde n'est pas lié à celui des revenus des consommateurs qui privilégient ces types de vins, en moyenne globalement moins onéreux que les vins « alcoolisés classiques » et positionnés en moyen ou haut de gamme.

Ces évolutions sont défavorables à la consommation de vins AOP en France, qui chute (prix perçus comme trop élevés, priorisation du facteur santé associée à la « tolérance 0 »), ainsi qu'à l'ensemble de la consommation française de vin dans son ensemble, laquelle poursuit sa diminution pour diverses raisons (santé/bien-être, mode de vie, ...).

Globalement la filière française subit concomitamment cette diminution de ses débouchés sur son marché intérieur (et plus encore en valeur qu'en volume) et la contraction du marché au niveau mondial avec un rétrécissement important des marchés des vins moyen/haut de gamme, traditionnel point fort des vins français à l'export. Et ces pertes enregistrées par la filière ne sont que très partiellement compensées par le développement des marchés des vins sans alcool ou – partiellement – désalcoolisés.

› Agrégat 2 : Consommateurs et gouvernance viticole mondiale

### Micro scénario 2.1

#### Hypothèses motrices :

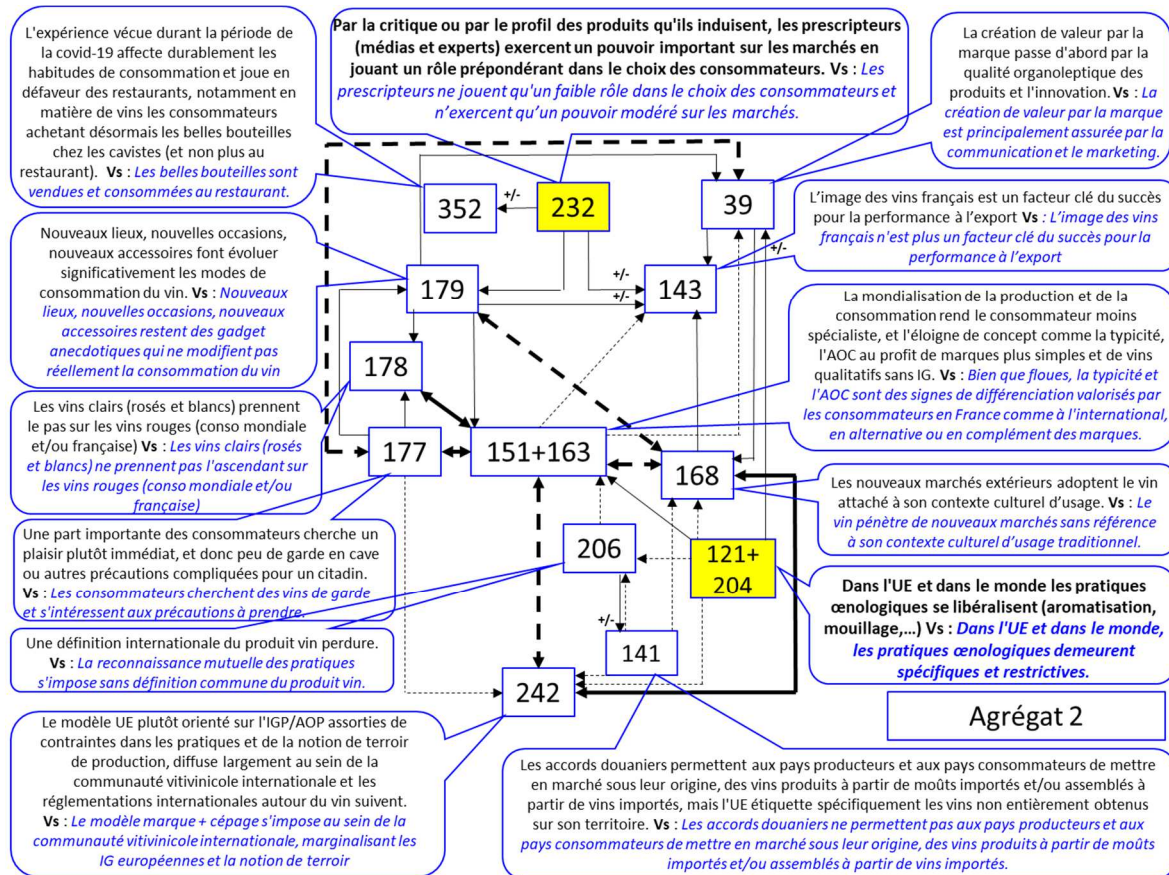
**232 :** Par la critique ou par le profil des produits qu'ils induisent, les prescripteurs (médias et experts) exercent un pouvoir important sur les marchés en jouant un rôle prépondérant dans le choix des consommateurs.

**121+204 :** Dans l'UE et dans le monde les pratiques œnologiques se libéralisent (aromatization, mouillage,...)

#### Titre Un consommateur moderne dans un univers libéral

**Résumé :** Dans un contexte économique de libéralisation qui est organisé au plan mondial, le consommateur traditionnel dégrade bon nombre de ses repères, valeurs, critères de qualité

et habitudes; de même que la notion de terroir, pourtant fondement historique de l'Appellation d'Origine, et même la définition internationale du vin qui ne fait plus l'objet d'un consensus international. Il participe volontiers à cette évolution en profitant de nouvelles opportunités, nouvelles occasions de consommation, découvertes de marques et cépages nouveaux, portées par un marketing efficace. L'image des vins français ne tire clairement pas bénéfice de ses évolutions sur les marchés extérieurs.



Par la critique ou par le profil des produits qu'ils induisent, les prescripteurs (médias et experts) exercent un pouvoir important sur les marchés en jouant un rôle prépondérant dans le choix des consommateurs, notamment en se démarquant des signes officiels de qualité et des usages traditionnels. Ainsi, l'expérience vécue durant la période de covid-19 affecte durablement les habitudes de consommation et les consommateurs s'intéressent désormais davantage aux belles bouteilles. Ils se tournent pour cela surtout vers les cavistes mais potentiellement aussi au restaurant dont ils retrouvent le chemin...; ce peut être même dans de nouveaux lieux de consommation qui créent et développent de nouvelles occasions, voire de nouveaux accessoires, pour faire évoluer significativement les modes de consommation du vin. Les échanges mondiaux s'intensifient ; la demande de vin se développe sur les cinq continents, mais ne s'en trouve pas pour autant uniformisée, elle est même plus segmentée, plus complexe voire sophistiquée qu'aujourd'hui. La mondialisation de la production et de la consommation rend le consommateur davantage submergé par des offres et des propositions « marketées ». Il tend à devenir alors moins spécialiste des vins AOC - portés par le concept de typicité plus difficile à exploiter en marketing -, et à davantage goûter les marques plus simples d'abord et des vins qualitatifs sans IG.

Une part importante des consommateurs cherche alors un plaisir plutôt immédiat, qui lui est vanté par les promesses de la communication et du marketing ; logiquement surtout s'il est un citadin, il ne s'embarrasse plus guère des contraintes et précautions compliquées liées à l'acte de consommation ou de conservation, délaissant alors les vins de garde au profit de



vins plus immédiatement agréables à son goût. De la même façon, les vins clairs (rosés et blancs) prennent le pas sur les vins rouges, en France et à l'international. Dans ces conditions, c'est plutôt le modèle « marque + cépage », qui avait été initié en France avec les vins de pays de région notamment dans les années 1970 et boosté par l'exemple du Nouveau Monde Viticole dès les années 1995, qui s'impose au sein de la communauté vitivinicole internationale. Il porte alors significativement atteinte à la notion de terroir et tend à marginaliser la plupart des IG européennes qui sont fondées sur l'Appellation d'Origine. Le vin pénètre ainsi effectivement de nouveaux marchés, et ce d'autant plus facilement qu'aucune référence à son contexte culturel d'usage ne semble dès lors nécessaire à sa diffusion.

Au plan international, les évolutions réglementaires sont de plus en plus concertées entre l'UE et l'OIV, au bénéfice d'une harmonisation ; cette concertation facilite dans le monde et dans l'UE en particulier une nette libéralisation des pratiques œnologiques, naguère très encadrées et exclusives notamment de toute aromatisation ou mouillage... Elle se traduit essentiellement non pas par une définition internationale du produit vin, mais plus simplement par une reconnaissance mutuelle des pratiques. Logiquement en application de ces principes très libéraux pour la production et favorables au libre-échange pour la distribution, les accords douaniers permettent aux pays producteurs et aux pays consommateurs de mettre en marché sous leur origine, des vins produits à partir de moûts importés et/ou assemblés à partir de vins importés. Simplement, rémanence d'un système plus protectionniste bien établi antérieurement et afin d'orienter ses consommateurs, l'UE étiquette spécifiquement les vins non entièrement obtenus sur son territoire, valorisant aussi leur faible empreinte carbone. Les consommateurs se laissent ainsi davantage guider par la communication et le marketing qui assurent l'essentiel de la création de valeur des vins. L'image des vins français n'est alors plus véritablement un facteur clé du succès pour la performance à l'export. D'autres attributs sont valorisés par le marketing, assurément plus simples et plus efficaces que le terroir ou la référence au contexte culturel français.

## Micro scénario 2.2

### Hypothèses motrices :

**232 :** Par la critique ou par le profil des produits qu'ils induisent, les prescripteurs (médias et experts) exercent un pouvoir important sur les marchés en jouant un rôle prépondérant dans le choix des consommateurs.

*Versus121+204 : Dans l'UE et dans le monde, les pratiques œnologiques demeurent spécifiques et restrictives.*

### Titre : Un consommateur moderne dans un univers traditionnel

Résumé : Le contexte politique a maintenu la référence aux repères internationaux traditionnels portés par l'OIV, tels qu'une définition mondiale du vin, la référence au terroir et la valorisation de l'appellation d'origine. Mais le consommateur de vin évolue. Il se voit proposer de nouvelles occasions de consommations et de nouvelles offres portées par un marketing efficace sur des marques qui peuvent être des « marques géographiques » mais qui l'éloignent souvent des repères traditionnels et pratiques de consommation, jugés trop contraignants. Il est sensible à ces sirènes et de ce fait ne se révèle pas un très bon ambassadeur des vins français à l'international.

Par la critique ou par le profil des produits qu'ils induisent, les prescripteurs (médias et experts) exercent un pouvoir important sur les marchés en jouant un rôle prépondérant dans le choix des consommateurs. Ainsi, l'expérience vécue durant la période de la covid-19 affecte durablement les habitudes de consommation et les consommateurs s'intéressent désormais davantage aux belles bouteilles. Ils se tournent pour cela surtout vers les cavistes mais potentiellement aussi au restaurant dont ils retrouvent le chemin... ; parallèlement, de nouveaux lieux de consommation font évoluer significativement les modes de consommation du vin en créant et développant de nouvelles occasions, voire de nouveaux accessoires appropriés. Dans l'UE et dans le monde, les pratiques œnologiques demeurent spécifiques et restrictives. Les états membres de l'OIV ont fait la preuve de leur capacité à concilier des

pratiques œnologiques spécifiques et restrictives avec les principes de libre-échanges de l'OMC, et sans doute de leur capacité à créer de la valeur. Les évolutions réglementaires sont ainsi de plus en plus concertées entre l'UE et l'OIV, assurant une harmonisation internationale.

Il perdure alors une définition internationale du produit vin, dans la ligne des principes fondateurs de l'OIV. Ces principes d'harmonisation internationale s'accommodent toujours assez bien d'accords douaniers restrictifs dont le fondement est d'origine technique et non économique. Ainsi dans la ligne des accords de Berlin, qui demeurent respectés, les accords douaniers ne permettent pas aux pays producteurs et aux pays consommateurs de mettre en marché sous leur origine, des vins produits à partir de moûts importés et/ou assemblés à partir de vins importés.

La mondialisation de la production et de la consommation rend le consommateur moins spécialiste ; mais le maintien des fondamentaux sur la définition du vin et de ces quelques protections aux frontières de l'UE maintient le concept de typicité et d'AOC parmi les attributs de référence reconnus ; ces références sont finalement encore bien exploitables par les marketeurs qui développent des « marques géographiques » et ne se limitent pas à développer des marques « hors sol » pour des vins qualitatifs sans IG. Le consommateur est sensible aux nouvelles perspectives offertes par les nouvelles occasions de consommation qui font un peu évoluer sa consommation vers des vins plus immédiatement agréables à son goût que vers des vins de garde, et vers des vins clairs (rosés et blancs) que vers des vins rouges. Il se débarrasse ainsi alors des contraintes et précautions compliquées liées à l'acte de consommation ou de conservation, surtout lorsqu'il se trouve particulièrement contraint, habitant en ville notamment. Dans ces conditions, c'est le modèle marque + cépage, qui avait été initié en France avec les vins de pays de région notamment dans les années 1970 et boosté par l'exemple du Nouveau Monde Viticole dès les années 1995, qui gagne du terrain au sein de la communauté vitivinicole internationale. Il affaiblit progressivement la référence à la notion de terroir. Mais les Appellations d'Origine européennes marquent une résistance, en mettant en avant leur notoriété. Les vins pénètrent ainsi effectivement de nouveaux marchés avec un avantage pour les vins de marque soit de type « marques géographiques » soit qui ne s'embarassent pas de références à l'IG ni de référence à un quelconque contexte culturel d'usage. La communication et le marketing assurent l'essentiel de la création de valeur auprès des consommateurs ; ils leur vantent de nouveaux attributs et de nouvelles perspectives de consommation mais sans délaisser toutefois complètement les références qui – bien que floues comme le terroir ou mal connues comme les AOP – entretiennent une crédibilité auprès du consommateur. Comme d'autres attributs sont valorisés par le marketing, assurément plus simples et plus efficaces que le terroir ou la référence au contexte culturel français, l'image des vins français n'est alors plus véritablement un facteur clé du succès pour la performance à l'export. Pour autant, l'image des vins français demeure un support de crédibilité qui pourra être utilisée par les publicitaires,...mais aussi détournée, par exemple suggérée pour vanter des produits non originaires de France.

### Micro scénario 2.3

#### Hypothèses motrices :

*Versus232 : Les prescripteurs ne jouent qu'un faible rôle dans le choix des consommateurs et n'exercent qu'un pouvoir modéré sur les marchés.*

**121+204** Dans l'UE et dans le monde les pratiques œnologiques se libéralisent (aromatisation, mouillage,...)

#### Titre : Un consommateur traditionnel dans un univers libéralisé

Résumé : Porté par des décennies d'habitudes et d'occasions de consommation traditionnelles, le consommateur de vin demeure culturellement attaché à ses repères pour guider ses choix de produits, ses comportements d'achat et de consommation des vins. Mais la gouvernance mondiale a libéralisé l'économie viticole et ouvert la porte à une offre plus ouverte, moins prisonnière d'une définition internationale unique ou de concepts de terroirs

jugés trop flous et sans doute trop protectionnistes, et notamment à des vins « de pays tiers ». La communication et le marketing vont faciliter l'accès des consommateurs à ces nouvelles offres. L'image des vins français devra utiliser ces canaux de valorisation mais en concurrence avec des attributs potentiellement plus efficaces.

Au plan international, les évolutions réglementaires sont de plus en plus concertées entre l'UE et l'OIV, au bénéfice d'une harmonisation ; cette concertation facilite dans le monde et dans l'UE en particulier une libéralisation des pratiques œnologiques naguère très encadrées et exclusives notamment de toute aromatisation ou mouillage... Elle se traduit essentiellement non pas par une définition internationale du produit vin, mais plus simplement par une reconnaissance mutuelle des pratiques. Logiquement en application de ces principes très libéraux pour la production et favorables au libre-échange pour la distribution, les accords douaniers permettent aux pays producteurs et aux pays consommateurs de mettre en marché sous leur origine, des vins produits à partir de moûts importés et/ou assemblés à partir de vins importés. Simplement, rémanence d'un système plus protectionniste bien établi antérieurement et afin d'orienter ses consommateurs, l'UE étiquette spécifiquement les vins non entièrement obtenus sur son territoire ; dès lors ceux-ci font leur entrée en UE, et vont tenter de séduire un consommateur pourtant réputé traditionnel.

Les prescripteurs de la presse (papier ou numérique) ne jouent qu'un faible rôle dans le choix des consommateurs et n'exercent qu'un pouvoir modéré sur les marchés. Les consommateurs durant la période de covid-19 ont modifié temporairement leurs habitudes de consommation en défaveur des restaurants, et achètent désormais les belles bouteilles plutôt chez les cavistes capables de les conseiller. Nouveaux lieux, nouvelles occasions, nouveaux accessoires restent des gadgets anecdotiques qui ne modifient pas réellement la consommation du vin. Le consommateur entretenu dans un certain conservatisme par des occasions de consommation qui demeurent traditionnelles, valorise des signes de différenciation classiques tels que le terroir et l'appellation d'origine. Mais le flou attaché à ces notions et surtout la mondialisation de la production et de la consommation tendent à le rendre moins spécialiste, et à lui proposer, parfois en complément des AOC, des marques plus lisibles et bien marketées, notamment de vins étrangers et de pays tiers. Ainsi le modèle européen plutôt orienté sur l'IGP/AOP, assorties de contraintes dans les pratiques et de la notion de terroir de production, est entravé dans sa diffusion au sein de la communauté vitivinicole internationale et quelque peu concurrencé à la marge par le modèle marque + cépage, naguère minoritaire en France mais dominant dans le nouveau monde viticole. Les réglementations internationales se concentrent sur ces différents modèles.

Le consommateur connaît et respecte l'existence de principes de service et de conservation des vins et cherche volontiers des vins rouges et des vins de garde; mais notamment compte tenu des contraintes que cela impose en milieu urbain, il ne les pratique plus aussi régulièrement et oriente parfois ses choix vers un plaisir plus immédiat ; et même si ses préférences continuent de se porter sur les vins rouges, le consommateur français comme le consommateur mondial augmente parallèlement sa consommation de vins clairs (rosés et blancs). La mondialisation multiplie aussi les références disponibles pour les consommateurs et les nouveaux marchés extérieurs adoptent le vin de moins en moins attaché à son contexte culturel d'usage. Le marché du vin devenu mondial ne tend pas pour autant vers l'uniformisation, et devient même plus complexe et sophistiqué qu'aujourd'hui. La qualité organoleptique des produits et l'innovation sont les premiers moteurs de la création de valeur mais la communication et le marketing deviennent des moteurs auxiliaires incontournables ; ils peuvent être mis au service des AOC et IG traditionnelles mais aussi servir de nouveaux segments de produits plus conformes à l'évolution graduelle des attentes des consommateurs. Dans ce contexte concurrentiel l'image des vins français peut se révéler un facteur clé de succès mieux maîtrisé par les opérateurs et le plus crédible pour la performance à l'export ; mais elle risque d'être détournée au profit de produits évoquant simplement cette image sans en être originaires et d'être mise en concurrence avec d'autres attributs plus variés, plus modernes et plus convaincants.

#### **Micro scénario 2.4**

### Hypothèses motrices :

*Versus232 : Les prescripteurs ne jouent qu'un faible rôle dans le choix des consommateurs et n'exercent qu'un pouvoir modéré sur les marchés.*

*Versus121+204 : Dans l'UE et dans le monde, les pratiques œnologiques demeurent spécifiques et restrictives.*

### Titre : Un consommateur classique dans un contexte viticole traditionnel

Résumé : L'économie viticole se caractérise par une gouvernance mondiale bâtie au début du XXe siècle et qui encadre bien les pratiques autorisées jusqu'à une définition du vin mondiale consensuelle et valorise les attributs spécifiques à la production comme le terroir, et en aval à la conservation et la consommation des vins. Le consommateur bercé par ce contexte confortable et porté par des décennies d'habitudes et d'occasions de consommation traditionnelles, qui favorise son expertise et sa maîtrise des pratiques culturelles attachées au vin n'est guère enclin à évoluer fortement. Il demeure traditionnel dans ses choix de produits, ses comportements d'achat et de consommation des vins. La France exporte ses vins en y attachant ce contexte culturel d'usage et l'image de ses vins français comme celle de ses consommateurs favorisent ses performances à l'export.

Les prescripteurs ne jouent qu'un faible rôle dans le choix des consommateurs et n'exercent qu'un pouvoir modéré sur les marchés. Les consommateurs durant la période de covid-19 ont modifié temporairement leurs habitudes de consommation en défaveur des restaurants ; ils achètent désormais les belles bouteilles plutôt chez les cavistes capables de les guider dans leurs choix, mais aussi dans les restaurants dont ils retrouvent le chemin et qui savent les conseiller. Le consommateur de vin demeure majoritairement traditionnel dans ses habitudes et comportements. Il se crée bien quelques nouveaux lieux, nouvelles occasions, nouveaux accessoires mais qui restent des gadgets anecdotiques sans réel impact sur les modes de consommation du vin. En France comme à l'international le consommateur adosse essentiellement ses choix à des signes de différenciation classiques tels que la typicité – en dépit des imprécisions du concept -, et valorise de ce fait volontiers les vins d'AOC, en alternative ou en complément des marques. Le consommateur français se révèle conservateur et traditionaliste, autant que le consommateur mondial qui s'est laissé influencer en adoptant le vin sur les nouveaux marchés extérieurs, comme attaché à son contexte culturel d'usage. Ils continuent de privilégier dans leurs choix des vins de garde en même temps qu'ils demeurent attentifs aux conditions favorables de service des vins et de conservation, en dépit des contraintes qu'ils s'imposent alors surtout s'ils sont citadins. Il s'ensuit que les préférences d'achat se portent sur les vins rouges par opposition aux vins plus clairs (rosés et blancs).

L'image des vins français est un facteur clé du succès pour la performance à l'export. La communication et le marketing n'ont pas beaucoup d'impact sur la création de valeur des vins, même de marque, qui passe d'abord par la qualité organoleptique des produits et l'innovation. Le modèle UE plutôt orienté sur l'IGP/AOP assorties de contraintes dans les pratiques et de la notion de terroir de production, diffuse alors largement au sein de la communauté vitivinicole internationale et les réglementations internationales autour du vin se développent sur le même modèle.

Dans l'UE et dans le monde, les pratiques œnologiques demeurent spécifiques et restrictives. Les états membres de l'OIV ont fait la preuve de leur capacité à concilier des pratiques œnologiques spécifiques et restrictives avec les principes de libre-échanges de l'OMC, et sans doute de leur capacité à créer de la valeur. Les évolutions réglementaires sont ainsi de plus en plus concertées entre l'UE et l'OIV, assurant une harmonisation internationale. Il perdure alors une définition internationale du produit vin, dans la ligne des principes fondateurs de l'OIV (206+). Ces principes d'harmonisation internationale s'accommodent toujours assez bien d'accords douaniers restrictifs dont le fondement est d'origine technique et non économique. Ainsi dans la ligne des accords de Berlin, qui demeurent respectés, les accords douaniers ne permettent pas aux pays producteurs et aux pays consommateurs de mettre en

marché sous leur origine, des vins produits à partir de moûts importés et/ou assemblés à partir de vins importés.

› Agrégat 3 : le rôle de l'aval, la logistique, le e-commerce

### Micro scénario 3.1

#### Hypothèses motrices :

**350** : La valeur ajoutée des distributeurs augmente au niveau de la distribution ce qui stimule la valorisation des vins sur le marché des consommateurs et permet les investissements nécessaires au recrutement de nouveaux consommateurs.

**52** : L'embouteillage se délocalise vers les lieux de réexportation et de consommation (ex. en Allemagne et aux Pays-Bas)

#### Titre : **La GD se restructure et tire son épingle du jeu**

Résumé : Contraintes environnementales et opportunités de croissance de la VA notamment sur le marché intérieur, en lien avec des attentes sociétales croissantes, permettent à une grande distribution restructurée de s'adapter aux différentes demandes (notamment en intégrant des points de vente de proximité), tout en résistant aux *pure players* logistiques (type Amazon), et ce, notamment en développant des MDD à connotation géographique concurrençant fortement les vins à IG, et en s'appuyant sur sa logistique intégrée: L'hypermarché est mort, Vive les groupes de la grande distribution!

Les prix de vente de l'agroalimentaire s'accroissent au motif de permettre une intégration dans les produits d'attentes sociétales croissantes **et la valeur ajoutée des distributeurs augmente ce qui stimule la valorisation des vins sur le marché des consommateurs et permet les investissements nécessaires au recrutement de nouveaux consommateurs**, notamment de vins mais pas seulement.

Dans le même temps, sous contrainte de la réglementation environnementale, pour éviter des émissions de GES trop importantes liées au transport des bouteilles, **l'embouteillage se délocalise vers les lieux de réexportation** (ex. en Allemagne et aux Pays-Bas) **et de consommation** (par exemple les métropoles sur le marché intérieur). Ainsi, en France la production de raisin et de vin est-elle progressivement pilotée par les distributeurs qui captent une VA croissante et ce, sur cahier des charges, notamment pour limiter la responsabilité du fait du produit mais sous contrainte d'une réglementation environnementale. Les distributeurs avec point de vente (GMS, cavistes...) comme d'ailleurs les metteurs en marché (caves coopératives viticoles, négoce) et les vigneron eux-mêmes, innovent en matière d'approches commerciales diversifiées sur le marché intérieur pour être moins dépendant des barrières douanières, tarifaires, sanitaires, etc... rencontrées à l'export, limitant ainsi leurs coûts d'adaptation (logistique longue distance, de transaction...) aux contraintes environnementales, tout en bénéficiant du développement de la demande notamment intérieure, permise par le recrutement de nouveaux consommateurs. Ainsi, en particulier sur le territoire national, en alliant des rayons vin en supermarché mieux conçus (d'aspect plus joli et bénéficiant de la mise en place d'applications fixes ou mobiles capables de guider les clients au rayon vin) et en anticipant la fin du modèle hypermarché en intégrant certains points de vente près de chez soi (proximité, cavistes, bars à vin, ...) la Grande Distribution (au sens d'entité financière), forte de ses performances logistiques, accroît ses ventes de vins.

Cette progression des ventes notamment en France, accompagnée d'une progression de captation de valeur ajoutée, conforte le pouvoir de négociation de la distribution lui permettant progressivement de piloter par cahier des charges la production de raisins et de vins, notamment en développant davantage les MDD. Ainsi donc, l'augmentation de la valeur ajoutée au niveau des distributeurs, qui leur permet notamment de dégager les budgets nécessaires au recrutement de nouveaux consommateurs de vins et les contraintes environnementales, qui visent notamment à limiter les émissions de GES liées aux transports des produits du secteur, conduisent les distributeurs classiques avec point de vente (GMS en

particulier) à se ré-intéresser et à innover sur le marché intérieur. Dotés de ces nouveaux moyens financiers et ayant déjà intégré leur logistique sur le territoire national, ils sont amenés progressivement à piloter en France, via des MDD notamment, la production de raisins et de vins sur cahier des charges.

Dans ce contexte, si le « guidage » des potentiels acheteurs dans des magasins rénovés, ainsi que l'adaptation de leur réseau de points de vente à une demande de davantage de proximité, se révèlent de nature à permettre un accroissement des ventes de la Grande distribution, le recours croissant au e-commerce, largement partagé par l'ensemble des opérateurs de la filière vins pour commercialiser leurs produits, ne change que peu les parts de marché des différents opérateurs, les « *pure players* », notamment logistiques (type Amazon...), ont un poids faible. En effet, dans un contexte français encore peu propice à une rémunération « correcte » de la livraison, ces *pure players* ne trouvent finalement pas que la captation d'informations à haute fréquence sur les clients (via un investissement sur le secteur alimentaire) soit suffisamment rentable pour continuer d'investir massivement. Par conséquent leur part de marché reste mineure, en particulier comparé à la GD qui est dotée d'une logistique intégrée, d'un réseau conséquent de *drives* et dorénavant d'un réseau de points de vente permettant de capter la demande croissante de proximité. Cette dernière est ainsi armée pour résister aux performances des spécialistes de la commande dématérialisée et de la livraison.

Dans la mesure où les distributeurs « traditionnels » ont su se moderniser en développant leurs ventes dématérialisées et en investissant dans la proximité, la contrainte réglementaire imposée par l'UE du rapprochement des lieux d'embouteillage des lieux de consommation réduit l'avantage compétitif de la maîtrise logistique du dernier kilomètre au regard de l'ensemble de la chaîne, en plaçant chaque distributeur sur des lignes de départ proches « avant d'entrer en ville ». La technicité spécifique des *pure players* logistiques (colisage...) et l'étendue de leur offre (alimentaire, biens culturels...) leur confère un avantage non décisif. Ces évolutions contribuent à stabiliser les parts de marché des intervenants traditionnels de ce marché. En retour, le poids des distributeurs avec point de vente est renforcé, notamment sur un territoire national, moins complexe à gérer que l'expédition hors France, du fait des contraintes environnementales conduisant à devoir rapprocher les lieux d'embouteillage des lieux de la consommation finale. L'embouteillage se délocalisant vers les lieux de réexportation et de consommation, l'apparition d'une nouvelle catégorie d'acteurs, quasi-exclusivement assembleurs, utilisant des vins de diverses origines, prend une place croissante dans le monde vitivinicole, et ce particulièrement dans les pays non traditionnellement vinicoles.

La concomitance de l'offre de ces nouveaux assembleurs et des volumes exportés en provenance des pays viticoles traditionnellement exportateurs et non destinés à l'assemblage (offre de vins à IG, marques « nationales » des pays exportateurs... essentiellement en vrac) favorise l'apparition d'un excédent d'offre particulièrement dans les pays importateurs non viticoles mais mûrs en terme de demande. Le risque d'apparition d'un excédent sur certains marchés d'exportation et par conséquent d'une baisse sur les prix et les marges, conduit nombre d'opérateurs de la filière vin française à se reconcentrer sur le marché intérieur (sans se désintéresser totalement de l'export), entraînant une moindre dépendance aux barrières de toutes sortes lors des échanges, mais aussi une réduction des coûts liés à la réglementation environnementale induisant une difficulté de commercialisation de vins conditionnés (notamment en bouteille de verre depuis les lieux de production du raisin et du vin).

La valeur ajoutée dans la filière vin s'étant déplacée au profit de l'aval et notamment des distributeurs finaux, le recrutement de nouveaux consommateurs est favorisé par la minimisation du risque à l'achat (et notamment au ré-achat). La logique de « marque commerciale » garantie de la constance du produit à l'acheteur est adaptée à cet objectif. Elle est en effet plus accessible techniquement via l'assemblage que ne l'est la promesse de la constance qualitative dans les IG, sauf éventuellement dans celles quantitativement importantes. Les opérateurs, notamment distributeurs via des MDD, y investissent. Ainsi des

marques de vin françaises sont-elles capables de créer de la valeur ajoutée à un niveau comparable à l'AOC et rivalisent avec la qualité perçue des châteaux.

Le lien à l'origine géographique du vin est dorénavant prioritairement portée par d'autres mentions que les IG, et notamment par des marques géographiques ou équivalentes, par exemple sur les marchés d'exportation où dans l'esprit de nombre de nouveaux consommateurs « provenance vaut origine ». Sur le territoire national, la régionalisation et l'existence de gammes régionales complètes incluant les VSIG, favorisent l'émergence de marques « ombrelle » régionales, ce qui renforce en retour le poids des marques dans l'offre française, et ce d'autant plus qu'il n'a pas été possible pour l'UE dans les négociations internationales de réserver les mentions valorisantes (au-delà de l'indication de cépage et de millésime) aux seuls vins avec IG. Le pilotage de l'offre vinicole par les distributeurs notamment via des MDD à connotation géographique sur le territoire national s'en trouve renforcé.

La valeur ajoutée générée à l'aval de la filière vin se révélant croissante, au bénéfice des distributeurs de toute nature et les contraintes environnementales conduisant à un rapprochement des lieux d'embouteillage des lieux de consommation se révélant quant à elles favorables à un recentrage des opérateurs de la filière sur le marché intérieur, la grande distribution « classique » tire bien son épingle du jeu, au point de piloter la production de raisin et de vin en France notamment en développant des MDD, et ce :

- non pas en développant le e-commerce, ce que tous les opérateurs font et qui ne modifient pas en sa faveur la répartition de la VA entre acteurs,
- mais en accompagnant mieux le consommateur en magasin, en intégrant une partie de la distribution de proximité et en s'appuyant sur sa logistique intégrée, (ne permettant ainsi pas aux *pure-players* de s'attribuer une part significativement croissante du marché intérieur).

Bien que l'excédent d'offre en milieu de gamme, notamment sur les marchés étrangers où la GD est présente, soit de nature à quelque peu amoindrir cette création de valeur, la Grande Distribution y participe pour la filière V&V notamment sur le marché intérieur et ce, malgré la concurrence entre enseignes.

### Micro scénario 3.2

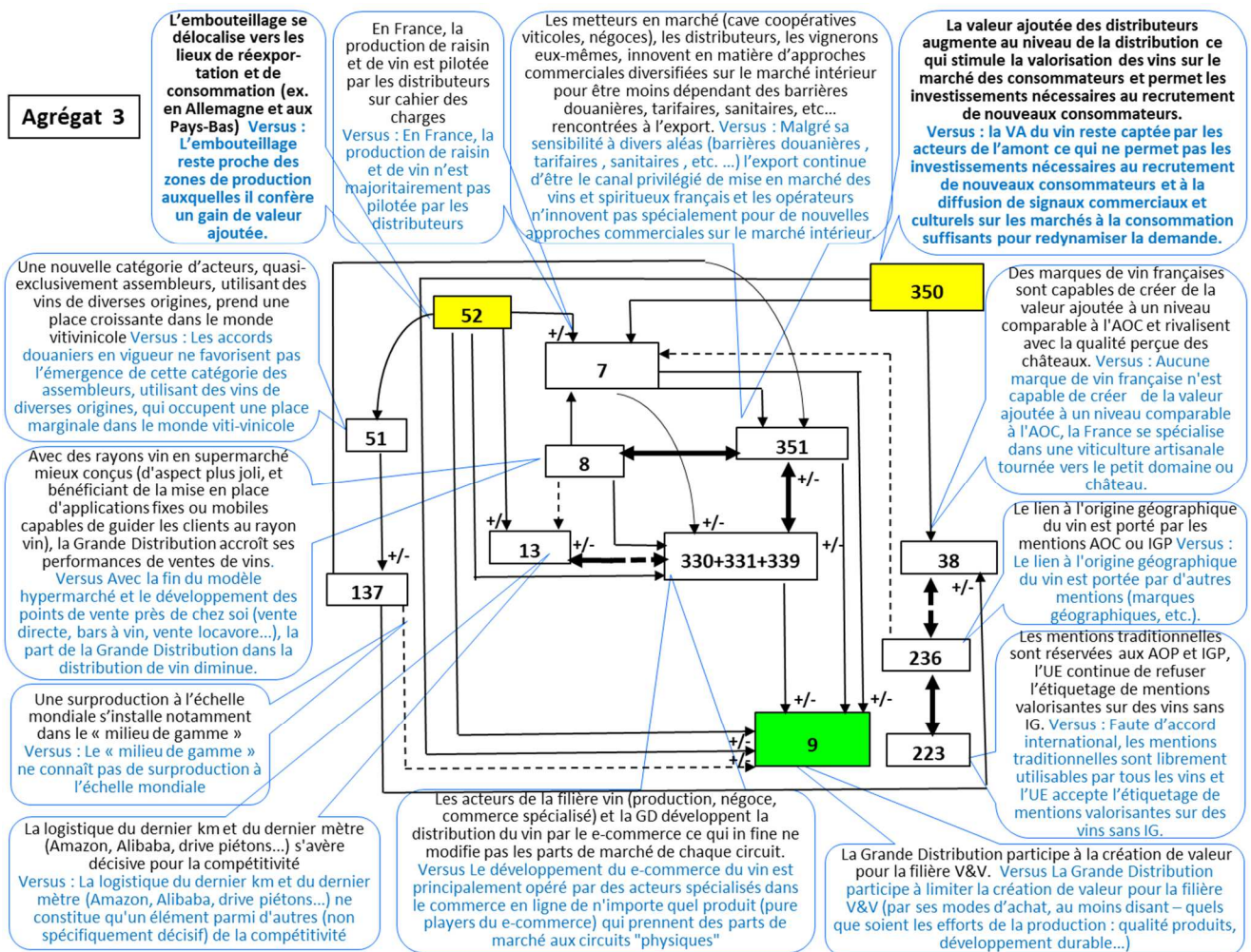
#### Hypothèses motrices :

**350** : La valeur ajoutée des distributeurs augmente au niveau de la distribution ce qui stimule la valorisation des vins sur le marché des consommateurs et permet les investissements nécessaires au recrutement de nouveaux consommateurs.

*Versus52 : L'embouteillage reste proche des zones de production auxquelles il confère un gain de valeur ajoutée.*

#### Titre : Concurrence logistique en ville, un perdant : le négoce

Résumé : La distribution des vins génère suffisamment de VA pour que, réinvestie notamment sur le marché national, elle permette le recrutement de nouveaux consommateurs, qui demeurent attachés à un embouteillage près des lieux de production mais aussi aux circuits courts et à la proximité. La grande distribution s'y adapte, mais l'importance prise par la logistique du dernier kilomètre permet aux « *pure players* » de type Amazon, de capter également une part de la valeur ajoutée. Cette VA est en partie majoritaire créée par l'amont via l'IG, mais aussi par des MDD à connotation géographique. La filière, notamment à l'amont, cherche dans l'export un autre terrain pour conserver la valeur ajoutée qu'elle contribue à créer mais l'équilibre du marché mondial, notamment en milieu de gamme est instable.



La valeur ajoutée des distributeurs augmente au niveau de la distribution ce qui stimule la valorisation des vins sur le marché des consommateurs et permet les investissements nécessaires au recrutement de nouveaux consommateurs, tandis que l'embouteillage reste proche des zones de production auxquelles il confère un gain de valeur ajoutée.

En France, la production de raisin et de vin est pilotée par les distributeurs en partie sur cahier des charges, mais grâce aussi à l'intégration d'une part de l'embouteillage.

Les metteurs en marché (cave coopératives viticoles, négoce), les vignerons eux-mêmes surtout les distributeurs, innovent en matière d'approches commerciales diversifiées prioritairement sur le marché intérieur pour être moins dépendants des barrières douanières, tarifaires, sanitaires, etc... rencontrées à l'export, sans pour autant que l'export soit abandonné par la filière française, notamment par les opérateurs autres que la GD, ne serait-ce que pour conserver un pouvoir de négociation.

En alliant des rayons vin mieux conçus en supermarché (d'aspect plus joli, bénéficiant de la mise en place d'applications fixes ou mobiles capables de guider les clients dans le rayon vin) et en anticipant la fin du modèle hypermarché en intégrant certains points de vente près de chez soi (proximité, cavistes, bars à vin, ...) la Grande Distribution (au sens d'entité financière) forte de ses performances logistiques accroît ses ventes de vins.

Pour des raisons environnementales, la limitation de la circulation automobile en centre-ville conduit à ce que la logistique du dernier km et du dernier mètre (Amazon, Alibaba, drive piétons...) soit de plus en plus importante.



Les acteurs de la filière vin (production, négoce, commerce spécialisé) et la GD développent la distribution du vin par le e-commerce. La logistique du dernier km, dans un contexte où l'embouteillage au plus près de la production est créateur de valeur, confère à la grande distribution (logistique intégrée) et aux *pure players* du e-commerce, spécialistes de la dématérialisation des ventes et des livraisons, une capacité à prendre des parts de marché au détriment du négoce, même si les ventes en circuits courts depuis la propriété se maintiennent via les places de marché électroniques et les drives piétons.

Les accords douaniers en vigueur ne favorisent pas l'émergence d'une catégorie d'assembleurs internationaux utilisant des vins de diverses origines, qui finalement occupent une place marginale dans le monde viti-vinicole.

La poursuite de la recherche de part de marché à l'export par la France mais aussi des autres grands pays producteurs traditionnels, et l'intérêt pour des vins locaux produits dans les pays importateurs (dont la production croît) conduit à ce qu'il existe une tendance à l'encombrement du marché mondial notamment dans le « milieu de gamme ».

Dans ce contexte, quelques marques de vin françaises sont capables de créer de la valeur ajoutée à un niveau comparable à l'AOC, souvent en s'appuyant sur une IG, et rivalisent avec la qualité perçue de certains châteaux. La viticulture artisanale tournée vers le petit domaine ou château demeure conséquente en France, même si elle demeure majoritairement diffusée par des distributeurs à la taille conséquente.

Le lien à l'origine géographique du vin est porté par de nombreuses mentions dont l'AOC ou l'IGP, mais aussi plus rarement par des marques géographiques (en France, souvent des MDD sous l'influence de la grande distribution). L'UE peine à ce que les mentions traditionnelles soient réservées aux AOP et IGP, en continuant de refuser l'étiquetage de mentions valorisantes à connotation géographique sur des vins sans IG.

*In fine*, La Grande Distribution participe à la création de valeur pour la filière V&V en réinvestissant sur le marché national, notamment en captant une partie de la valeur issue de la production via les IG.

### Micro scénario 3.3

#### Hypothèses motrices :

*Versus350 : la valeur ajoutée du vin reste captée par les acteurs de l'amont ce qui ne permet pas les investissements nécessaires au recrutement de nouveaux consommateurs et à la diffusion de signaux commerciaux et culturels sur les marchés à la consommation suffisants pour redynamiser la demande.*

**52** : L'embouteillage se délocalise vers les lieux de réexportation et de consommation (ex. en Allemagne et aux Pays-Bas)

**Titre** : Les metteurs en marché s'appuient sur les « *pure players* » pour exporter

**Résumé** : Tandis que le conditionnement des vins se délocalise au plus près des lieux de consommation ou des ports, l'amont de la filière qui capte la valeur ajoutée principalement grâce aux IG, n'investit pas sur le marché intérieur (marché mûr voire décroissant) et préfère, malgré les contraintes logistiques, se diriger vers l'export. Ce sont les metteurs en marché, indépendants, coopératifs comme négociants qui portent ces flux et s'appuient sur les « *pure players* » du e-commerce qui, implantés dans de nombreux pays, ont la capacité à gérer la diversité des contraintes logistiques locales. La grande distribution est handicapée par la fin du modèle hypermarché et perd du poids dans la filière.

La valeur ajoutée du vin reste captée par les acteurs de l'amont ce qui ne permet pas les investissements nécessaires au recrutement de nouveaux consommateurs et à la diffusion de signaux commerciaux et culturels sur les marchés à la consommation suffisants pour redynamiser la demande. La réglementation environnementale conduit quant à elle à ce que

l'embouteillage se délocalise vers les lieux de réexportation (ex. en Allemagne et aux Pays-Bas) et de consommation (grandes agglomérations notamment européennes).

En France, la production de raisin et de vin n'est majoritairement pas pilotée par les distributeurs, c'est plutôt le négoce assembleur et embouteilleur, voire des filiales de coop qui se sont rapprochés des villes et des ports ayant le plus d'atout pour le faire au sein de la filière (facilité plus importante que les vigneron indépendants pour atteindre une taille critique en volume nécessaire à la rentabilisation d'installation d'embouteillage de ce type notamment sur le marché intérieur).

Les opérateurs d'amont captant la plus grande part de la VA mais n'investissant pas dans le recrutement de nouveaux consommateurs dans les pays où le vin est bien implanté, malgré sa sensibilité à divers aléas (barrières douanières, tarifaires, sanitaires, etc. ...) l'export notamment en tant que vecteur d'une extension géographique de la demande, continue d'être un canal important de mise en marché des vins et spiritueux français et les opérateurs n'innovent pas spécialement pour de nouvelles approches commerciales sur le marché intérieur, se contentant d'en suivre les évolutions notamment vers plus de proximité, tout en visant à conserver un lien avec la production.

Avec la fin du modèle hypermarché et le développement des points de vente près de chez soi (vente directe, bars à vin, vente locavore...), la part de la Grande Distribution dans la distribution de vin diminue. La limitation de la circulation automobile en centre-ville conduit à ce que la logistique du dernier km et du dernier mètre (Amazon, Alibaba, drive piétons...) s'avère importante sans cependant être décisive pour la compétitivité. Les acteurs d'amont (négoce inclus) de la filière développent la distribution du vin par le e-commerce notamment à destination de l'export et s'appuie pour se faire sur des acteurs spécialisés dans le commerce en ligne de n'importe quel produit (*pure players* logisticiens du e-commerce en priorité, mais pas uniquement également des opérateurs de places de marché électroniques) et implantés dans de nombreux pays, compte tenu de leur savoir-faire pour gérer la diversité des contraintes logistiques locales.

Une nouvelle catégorie d'acteurs, quasi-exclusivement assembleurs, utilisant des vins de diverses origines, prend une place croissante dans le monde vitivinicole. La poursuite de la recherche de part de marché à l'export de la France mais aussi des autres grands pays producteurs, et l'apparition des assembleurs internationaux notamment près des hubs logistiques conduit à ce qu'il existe une tendance à l'encombrement du marché mondial notamment dans le « milieu de gamme ».

Quelques marques de vin françaises (notamment des marques ombrelles de négociants à forte implication régionale) sont capables de créer de la valeur ajoutée à un niveau comparable à l'AOC, mais le plus souvent en s'appuyant sur une ou plusieurs IG. Elles peuvent rivaliser avec la qualité perçue de certains châteaux mais la viticulture artisanale tournée vers le petit domaine ou château demeure dominante en termes d'image en FR.

Le lien à l'origine géographique du vin est porté très majoritairement par les mentions AOC ou IGP. Les mentions traditionnelles sont réservées aux AOP et IGP, l'UE continue encore de refuser l'étiquetage de mentions valorisantes sur des vins sans IG malgré un coût de négociation croissant *In fine*, la Grande Distribution ne participe ni à la création de valeur pour la filière V&V ni à sa limitation (par ses modes d'achat, au moins disant par exemple), handicapée qu'elle est par la fin du modèle hypermarché, et le fait de ne plus être de ce fait un lieu de croissance de VALEUR AJOUTÉE qui lui aurait permis de s'adapter.

#### **Micro scénario 3.4**

##### Hypothèses motrices :

*Versus350 : la valeur ajoutée du vin reste captée par les acteurs de l'amont ce qui ne permet pas les investissements nécessaires au recrutement de nouveaux consommateurs et à la*

*diffusion de signaux commerciaux et culturels sur les marchés à la consommation suffisants pour redynamiser la demande.*

*Versus52 : L'embouteillage reste proche des zones de production auxquelles il confère un gain de valeur ajoutée.*

**Titre : L'amont de la filière et, dans une moindre mesure, les « pure players » se partagent la valeur ajoutée d'un marché ne se développant plus qu'à l'exportation**

**Résumé :** L'amont de la filière vin en France continue de s'approprier la valeur ajoutée liée au produit via les IG (défendues au plan international par l'UE), mais la valeur ajoutée globale générée ne croît pas et ne permet pas d'investir pour recruter de nouveaux consommateurs sur un marché mûr comme le marché intérieur, et ce malgré ses efforts en matière de e-commerce. Les *pure players* de tous ordres et notamment ceux, spécialistes de la distribution urbaine prend des parts de marché à une grande distribution qui recule. L'exportation continue d'être la voie de croissance possible de la filière française pilotée par l'amont, et ce dans un contexte quantitatif de marché plutôt équilibré.

La valeur ajoutée du vin reste captée par les acteurs de l'amont ce qui ne permet pas les investissements nécessaires au recrutement de nouveaux consommateurs et à la diffusion de signaux commerciaux et culturels sur les marchés à la consommation suffisants pour redynamiser la demande. Quant à l'embouteillage il demeure proche des zones de production auxquelles il confère un gain de valeur ajoutée.

Ainsi, en France, la production de raisin et de vin n'est majoritairement pas pilotée par les distributeurs, mais par l'amont.

Les opérateurs d'amont captant la plus grande part de la valeur ajoutée et n'investissant pas dans le recrutement de nouveaux consommateurs dans les pays où le vin est implanté de longue date, l'export, malgré sa sensibilité à divers aléas (barrières douanières, tarifaires, sanitaires, etc. ...), notamment en tant que vecteur d'une extension géographique de la demande, continue d'être un canal important de mise en marché des vins et spiritueux français et les opérateurs n'innovent pas spécialement pour de nouvelles approches commerciales sur le marché intérieur, se contentant d'en suivre les évolutions notamment vers plus de proximité

Avec la fin du modèle hypermarché et le développement des points de vente près de chez soi (vente directe, bars à vin, vente locavore...), la part de la Grande Distribution dans la distribution de vin diminue. La limitation de la circulation automobile en centre-ville conduit à ce que la logistique du dernier km et du dernier mètre (Amazon, Alibaba, drive piétons...) s'avère importante sans cependant être décisive pour la compétitivité, mais la conservation du lien à la production demeure un atout commercial.

Le développement du e-commerce du vin est principalement opéré par 2 types d'acteurs : des acteurs spécialisés dans le commerce en ligne de n'importe quel produit (*pure players* du e-commerce) qui prennent des parts de marché aux circuits « physiques » et les acteurs d'amont de la filière vins, le tout au détriment notamment des hypers et supermarchés.

La valeur ajoutée étant captée par les opérateurs d'amont de la filière et l'embouteillage demeurant proche des lieux de production, il n'y a pas d'incitation à la modification des accords douaniers pour que se développe une nouvelle catégorie d'acteurs, quasi-exclusivement assembleurs, utilisant des vins de diverses origines, par exemple en attribuant la provenance du produit fini au lieu de l'assemblage final.

Dans ce contexte d'offre, le « milieu de gamme » ne connaît pas de surproductions autres que ponctuelles à l'échelle mondiale.

Notamment dans les pays de l'UE, la valeur ajoutée captée par l'amont ayant comme support préférentiel l'IG, peu de marques françaises de vin sont capables de créer de la valeur ajoutée à un niveau comparable à l'AOC, la France conserve une part conséquente de viticulture

artisanale tournée vers le petit domaine ou château. Le caractère relativement fractionné de cette offre amortissant la probabilité qu'un excédent structurel s'installe notamment dans le milieu de gamme.

Le lien à l'origine géographique du vin est donc très prioritairement porté par les mentions AOC ou IGP. Les mentions traditionnelles sont réservées aux IG, l'UE continuant de refuser l'étiquetage de mentions valorisantes sur des vins sans IG.

In fine, la Grande Distribution participe à limiter la création de valeur pour la filière V&V, concurrencée qu'elle est par les *pure players* sur le plan logistique et incapable d'accompagner la demande vers plus de proximité faute de captation d'une part suffisante de VALEUR AJOUTÉE. Ceci la conduisant à jouer les prix bas avec achat au moins disant et ce, quels que soient les efforts de la production : qualité produits, développement durable... et ceci bien que le marché mondial ne soit globalement pas excédentaire.

› Agrégat 4 : intervention européenne, régulation des marchés et de l'offre et les revenus des viticulteurs.

#### Micro scénario 4.1

##### Hypothèses motrices :

**353** La valorisation des sous-produits joue un rôle significatif dans l'équilibre économique des entreprises (distillation des marcs et lies, extraction des anthocyanes...)

**42** Faute d'instance de régulation nationale, la suppression des droits de plantation permet au négoce, par l'augmentation de l'offre de raisin ou de vins, voire de matière première, qu'elle entraîne, de jouer la concurrence intra et inter-régionale et de déplacer la chaîne de valeur ajoutée à son profit.

##### Titre : Débouchés vitivinicoles versus débouchés énergétiques

Résumé : En réaction à la diminution tendancielle des prix de ses débouchés vins, l'amont voit ses acteurs se partager selon deux voies : pour ceux qui peuvent tirer le meilleur parti des aides communautaires et/ou développent leur activité œnotouristique, l'activité viticole demeure la plus rentable des activités ; pour les autres, le développement des débouchés énergétiques en accord avec des opérateurs du secteur énergétique s'impose.

Avec un marché (mondial et national) du vin en diminution, la valorisation des sous-produits (distillation des marcs et lies, extraction des anthocyanes...) joue un rôle significatif dans l'équilibre économique des entreprises de la filière vitivinicole.

Dans un contexte de recherche d'indépendance dans l'approvisionnement énergétique impulsée par les pouvoirs publics, et afin de soutenir l'activité de la filière, ses débouchés énergétiques (ex. : biocarburant à base d'éthanol) font l'objet d'une régulation (type mandat mais pour biocarburant aux USA) et deviennent concurrents des débouchés classiques (marchés des vins). L'UE conserve un dispositif d'intervention spécifique en matière vitivinicole pour accompagner la filière dans son adaptation structurelle à ces nouvelles conditions concurrentielles (diminution des débouchés vins et développement des débouchés énergétiques).

Faute d'instance de régulation nationale, la suppression des droits de plantation, censée répondre au développement de l'ensemble des débouchés (débouchés vins + débouchés énergétiques), permet au négoce (débouché vins), par l'augmentation de l'offre de raisin ou de vins, voire de matière première, qu'elle entraîne, de jouer la concurrence intra et inter-régionale et de déplacer la chaîne de valeur ajoutée à son profit jusqu'à la limite permise par la concurrence des débouchés énergétiques. La suppression des droits de plantation ne s'accompagne d'aucune présence de régulation publique macroéconomique concernant les marchés du vin sur le territoire français, à l'exception des mesures spécifiques au dispositif d'intervention communautaire, lequel fait l'objet d'un appui en termes de suivi et d'expertise

(veille & expertise : juridique, administrative, économique,...) par les interprofessions auprès des entreprises pour leur permettre d'en tirer le meilleur parti possible.

L'opposition des intérêts entre amont et aval comme suite à la suppression des droits de plantation et l'exacerbation de la concurrence qui en découle étant un facteur de division au sein même de l'amont, la filière ne se dote d'aucun outil de pilotage susceptible de mettre en perspective le potentiel et les besoins des opérateurs sur le marché national des vins. Mais, en réaction à la diminution tendancielle des prix de ses débouchés vins, l'amont entreprend des démarches auprès des opérateurs en charge des débouchés énergétiques afin de négocier des accords de contractualisation mutuellement acceptables.

Ainsi, la concurrence inter-régionale se limite au marché des vins, chaque région viticole développe une gamme complète de produits (du rosé à faible degré au vin effervescent en passant par le rouge de longue garde), tandis qu'une coordination nationale des régions de production limite la concurrence inter-régionale concernant les débouchés énergétiques afin de négocier dans des conditions optimales des accords avec les opérateurs des filières énergétiques dans une perspective de substitution/pression vis-à-vis des débouchés classiques de l'amont de la filière vitivinicole.

Cette limitation de la concurrence inter-régionale ne concerne pas l'œnotourisme, qui est mis en avant par chaque région viticole (à l'image de ses divers produits vins) comme une nouvelle manière de découvrir le vin et bénéficie de la recherche croissante d'authenticité, de retour aux sources du réel et du plaisir (tendance forte chez les jeunes citadins qui souhaitent prendre du recul par rapport au mode de vie contraignant qui leur est imposé).

En l'absence de maîtrise suffisante des débouchés vins, et malgré le développement de l'œnotourisme, le lien au territoire des coopératives viticoles est remis en question, et celles-ci ont deux options pour assurer leur survie économique :

- se développer hors de leur région, voire à l'étranger, quitte à ce que la coopérative devienne un regroupement de personnes autour d'un projet en vue de construire sa valeur ajoutée sur son efficacité économique ;
- ou bien développer, au sein de son territoire, son activité et ses débouchés énergétiques dans des conditions de rentabilité économique satisfaisante.

Dans ces conditions, la réglementation distingue désormais deux types de coopératives : rien ne change pour les coopératives dont l'essentiel de l'activité demeure lié à leur territoire, mais les règles concernant la fiscalité (directe et indirecte) applicables aux coopératives se développant largement en dehors de leur territoire sont revues pour se rapprocher du secteur privé.

Si les intérêts de la filière vins française n'orientent pas la stratégie de la filière des bois et plants en matière de débouchés strictement vinicoles du fait de l'opposition des intérêts au sein de la filière vins, par contre grâce à une coordination nationale effective au sein de l'amont de la filière concernant les enjeux associés aux débouchés énergétiques, les intérêts de la pépinière et de l'amont de la filière viticole française convergent sur ce point précis (adaptation des débouchés de la pépinière aux besoins de la filière pour les débouchés énergétiques, notamment dans une perspective de long terme).

Pour les vigneronnes qui ont réussi à développer leur activité œnotouristique et/ou ont pu tirer le meilleur parti des aides communautaires, l'activité viticole demeure la plus rentable des activités. Alors que pour d'autres, l'activité associée aux débouchés énergétiques devient de plus en plus importante et plus rentable que l'activité viticole. Ces divers axes de rentabilité (activité vitivinicole appuyée sur les aides de l'UE et le développement de l'œnotourisme ou bien développement des débouchés énergétiques) attirent de nombreux investisseurs externes à la filière (grands groupes financiers, assurances, énergie).

## Micro scénario 4.2

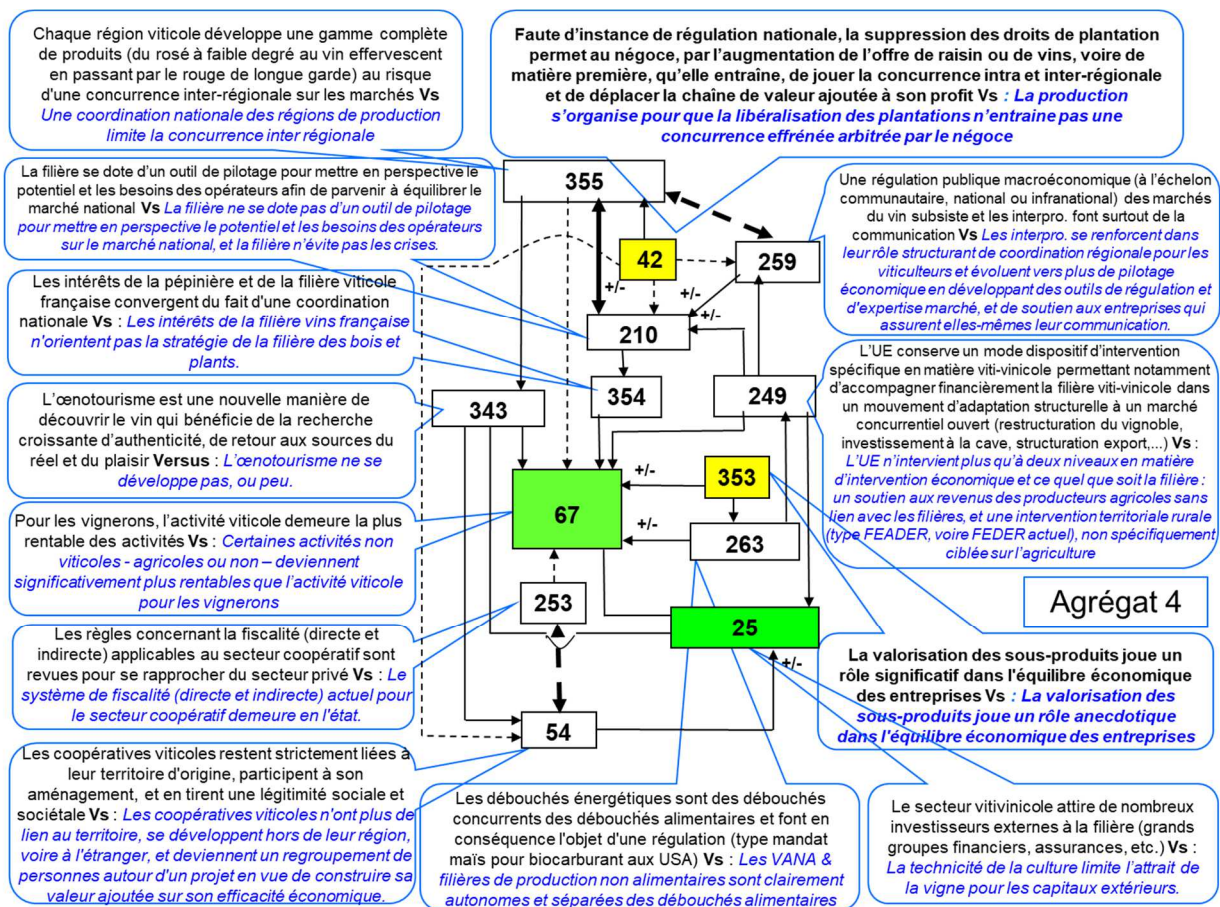
## Hypothèses motrices :

**353** La valorisation des sous-produits joue un rôle significatif dans l'équilibre économique des entreprises (distillation des marcs et lies, extraction des anthocyanes...)

*Versus42 : La production s'organise pour que la libéralisation des plantations n'entraîne pas une concurrence effrénée arbitrée par le négoce.*

**Titre : L'amont impose ses vues**

**Résumé :** Rassemblé et uni, l'amont de la filière oriente les modalités d'organisation et de fonctionnement de la filière de sorte que l'activité viticole demeure la plus rentable des activités pour les vignerons, les débouchés énergétiques servant prioritairement à ajuster et équilibrer les marchés et leurs variations au fil du temps et contribuant également à améliorer le degré d'indépendance énergétique sectoriel et national.



Avec un marché (mondial et national) du vin en diminution, la valorisation des sous-produits (distillation des marcs et lies, extraction des anthocyanes...) joue un rôle significatif dans l'équilibre économique des entreprises de la filière vitivinicole.

Dans un contexte de recherche d'indépendance dans l'approvisionnement énergétique impulsée par les pouvoirs publics, et afin de soutenir l'activité de la filière, ses débouchés énergétiques (ex. : biocarburant à base d'éthanol) font l'objet d'une régulation (type mandat mais pour biocarburant aux USA) et deviennent concurrents des débouchés traditionnels (marchés des vins). L'UE conserve un dispositif d'intervention spécifique en matière vitivinicole pour accompagner la filière dans son adaptation structurelle à ces nouvelles conditions concurrentielles (diminution des débouchés vins et développement des débouchés énergétiques).

La production se mobilise très largement et s'organise en un groupe de pression uni pour que la libéralisation des plantations, initialement promue dans le cadre de la recherche d'indépendance énergétique pour faciliter le développement de la contribution de la filière, n'entraîne pas une concurrence effrénée arbitrée par le négoce et les opérateurs majeurs du secteur des biocarburants.

Organisée et rassemblée pour l'occasion, la production exerce une pression suffisante pour obtenir qu'une régulation publique macroéconomique des marchés du vin et des débouchés énergétiques soit réalisée selon des modalités lui étant favorables, et, de leur côté, les interprofessions pour leur part font surtout de la communication. A l'initiative de la production, toujours mobilisée, unie, et très active, la filière se dote d'un outil de pilotage pour mettre en perspective le potentiel et les besoins des opérateurs afin de parvenir à équilibrer le marché national en privilégiant, dans la mesure du possible, un approvisionnement national. Pour compléter l'ensemble de ce dispositif (régulation des marchés/ débouchés, outil de pilotage de la filière/besoin des opérateurs) sur son versant amont, une coordination nationale des régions de production limite la concurrence inter-régionale. Cette limitation de la concurrence inter-régionale concerne également l'œnotourisme, qui n'est pas mis en avant, et ne se développe donc pas.

Ainsi, globalement et malgré ce désintérêt relatif en matière d'œnotourisme, les conditions sont réunies (maîtrise suffisante des plantations et des débouchés), pour que les coopératives viticoles restent strictement liées à leur territoire d'origine, participent à son aménagement, et en tirent une légitimité sociale et sociétale. Et de ce fait, le système de fiscalité (directe et indirecte) actuel pour le secteur coopératif demeure en l'état.

Grâce à une coordination nationale effective au sein de l'outil de pilotage de la filière, les intérêts de la pépinière et de la filière viticole française convergent (adaptation des débouchés de la pépinière aux besoins de la filière, notamment dans une perspective de long terme). Et ainsi, malgré la stagnation de l'œnotourisme, l'activité viticole demeure la plus rentable des activités pour les vignerons, les débouchés énergétiques servant prioritairement à ajuster et équilibrer les marchés et leurs variations au fil du temps, et secondairement à améliorer le degré d'indépendance énergétique national.

Validée et accompagnée par l'UE, cette rentabilité associant le secteur vitivinicole au secteur énergétique attire de nombreux investisseurs externes à la filière (grands groupes financiers, assurances, etc.) soucieux de placer leurs disponibilités.

### **Micro scénario 4.3**

#### Hypothèses motrices :

*Versus353 : La valorisation des sous-produits joue un rôle anecdotique dans l'équilibre économique des entreprises*

**42** Faute d'instance de régulation nationale, la suppression des droits de plantation permet au négoce, par l'augmentation de l'offre de raisin ou de vins, voire de matière première, qu'elle entraîne, de jouer la concurrence intra et inter-régionale et de déplacer la chaîne de valeur ajoutée à son profit.

#### Titre : L'aval capte la valeur

Résumé : Le négoce profite de la suppression des droits de plantation pour exacerber la concurrence inter-régionale. Avec une rentabilité dégradée pour l'amont de la filière et de plus non soutenu par la PAC, le développement de l'œnotourisme ne peut, à lui seul, compenser les pertes de revenu découlant de cette concurrence inter-régionale. Pour survivre, les coopératives se développent hors de leur région d'origine, y compris à l'étranger.

La valorisation des sous-produits joue un rôle anecdotique dans l'équilibre économique des entreprises qui profitent d'un marché (mondial et national) du vin globalement porteur. Dans un tel contexte, les VANA & filières de production non vitivinicoles sont clairement autonomes et séparées des débouchés traditionnels de la filière (marchés des vins), et l'UE

intervient uniquement pour apporter un soutien aux revenus des producteurs agricoles sans lien avec les filières, et par des aides territoriales rurales (type FEADER, voire FEDER actuel), non spécifiquement ciblées sur l'agriculture.

Faute d'instance de régulation nationale, la suppression des droits de plantation, censée répondre au développement du marché, permet au négoce, par l'augmentation de l'offre de raisin ou de vins, voire de matière première, qu'elle entraîne, de jouer la concurrence intra et inter-régionale et de déplacer la chaîne de valeur ajoutée à son profit

En réponse à cette situation et en complément des interventions de l'UE désormais déconnectées des activités de la filière, les interprofessions se renforcent dans leur rôle structurant de coordination régionale pour les viticulteurs et évoluent vers plus de pilotage économique en développant des outils d'expertise et de régulation de marchés, et de soutien aux entreprises qui assurent elles-mêmes leur communication. Amont et aval jouant chacun leur partition, souvent en opposition, la filière ne se dote d'aucun outil de pilotage susceptible de mettre en perspective le potentiel et les besoins des opérateurs sur le marché national.

Si la concurrence intra régionale est évitée du fait du rôle de coordination structurant exercé par les interprofessions, la concurrence inter-régionale est par contre exacerbée par le négoce qui cherche à en tirer le meilleur parti, et chaque région viticole développe une gamme complète de produits (du rosé à faible degré au vin effervescent en passant par le rouge de longue garde) alimentant ainsi une concurrence inter-régionale sur les marchés. Dans cette même perspective et à l'image de ses divers produits vins, le produit œnotourisme est mis en avant par chaque région viticole comme une nouvelle manière de découvrir le vin qui bénéficie de la recherche croissante d'authenticité, de retour aux sources du réel et du plaisir (tendance forte chez les jeunes citadins qui souhaitent prendre du recul par rapport au mode de vie contraignant qui leur est imposé).

En l'absence de maîtrise suffisante des débouchés et des plantations, et malgré le développement de l'œnotourisme, le lien au territoire des coopératives viticoles se distend. Pour assurer leur survie économique celles-ci se développent hors de leur région, voire à l'étranger, et deviennent, chacune, un regroupement de personnes autour d'un projet en vue de construire sa valeur ajoutée sur son efficacité économique. Compte tenu de cette évolution, les règles concernant la fiscalité (directe et indirecte) applicables au secteur coopératif sont revues pour se rapprocher du secteur privé.

Sans coordination nationale faute d'outil de pilotage de la filière vins française, aucune recherche d'adaptation des débouchés de la pépinière aux besoins de la filière ne fait l'objet d'un effort de coordination, notamment dans une perspective d'orientation des productions à moyen/long terme. Et ainsi, sans coordination nationale de la filière mais avec une concurrence inter-régionale exacerbée et des aides de l'UE sans lien avec la filière, certaines activités non viticoles, agricoles ou non, deviennent significativement plus rentables que l'activité viticole pour les vigneron, malgré le développement de l'œnotourisme qui ne peut compenser à lui seul les pertes de revenu (diminution de l'activité en valeur – cf. concurrence inter-régionale/développement de gammes complètes dans chaque région viticole – plus encore qu'en volume – cf. « délocalisation » de l'activité des coopératives vinicoles, y compris à l'étranger). Avec une rentabilité dégradée, et non soutenue par la PAC, l'activité de l'amont de la filière et la technicité de la culture limitent l'attrait de la vigne pour les capitaux extérieurs.

#### **Micro scénario 4.4**

##### Hypothèses motrices :

*Versus353 : La valorisation des sous-produits joue un rôle anecdotique dans l'équilibre économique des entreprises*



*Versus42 : La production s'organise pour que la libéralisation des plantations n'entraîne pas une concurrence effrénée arbitrée par le négoce.*

**Titre : Maintien d'activités rentables sur le territoire national versus activités à l'étranger**

**Résumé :** Un nombre relativement conséquent de viticulteurs optimisent leurs revenus en fonction des aides octroyées par l'UE indépendamment de toute activité liée à la filière vitivinicole. L'offre (raisins, moûts, vins) est sous pression et certains opérateurs (négociants et coopératives) préservent leur viabilité économique en se tournant vers des activités et un approvisionnement à l'étranger. Les opérateurs (négociants et coopératives) les plus solides sur le marché national le demeurent.

Dans un contexte de maintien du marché (mondial et national) du vin, la valorisation des sous-produits joue un rôle anecdotique dans l'équilibre économique des entreprises (distillation des marcs et lies, extraction des anthocyanes,...). Un tel contexte n'étant pas spécifique à la seule filière vitivinicole, mais plus globalement effectif pour la majorité des filières agricoles, les VANA & filières de production non alimentaires sont clairement autonomes et séparées des débouchés alimentaires. Quelle que soit la filière agricole, cette situation conduit l'UE à limiter ses interventions (aides financières) uniquement pour apporter un soutien aux revenus des producteurs agricoles (sans lien avec les filières), et par des aides territoriales rurales (type FEADER, voire FEDER actuel), non spécifiquement ciblées sur l'agriculture.

La production se mobilise très largement et s'organise en un groupe de pression uni au niveau national pour que la libéralisation des plantations n'entraîne pas une concurrence effrénée arbitrée par le négoce. Cette démarche est confortée par l'assurance d'une régulation publique macroéconomique des marchés du vin visant à tempérer les conséquences négatives de la libéralisation des plantations pour la production. En l'absence d'aides nationales et en complément aux interventions de l'UE désormais totalement déconnectées des activités de la filière vitivinicole, les interprofessions se renforcent dans leur rôle structurant de coordination régionale pour les viticulteurs et évoluent vers plus de pilotage économique en développant des outils d'expertise et de soutien aux entreprises qui assurent elles-mêmes leur communication.

Les tensions potentielles entre l'amont et l'aval associées à la libéralisation des plantations étant suffisamment maîtrisées, la filière se dote d'un outil de pilotage pour mettre en perspective le potentiel et les besoins des opérateurs afin de parvenir à équilibrer le marché national, notamment en privilégiant un approvisionnement national dans la mesure du possible. Mais les effets escomptés de cette démarche sont limités du fait de l'attrait exercé sur un nombre relativement conséquent de viticulteurs qui optimisent leurs revenus en fonction des aides octroyées par l'UE indépendamment de toute activité liée à la filière vitivinicole. L'offre viticole s'en trouve affectée, ce qui exerce une tension à la hausse des cours conduisant certains négociants à prioriser leur activité et leur approvisionnement à l'étranger pour préserver leur viabilité économique.

Cette évolution nuit à la bonne entente et donc à l'efficacité de la coordination nationale des régions de production qui s'efforce de limiter la concurrence inter-régionale. Pour éviter d'aggraver les facteurs potentiels de désunion, cette coordination des régions décide que la limitation de la concurrence inter-régionale doit également s'étendre à l'œnotourisme, dont la mise en avant serait susceptible d'accroître les facteurs de dissension et de concurrence entre les régions de production.

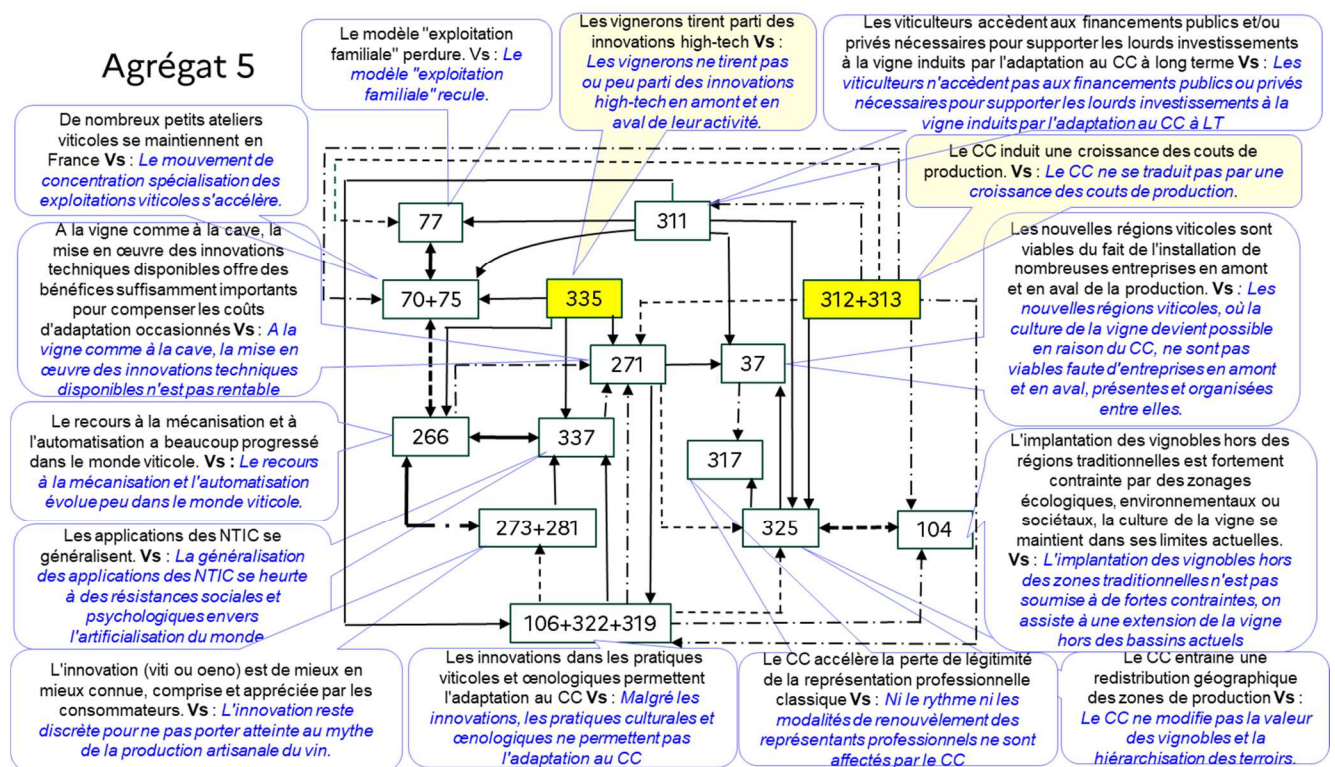
Malgré l'absence de développement de l'œnotourisme, les conditions sont réunies (débouchés suffisants) pour que certaines coopératives viticoles, suffisamment attractives pour leurs adhérents et compétitives en l'état, restent strictement liées à leur territoire d'origine. Les coopératives moins compétitives et qui craignent de perdre trop d'adhérents, ce qui compromettrait leur survie, cherchent à se développer hors de leur région, voire à l'étranger à la suite de certains négociants français, quitte à devenir un regroupement de personnes autour d'un projet en vue de construire sa valeur ajoutée sur son efficacité

économique. Afin de faciliter l'adaptation de ces coopératives aux nouvelles conditions de concurrence, les Pouvoirs publics adaptent les règles en conséquence : rien ne change pour les coopératives dont l'essentiel de l'activité demeure lié à leur territoire, mais les règles concernant la fiscalité (directe et indirecte) applicables aux coopératives se développant largement en dehors de leur territoire sont revues pour se rapprocher du secteur privé.

La coordination nationale de la filière viticole française n'étant que partiellement représentative de l'ensemble de la filière compte tenu des divergences de stratégies et d'intérêts (recherche de développement d'approvisionnement et d'activités à l'export pour un nombre croissant de négociants et de coopératives *versus* priorité au maintien d'activités rentables sur le territoire national pour d'autres), les intérêts de la pépinière et de la filière viticole française ne convergent que partiellement.

Pour les vigneronnes disposant de débouchés stables et rémunérateurs (débouchés associés au cœur du marché national ou bien à des développements réussis à l'export), l'activité viticole demeure la plus rentable des activités. Pour les autres, certaines activités non viticoles, notamment celles susceptibles de bénéficier des aides de l'UE, deviennent significativement plus rentables que l'activité viticole. Avec une rentabilité dégradée pour de nombreux acteurs de la filière, et non soutenue par la PAC, ni par l'œnotourisme, globalement l'attrait de la vigne demeure limité pour les capitaux extérieurs.

### › Agrégat 5 : adaptation au changement climatique et innovation



### Micro-scénario 5-1

#### Hypothèses motrices :

**335** : Les vigneronnes tirent parti des innovations high-tech : en amont, au service du travail dans la vigne et dans le chai (images satellitaires, drones, robotisation,...) et en aval, de la « e-prescription », du développement de sites collaboratifs et de l'apparition de nouveaux modèles marchands (plateformes de marché, crowdfunding...).

**312+313** : Le changement climatique induit une croissance des coûts de production (réponse à une pression pathogène croissante, difficulté de gestion des équilibres hydriques des aléas plus fréquents et d'une variabilité accrue des températures et des précipitations,...).

**Titre : Innovations digitales pour le nomadisme**

**Résumé** : Parmi les innovations et technologies disponibles celles qui facilitent l'identification de nouveaux terroirs viticoles à la marge des vignobles existants, sont développées et mobilisées grâce à des accompagnements financiers publics ou privés qui permettent le maintien du modèle d'exploitation familiale caractéristique de la filière.

Le changement climatique induit une croissance des coûts de production (réponse à une pression pathogène croissante, difficulté de gestion des équilibres hydriques des aléas plus fréquents et d'une variabilité accrue des températures et des précipitations,...).

Les impacts du changement climatique sont variables dans les différentes régions viticoles françaises : sécheresses sur la moitié sud, pression pathogène accrue au nord,... les possibilités d'adaptation ne sont pas identiques. Le changement climatique entraîne une redistribution géographique des zones de production et/ou renouvelle les conditions de compétition entre les régions viticoles en modifiant la valeur des vignobles et la hiérarchisation des terroirs. Certaines régions deviennent de plus en plus inhospitalières pour la vigne, au point que les viticulteurs cherchent de nouveaux terroirs en marge des zones actuelles voire plus loin quand cela est compatible avec les zonages écologiques. L'implantation des vignobles hors des zones traditionnelles n'est pas soumise à de fortes contraintes, on assiste à une extension de la vigne hors des bassins actuels (y compris dans les pays septentrionaux).

L'augmentation des coûts de production induite par le changement climatique conduit à la mise en place de financements publics ou privés pour l'accompagnement de la filière. Ces possibilités de financement privilégient les petites structures ce qui freine le mouvement de concentration de la viticulture et de nombreux petits ateliers se maintiennent en France.

Par ailleurs, les vignerons tirent parti des innovations high-tech : en amont, au service du travail dans la vigne et dans le chai (images satellitaires, drones, robotisation,...) et en aval, de la « e-prescription », du développement de sites collaboratifs et de l'apparition de nouveaux modèles marchands (plateformes de marché, *crowdfunding*...). Les applications des NTIC se généralisent : capteurs sur les lieux de production, application smartphone pour les consommateurs, intelligence artificielle. Toutes sortes de prototypes sont présentés dans les salons, offrant un potentiel d'applications diversifiées qui conduit à une augmentation des manifestations d'intérêt pour ces matériels par les opérateurs de la filière. Néanmoins, le recours à la mécanisation et à l'automatisation est principalement mis en œuvre par les plus grandes exploitations et le poids des petits ateliers viticoles dans le vignoble limite le développement, en particulier dans les vignobles en place. Par suite, l'innovation reste discrète pour ne pas porter atteinte au mythe de la production artisanale du vin, ce qui ne facilite pas la pédagogie et la transparence vis-à-vis des consommateurs.

L'augmentation des coûts de production obère la rentabilité de la mise en œuvre des innovations techniques sauf pour ce qui est de l'utilisation des NTIC à l'identification et à la caractérisation de nouveaux terroirs et ce grâce à l'accès aux financements. Dans ce sens, les innovations dans les pratiques viticoles et œnologiques permettent l'adaptation au changement climatique par la recherche de nouvelles implantations moins exposées aux aléas. Le changement climatique entraîne une redistribution géographique des zones de production et leur extension hors de zones traditionnelles.

La viticulture connaît une évolution prudente sous l'influence du changement climatique qui ne devrait pas remettre en cause le modèle « exploitation familiale » d'autant moins que les exploitations accèdent à des financements pour leurs investissements et la création de vignobles liés à l'adaptation au changement climatique.

## Micro-scénario 5-2

### Hypothèses motrices :

335 : Les vigneronnes tirent parti des innovations high-tech : en amont, au service du travail dans la vigne et dans le chai (images satellitaires, drones, robotisation,...) et en aval, de la « e-prescription », du développement de sites collaboratifs et de l'apparition de nouveaux modèles marchands (plateformes de marché, *crowdfunding*...).

Vs312+313 : *Le changement climatique ne se traduit pas par une croissance des coûts de production.*

### **Titre : Adaptation au changement climatique sur place grâce aux applications vitivinicoles des nouvelles technologies**

Résumé : Un foisonnement d'innovations à la vigne et à la cave, bien acceptées par la société, diffusent dans les vignobles existants dont elles favorisent l'adaptation au changement climatique. *In fine*, l'évolution des pratiques viticoles et œnologiques s'avère rentable et suffit à l'adaptation au changement climatique sans soutien financier et sans migration des vignobles vers de nouvelles zones.

Pour les vigneronnes comme pour d'autres catégories de la population, la réponse aux défis environnementaux et sociétaux et en particulier la hausse des coûts de la main d'œuvre s'est traduite par la création d'une profusion d'outils numériques adaptés à leur métier. Les vigneronnes tirent parti des innovations high-tech : en amont, au service du travail dans la vigne et dans le chai (images satellitaires, drones, robotisation,...) et en aval, de la « e-prescription », du développement de sites collaboratifs et de l'apparition de nouveaux modèles marchands (plateformes de marché, *crowdfunding*...). Les nombreux services rendus par les outils numériques en facilitent l'acceptation par les citoyens et les applications des NTIC se généralisent : capteurs sur les lieux de production, application smartphone pour les consommateurs, intelligence artificielle. Ces applications sont reliées à des outils (programme météo qui déclenche les asperseurs en cas de températures négatives, robot de taille piloté à distance,...) ainsi le recours à la mécanisation et à l'automatisation a beaucoup progressé dans le monde viticole. Et réciproquement, la diffusion du recours à l'automatisation et à la mécanisation connectées stimule la créativité et la motivation des développeurs. Cette viticulture de précision qui libère l'homme de tâches ingrates, qui permet de raisonner au plus juste les applications de produits phyto, etc... fait l'objet de communications valorisantes à destination des consommateurs. Ainsi, l'innovation (viti ou oeno) est de mieux en mieux connue, comprise et appréciée par les consommateurs.

Par ailleurs, le changement climatique ne se traduit pas par une croissance des coûts de production (impact limité des aléas, nouveaux pathogènes gérés sans surcoût par rapport à ceux qui ont désormais disparu,...). Ainsi, l'amortissement des innovations techniques à base de NTIC qui diffusent dans le vignoble est-il facilité et à la vigne comme à la cave, la mise en œuvre des innovations techniques disponibles (irrigation, lutte antigél, etc.) offrant des bénéfices suffisamment importants pour compenser les coûts d'adaptation occasionnés.

Avec un changement climatique qui ne se traduit pas par une augmentation des coûts de production et la mise en œuvre des innovations se faisant sans coût supplémentaire, le changement climatique ne modifie pas la valeur des vignobles et la hiérarchisation des terroirs, les conditions de compétitions entre les régions viticoles n'évoluent pas de son fait.

Un changement climatique qui ne se traduit pas par une augmentation des coûts de production ne nécessite pas la mise en place d'outils de financement pour l'adaptation. Les viticulteurs n'accèdent pas aux financements publics ou privés nécessaires pour supporter les lourds investissements à la vigne induits par l'adaptation au changement climatique à long terme (irrigation, restructuration du parcellaire, replantation,...). L'absence de financement favorise le *statu quo ante* de la répartition géographique des vignobles.

Les innovations donnent un avantage aux vignobles en place dont la valeur n'a pas été modifiée par le changement climatique, ainsi faute de financement des investissements, de potentielles nouvelles régions ne sont pas attractives ni pour les viticulteurs ni pour les entreprises de l'environnement viticole. Les nouvelles régions viticoles, où la culture de la vigne devient possible en raison du changement climatique, ne sont pas viables faute d'entreprises en amont et en aval, présentes et organisées entre elles.

Bien qu'il n'y ait pas de financement des investissements induits par l'adaptation au changement climatique, la mise en œuvre d'évolutions des pratiques et d'innovations sans surcoût, rendue possible par la nature même du changement climatique suffit *in fine* à l'adaptation. Les innovations dans les pratiques viticoles et œnologiques permettent l'adaptation au changement climatique. Et si les innovations des pratiques viticoles et œnologiques suffisent pour l'adaptation au changement climatique, celui-ci n'entraîne pas de redistribution géographique et le vignoble se maintient dans ses limites actuelles.

La diffusion des solutions techniques à fort contenu numérique en abaisse le coût d'autant plus qu'avec les techniques d'impression 3D il est possible d'adapter les matériels à de petites exploitations. Aussi, malgré l'absence de financement, le changement climatique ne fait pas disparaître les petits ateliers viticoles notamment dans les exploitations diversifiées et le modèle « exploitation familiale » parvient à intégrer le recours à la mécanisation et à l'automatisation particulièrement rentable.

### Micro-scénario 5-3

#### Hypothèses motrices

**VS335** : *Les vigneron ne tirent pas ou peu parti des innovations high-tech en amont et en aval de leur activité.*

**312+313** : Le changement climatique induit une croissance des coûts de production (réponse à une pression pathogène croissante, difficulté de gestion des équilibres hydriques des aléas plus fréquents et d'une variabilité accrue des températures et des précipitations,...).

#### Titre : **Nomadisme subventionné**

Résumé : Peu d'innovations sont disponibles pour aider la viticulture à s'adapter au changement climatique. Des projets d'implantation de vignobles, sous forme de petits ateliers dans des exploitations d'autres spécialisations se développent dans de nouvelles zones et captent les financements existants.

Les innovations high-tech sont inaccessibles (techniquement et/ou budgétairement) et/ou inadaptées aux métiers de la vigne et du vin. Aussi, les vigneron ne tirent pas ou peu parti des innovations high-tech en amont et en aval de leur activité.

Faute d'innovation high-tech adaptées, le recours à la mécanisation et l'automatisation évolue peu dans le monde viticole et par suite, elle reste invisible aux yeux des consommateurs qui, de toute façon, préfèrent se rassurer dans le mythe de la production artisanale du vin et expriment des réticences vis-à-vis de l'irruption des NTIC dans le monde viticole. Le potentiel de développement des applications des NTIC se heurte donc à des résistances sociales et psychologiques envers l'artificialisation du monde.

Par ailleurs, le changement climatique induit une croissance des coûts de production (réponse à une pression pathogène croissante, difficulté de gestion des équilibres hydriques des aléas plus fréquents et d'une variabilité accrue des températures et des précipitations,...). L'impact aggravé du changement climatique sur les coûts de production, l'absence de solution high-tech, un recours limité à la mécanisation/automatisation et des consommateurs réfractaires aux NTIC affecte la rentabilité de la mise en œuvre des quelques rares innovations disponibles. A la vigne comme à la cave, la mise en œuvre des innovations techniques disponibles (irrigation, lutte antigel, etc.) n'est pas rentable à cause de coûts importants de mise en place et d'entretien.

Les difficultés économiques induites par le changement climatique conduisent les pouvoirs publics à mettre en place des budgets dédiés à l'adaptation. Les viticulteurs accèdent aux financements publics et/ou privés nécessaires pour supporter les lourds investissements à la vigne induits par l'adaptation au changement climatique à long terme. Mais malgré les aides, comme le changement climatique se traduit par une hausse significative des coûts de production, la mise en œuvre des rares innovations disponibles n'est pas rentable et ne permet pas l'adaptation.

Les vignobles en place se retrouvent dans une position en tous points défavorable, aussi les aides disponibles pour l'adaptation au changement climatique sont captées pour des projets de création de vignobles qui entraînent une redistribution géographique des zones de production et/ou renouvelle les conditions de compétition entre les régions viticoles en modifiant la valeur des vignobles et la hiérarchisation des terroirs. On assiste alors à une extension de la vigne hors des bassins actuels (y compris dans les pays septentrionaux), par exemple pour satisfaire des marchés de niche à production locale. Et cette extension des vignobles hors des bassins actuels accroît le remodelage géographique des zones de production. Les financements destinés aux investissements pour l'adaptation au changement climatique profitent aux fournisseurs et aux distributeurs qui progressivement s'installent à proximité des nouveaux vignobles. Les nouvelles régions viticoles sont viables du fait de l'installation de nombreuses entreprises en amont et en aval de la production. Les nouvelles régions viticoles innovent aussi en matière de gouvernance ce qui fait vaciller la représentation professionnelle de l'ensemble du vignoble. Le changement climatique accélère la perte de légitimité de la représentation professionnelle classique.

Compte tenu des coûts induits par les aléas climatiques, les nouveaux vignobles émergent préférentiellement sous forme de petites parcelles d'essai de diversification de grandes exploitations agricoles existantes plus performantes dans la capacité à capter les financements possibles et qui se passent d'innovation high-tech ou de recours à une mécanisation / automatisation spécifique. De nombreux petits ateliers viticoles se maintiennent en France.

Compte tenu de leur petite taille, ces nouveaux ateliers viticoles ne nécessitant pas d'autre investissement que celui nécessaire à leur établissement bien soutenu par les financements liés à l'adaptation au changement climatique, ils n'entraînent pas de remise en question du modèle d'exploitation familiale. Le modèle "exploitation familiale" perdure.

#### **Micro-scénario 5-4**

##### Hypothèses motrices

**VS335** : *Les vigneron ne tirent pas ou peu parti des innovations high-tech en amont et en aval de leur activité.*

**Vs312+313** : *Le changement climatique ne se traduit pas par une croissance des coûts de production.*

##### Titre : **Rentabilité viticole altérée par le changement climatique**

Résumé : L'adaptation au changement climatique est difficile faute d'innovations disponibles et acceptables par les consommateurs ou de nouvelles zones viticoles accessibles et compatibles avec les zonages écologiques. Certains vignobles sont abandonnés ce qui fragilise la gouvernance.

Les innovations high-tech sont inaccessibles (techniquement et/ou budgétairement) et/ou inadaptées aux métiers de la vigne et du vin. Aussi, les vigneron ne tirent pas ou peu parti des innovations high-tech en amont et en aval de leur activité.

Faute d'innovation, le recours à la mécanisation et l'automatisation évolue peu dans le monde viticole et par suite, elle est peu montrée et reste invisible aux yeux des consommateurs. L'innovation reste discrète pour ne pas porter atteinte au mythe de la production artisanale du vin. Peu d'innovations high-tech adaptées, un monde viticole peu

automatisé et un consommateur maintenu dans le mythe de la viticulture artisanale entretiennent les réticences vis-à-vis de l'irruption des NTIC dans le monde viticole. La généralisation des applications des NTIC se heurte à des résistances sociales et psychologiques envers l'artificialisation du monde.

Par ailleurs, le changement climatique ne se traduit pas par une croissance des coûts de production (impact limité des aléas, nouveaux pathogènes gérés sans surcoût par rapport à ceux qui ont désormais disparu,...).

Un changement climatique qui ne se traduit pas par une augmentation des coûts de production ne stimule pas la mise en place d'outils de financement pour l'adaptation. Les viticulteurs n'accèdent pas aux financements publics ou privés nécessaires pour supporter les lourds investissements à la vigne induits par l'adaptation au changement climatique à long terme (irrigation, restructuration du parcellaire, replantation,...).

Faute de financement pour des investissements lourds, la filière se trouve limitée aux évolutions de pratiques culturales et œnologiques qui s'avèrent insuffisantes face à un changement climatique dont on peut imaginer qu'il nécessiterait des modalités d'adaptation plus radicales.

Si les innovations concernant les pratiques viticoles et œnologiques ne permettent pas l'adaptation même assorties d'une augmentation des coûts de production alors une certaine redistribution géographique des zones de production se réalise par l'abandon de certaines zones devenues trop inhospitalières alors que les zonages écologiques ne favorisent pas l'extension de la vigne hors de ses bassins actuels.

Peu d'innovations disponibles, peu de mises en œuvre effective dans les vignobles, notamment faute d'impact sur l'adaptation au changement climatique en diminuant la rentabilité et ce, malgré l'absence d'augmentation des coûts de production liée au changement climatique. A la vigne comme à la cave, la mise en œuvre des innovations techniques disponibles (irrigation, lutte antigel, etc.) n'est pas rentable à cause de coûts importants de mise en place et d'entretien.

La redistribution géographique du vignoble se faisant par abandon de certains vignobles, il n'y a pas de nouvelles régions viticoles viables mais la légitimité de la représentation professionnelle classique est fortement interrogée.

#### › Agrégat 6 : Engagement environnemental et gouvernance

##### Micro-agrégat 6-1

###### Hypothèses motrices :

**207** : La gouvernance de la filière est organisée de façon à prendre en compte l'ensemble des acteurs de la filière ainsi que ceux de la société civile.

**193** : L'UE continue à soutenir fortement l'agriculture en soumettant les aides à des conditions environnementales et de développement.

###### Titre : Spirale vertueuse

Résumé : La filière vitivinicole élargit sa gouvernance et généralise la labélisation (HVE, 26000,...) des pratiques vertueuses notamment grâce à la force d'entraînement de la Coopération et à la formation des acteurs. L'ancrage du vignoble dans les territoires lui facilite l'accès aux aides européennes et nationales de plus en plus éco-conditionnelles et aux ressources (eau, foncier,...) dont il a besoin.

Au fil des années, et plus facilement depuis le Brexit, le consensus entre les États membres européens autour d'un nécessaire soutien spécifique à l'agriculture s'est maintenu comme un axe fort de l'UE au prix d'une évolution du modèle agricole vers plus de prise en compte de

son impact environnemental. L'UE continue à soutenir fortement l'agriculture en soumettant les aides à des conditions environnementales et de développement.

Les pressions sociétales sur l'agriculture sont fortes et la filière viticole, en première ligne depuis les années 2000 notamment sur la question des pesticides, a dû faire évoluer sa gouvernance. La gouvernance de la filière est organisée de façon à prendre en compte l'ensemble des acteurs de la filière ainsi que ceux de la société civile.

Pour se conformer aux pressions sociétales et bénéficier des aides européennes, les exploitations viticoles mettent en œuvre des pratiques agricoles reposant notamment sur les principes de l'agro-écologie et privilégient les ressources et les mécanismes de la nature pour réduire le recours aux produits phytopharmaceutiques. Les vins sous IG peuvent satisfaire plus facilement le critère « amélioration de la valeur ajoutée des produits ». Fortement employeuse de main-d'œuvre, ces exploitations respectent également les exigences de la RSE. Ainsi, rapidement, toute la production sous signe de qualité passe sous certification (HVE, 26000,...).

La généralisation de ces certifications facilite une pédagogie d'ampleur auprès du grand public. Mieux informés sur le DD et la RSE, soucieux de l'impact environnemental et social de leur consommation, les consommateurs en recherchent l'information pour les vins qu'ils achètent.

Les acteurs de la société civile, les représentants des consommateurs, des agences de l'eau,... qui siègent dans les instances de gouvernance de la filière viticole, incitent les professionnels de la filière à tirer parti à la fois des aides européennes disponibles et du consentement à payer des consommateurs. La filière valorise commercialement les externalités positives liées à la vigne, avec notamment des cahiers des charges éclairant des grands types d'itinéraires œnologiques et culturels et des informations relatives au développement durable qui sont obligatoires à l'étiquetage.

La parfaite application de ces cahiers des charges est certifiée par des organismes dont le nom (Demeterravitix,...) devient un indicateur synthétique de qualité environnementale ou sociétale repéré par le consommateur. Des organismes certificateurs des conditions de production du raisin transforment leurs noms en un signal de qualité reconnu par les consommateurs. La notoriété de ces organismes certificateurs va contribuer au mouvement général de certification des exploitations et plus largement à l'information des consommateurs.

L'aval de la filière (distribution, association de consommateurs...) développe également des systèmes de certification intégrant différentes dimensions de la qualité mais les préoccupations environnementales des consommateurs trouvent le plus souvent leurs réponses dans les signes officiels de qualité ou les certifications amont dont la notoriété s'est développée et un équilibre s'établit entre réglementation « amont » et certification « aval », aucune des 2 optiques ne dominant l'autre.

L'ancrage du vignoble dans son territoire est renforcée par l'évolution de sa gouvernance au point que perçu comme un « bien public » à préserver, le vignoble peut bénéficier des mesures de soutien au développement rural du « second pilier » de la PAC et les aménités de la bio (services environnementaux, protection de la ressource en eau, des sols, biodiversité...) sont prises en compte par les Pouvoirs publics (aides & subventions, mesures fiscales, ...).

La Coopération s'implique logiquement dans ce mouvement vertueux à la fois pour pouvoir bénéficier des aides européennes mais aussi pour répondre aux attentes des consommateurs et capter les fruits de leur consentement à payer la qualité environnementale des vins. Les coopératives orientent les viticulteurs vers une viticulture plus respectueuse de l'environnement (y compris pour répondre aux besoins d'adaptation aux conséquences du changement climatique).



Les coopératives s'impliquent avec leur puissance d'entraînement et de démultiplication et commencent par initier des programmes de formation, financés par la valeur supplémentaire accordée par les consommateurs aux démarches environnementales et sociales. Le niveau de formation et de compétences (techniques, commerciales, etc.) de la filière vitivinicole s'accroît de sorte qu'il devient suffisant pour faire face aux défis économiques (technicité, gestion, compréhension de l'organisation des marchés, commercialisation, communication...) dans un environnement complexe.

Avec des cadres mieux formés, les coopératives n'ont pas de difficulté à motiver les coopérateurs à s'engager dans cette voie valorisante et valorisée. Les adhérents des coopératives acceptent des contraintes pour atteindre des objectifs de produits spécifiques (qualité raisins, mode de culture HVE par exemple, ...).

La généralisation de pratiques vertueuses pour l'environnement renforce l'image de « bien public » du vignoble et la présence de la société civile, des élus locaux, des ONG environnementales dans la gouvernance des organisations viticoles favorise un dialogue constructif entre les exploitations viticoles et leurs voisins « rurbains ». Les précautions prises et la mise au point de modes de conduite adaptés (variétés résistantes, 0 pesticides, engins silencieux,...) permettent une viticulture à proximité immédiate des villes (voire dans les villes, sous forme de jardinage généralisé).

*In fine*, les projets viticoles bénéficient de l'assentiment de la société civile, représentée dans la gouvernance de la filière, des riverains rassurés sur les pratiques et les itinéraires de production et de l'image de bien public associée au vignoble. Aussi, le partage des ressources en eau et en terres agricoles est favorable à la viticulture par rapport aux autres activités humaines.

## Micro-agrégat 6-2

### Hypothèses motrices :

**207** : La gouvernance de la filière est organisée de façon à prendre en compte l'ensemble des acteurs de la filière ainsi que ceux de la société civile.

*Versus93* : *L'UE restreint fortement les soutiens financiers à l'agriculture.*

**Titre** : **Compromis sur la valeur des externalités (paysage, emploi non délocalisable,...)**

**Résumé** : La voie du compromis entre filière viticole et société ne s'accompagne pas de réglementations nouvelles dans un contexte de fort recul des aides européennes. La viticulture sous SIQO intègre quelques évolutions de pratiques dans ses cahiers des charges mais les coopératives optent pour une compétitivité « coûts x volumes ». Les externalités sociales et environnementales de la viticulture sont mises en avant et permettent une gestion de l'accès au foncier et à l'eau favorable à la viticulture.

Les pressions sociétales sur l'agriculture sont fortes et la filière viticole, en première ligne depuis les années 2000 notamment sur la question des pesticides, a dû faire évoluer sa gouvernance. La gouvernance de la filière est organisée de façon à prendre en compte l'ensemble des acteurs de la filière ainsi que ceux de la société civile. Les Organisations non gouvernementales environnementales (ONGe), l'agence de l'eau, les élus locaux, les associations de consommateurs constituent un collège dans les interprofessions.

Par ailleurs, à la fois pour faire face à d'autres urgences qui nécessitent des interventions coordonnées et favorise une renationalisation de sa politique agricole l'UE restreint fortement les soutiens financiers à l'agriculture. Les aides de marché comme les aides aux investissements productifs ont disparu de la boîte à outils des interventions européennes. Les filières doivent donc s'organiser pour gérer les aléas conjoncturels et le second pilier, géré à différentes échelles géographiques infra européennes, peut être mobilisé pour accompagner certains investissements.

La voie suivie pour faire converger les attentes sociétales et l'équilibre économique de la filière est celle du dialogue et de la recherche du consensus plus que celle de l'obligation réglementaire. Ainsi, les producteurs font-ils évoluer leurs pratiques sans chercher à obtenir de certification, d'autant moins qu'aucune aide européenne ne viendra récompenser un tel engagement. La majeure partie de la production sous signe de qualité n'est pas sous certification mais les pratiques évoluent régulièrement.

Cette évolution diffuse des pratiques suffit à ce qu'il n'y ait pas de « mauvais » débat médiatique et que les consommateurs, confiants, ne cherchent pas d'information sur l'impact social et environnemental des vins qu'ils achètent.

L'évolution des pratiques culturelles ne donne pas lieu à une labélisation de plus mais s'inscrit dans des modifications des cahiers des charges des signes de qualité existants. La filière valorise commercialement les externalités positives liées à la vigne, avec notamment des cahiers des charges éclairant des grands types d'itinéraires œnologiques et culturels. Les informations relatives au développement durable qui sont obligatoires à l'étiquetage sont incluses dans les SIQO. La mise en œuvre de ces cahiers des charges est vérifiée par des organismes certificateurs reconnus au sein de la filière « mais il n'en est pas fait mention sur l'étiquetage des vins. Ces organismes ne transforment pas leurs noms en un signal de qualité reconnu par les consommateurs.

Les SIQO étant devenu des signes intégrateurs de la qualité dans ses différentes dimensions, les certifications en provenance de l'aval de la filière rencontrent un succès mitigé. Un équilibre s'établit entre réglementation « amont » et certification « aval », aucune des 2 visions ne dominant l'autre.

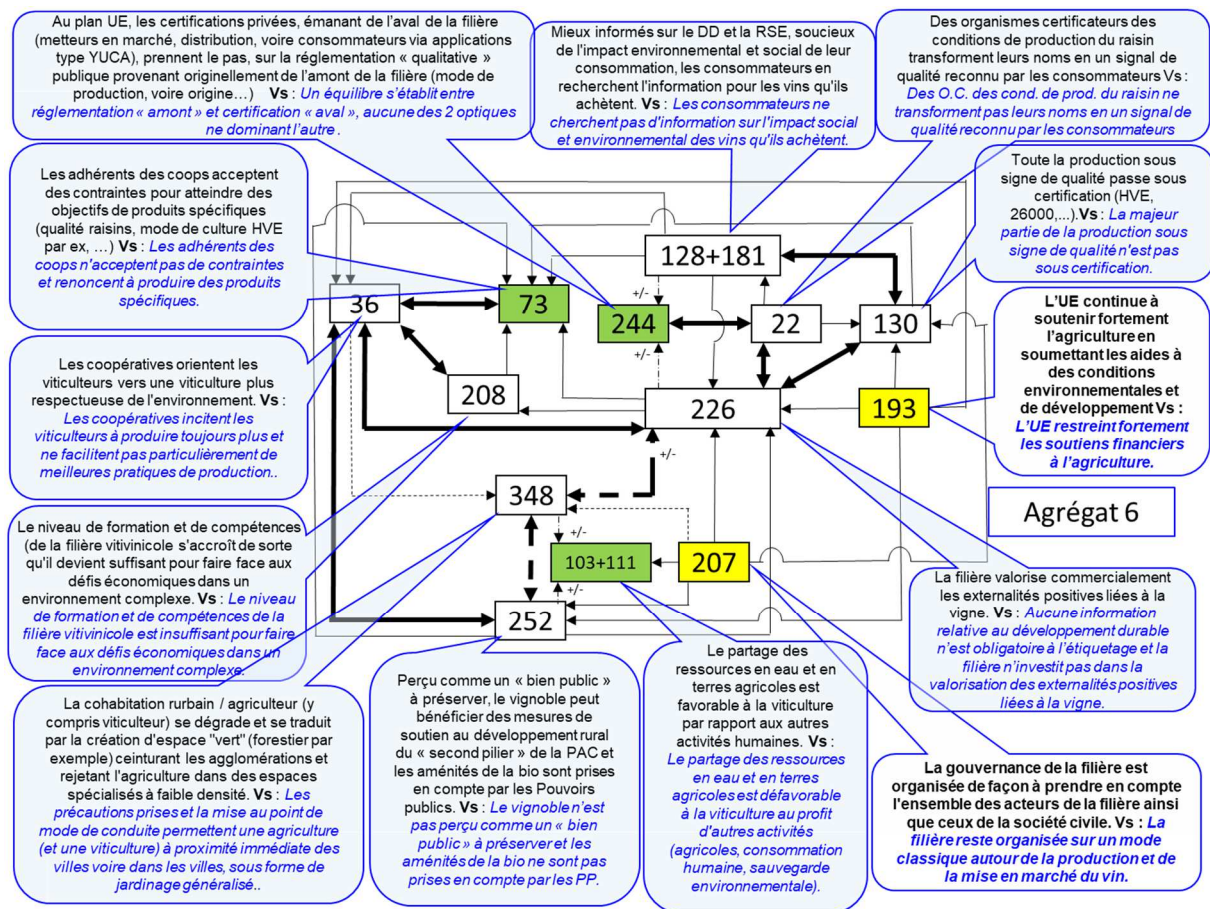
L'implication de la société civile dans les instances de gouvernance de la filière favorise une certaine reconnaissance des services environnementaux et sociaux rendus par la filière : emploi non délocalisable, entretien du paysage, entretien des sols et drainage, maintien de la biodiversité,... Perçu comme un « bien public » à préserver, le vignoble peut bénéficier des mesures de soutien au développement rural du « second pilier » de la PAC et les aménités de la bio (services environnementaux, protection de la ressource en eau, des sols, biodiversité...) sont prises en compte par les Pouvoirs publics (aides & subventions, mesures fiscales, ...).

L'UE n'a pas de mesures de soutien spécifiques à l'organisation économique qui pourrait cibler les entreprises coopératives. Celles-ci jouent leur rôle de mise en commun des moyens de production, de regroupement de l'offre de produits situés du segment « basic » au « *popular premium* » pour lesquels les consommateurs manifestent peu de consentement à payer la qualité environnementale. Ainsi, bien que la filière dans son discours mette en avant les services écosystémiques rendus par la viticulture, l'essentiel de la compétitivité des coopératives reste dans la productivité à l'hectare. Les coopératives incitent les viticulteurs à produire toujours plus et ne facilitent pas particulièrement de meilleures pratiques de production. En restant sur cette ligne « coût x volume » la Coopération ne met pas sa puissance de démultiplication dans les dispositifs de formation et n'incite pas ses coopérateurs à la prise de risques culturels.

Néanmoins, la présence des acteurs de la société civile dans les instances de gouvernance permet de négocier *a minima* la mise en place de bonnes pratiques dans les zones de contact entre la viticulture et les habitations et même de développer des vignobles à vocation pédagogique et ornementale en ville. Les précautions prises et la mise au point de modes de conduite adaptés (variétés résistantes, alimentation du bétail limitant les odeurs, 0 pesticides, engins silencieux,...) permettent une agriculture (et une viticulture) à proximité immédiate des villes voire dans les villes, sous forme de jardinage généralisé.

La contrepartie de ces compromis est une gestion de préservation des zones agricoles de l'extension des zones constructibles. Le mitage du vignoble par la construction d'habitation est fermement stoppé. Pour bénéficier des externalités positives reconnues du vignoble (tourisme, culture, emploi,...), les collectivités locales choisissent de le protéger sans être trop

exigeantes en matière d'itinéraires techniques. Le partage des ressources en eau et en terres agricoles est favorable à la viticulture par rapport aux autres activités humaines.



### Micro-agrégat 6-3

Hypothèses motrices :

*Versus207 : La filière reste organisée sur un mode classique autour de la production et de la mise en marché du vin.*

**193 :** L'UE continue à soutenir fortement l'agriculture en soumettant les aides à des conditions environnementales et de développement.

Titre : **Vertu environnementale peu convaincante**

Résumé : La filière viticole se positionne pour capter les aides européennes eco-conditionnelles : la certification des exploitations viticoles est encouragée, les coopératives entraînent leurs adhérents dans cette voie. Les certifications amont se multiplient suivies de certifications ou de notations plus à l'aval avec ou sans l'assentiment des opérateurs. Faute d'avoir souhaité enrôler la société civile à ses côtés en valorisant ses externalités ou en ouvrant plus largement sa gouvernance, la filière se trouve face à un arbitrage défavorable pour l'accès aux ressources (foncier, eau,...)

Pour préserver ses intérêts, la filière viticole reste organisée sur un mode classique autour de la production et de la mise en marché du vin.

Pour l'UE, la PAC est le ciment historique qui fonde la souveraineté alimentaire du continent et la solidarité entre les États membres. Mais le rôle de l'agriculture dans le changement climatique impose une orientation de cette politique vers davantage d'éco-conditionnalité. L'UE continue à soutenir fortement l'agriculture en soumettant les aides à des conditions environnementales et de développement.

Ce tournant écologique de la PAC se traduit par une incitation forte à la certification des pratiques vertueuses, en particulier pour les produits sous signe de qualité. Toute la production sous signe de qualité passe sous certification (HVE, 26000,...).

Le verdissement de la politique européenne se traduit également par des campagnes de sensibilisation des consommateurs, qui n'ont pas ensuite de difficultés à traduire ces informations dans leurs actes d'achats de produits environnementalement vertueux que la labellisation a rendus facilement repérables. (Mieux informés sur le DD et la RSE), soucieux de l'impact environnemental (et social) de leur consommation, les consommateurs en recherchent l'information pour les vins qu'ils achètent.

La notion de développement durable comprend, outre les questions environnementales, des aspects sociaux et économiques sur lesquels la filière viticole n'a pas de position unitaire et définitive et entend pouvoir choisir ses orientations sans subir l'influence voire le contrôle de la société civile. Aussi la filière ne cherche pas à valoriser une partie des externalités qu'elle produit ni à ce que la signalisation de ces externalités soit obligatoire. Aucune information relative [à tous les aspects du] au développement durable n'est obligatoire à l'étiquetage et la filière n'investit pas dans la valorisation des externalités positives liées à la vigne.

Cela n'empêche pas que, pour ce qui est des bonnes pratiques environnementales, une multiplication d'organismes certificateurs des conditions de production du raisin bénéficie par ricochet des aides européennes et cherche à transformer leurs noms en un signal de qualité reconnu par les consommateurs.

La Coopération s'investit activement dans les actions éligibles aux aides éco-conditionnelles et les coopératives orientent les viticulteurs vers une viticulture plus respectueuse de l'environnement (y compris pour répondre aux besoins d'adaptation aux conséquences du changement climatique).

Elle initie des actions de formation. Le niveau de formation et de compétences (techniques, commerciales, etc.) de la filière vitivinicole s'accroît de sorte qu'il devient suffisant pour faire face aux défis économiques (technicité, gestion, compréhension de l'organisation des marchés, commercialisation, communication...) dans un environnement complexe.

Et obtient l'adhésion des coopérateurs. Les adhérents des coopératives acceptent des contraintes pour atteindre des objectifs de produits spécifiques (qualité raisins, mode de culture HVE par exemple, ...).

Sur certains aspects que la filière n'a pas souhaité mettre en avant (comme par exemple les résidus de pesticides, les pratiques œnologiques, la consommation d'eau à la cave, les TMS des salariés,...) des certificateurs privés diffusent des notations avec ou sans l'accord des opérateurs de la filière. Au plan UE, les certifications privées, émanant de l'aval de la filière (metteurs en marché, distribution, voire consommateurs via applications type YUCA), prennent le pas, sur la réglementation « qualitative » publique provenant originellement de l'amont de la filière (mode de production, voire origine...).

Le vignoble n'a pas une place spécifique parmi les productions agricoles. Pour l'opinion publique, cette activité qui touche des aides européennes mais qui ne souhaite pas ouvrir sa gouvernance ne justifie pas une considération particulière. Le vignoble n'est pas perçu comme un « bien public » à préserver et les aménités de la bio ne sont pas prises en compte par les Pouvoirs publics.

La cohabitation urbain / agriculteur (y compris viticulteur) se dégrade et se traduit par la création d'espace "vert" (forestier par exemple) ceinturant les agglomérations et rejetant l'agriculture dans des espaces spécialisés à faible densité.

Le partage des ressources en eau et en terres agricoles est défavorable à la viticulture au profit d'autres activités (agricoles, consommation humaine, sauvegarde environnementale).

## Micro-agrégat 6-4

### Hypothèses motrices :

*Versus207 : La filière reste organisée sur un mode classique autour de la production et de la mise en marché du vin.*

*Versus93 : L'UE restreint fortement les soutiens financiers à l'agriculture.*

### Titre : Pas d'orientation vers la durabilité

Résumé : Ni pour la filière repliée sur elle-même, ni pour l'UE qui a désarmé la PAC, l'accompagnement des mutations environnementales de la production viticole ne sont une priorité. Les consommateurs se perdent dans une multitude de signes de qualité, sociale, environnementale ou gustative et ne savent pas lesquels rémunérer. Les territoires sont le théâtre de tensions entre les viticulteurs et les autres habitants pour l'accès et la préservation des ressources naturelles.

Souvent sur la défensive face à des attaques médiatiques sur nombre de sujets sensibles (alcool, pesticides, empreinte eau ou empreinte carbone, OGM,...), la filière viticole préfère débattre en interne et ne souhaite pas associer d'autres acteurs de la société à ses débats et à ses décisions. La filière reste organisée sur un mode classique autour de la production et de la mise en marché du vin.

Par ailleurs, à la fois pour faire face à d'autres urgences qui nécessitent des interventions coordonnées et pour s'inscrire dans le cadre d'une renationalisation de sa politique agricole l'UE restreint fortement les soutiens financiers à l'agriculture.

Sans stimulation financière et sans possibilité pour les acteurs de l'environnement de s'immiscer dans les décisions de la filière viticole, le mouvement de certification des exploitations ne s'étend pas au-delà des premiers convaincus. La majeure partie de la production sous signe de qualité n'est pas sous certification.

L'achat et la consommation du vin sont des démarches personnelles de recherche du meilleur rapport plaisir & qualité/prix. Cette recherche est suffisamment complexe et les multiples signes de qualité suffisamment ardues à décoder, pour que les mentions relatives à la durabilité des produits, assez peu visibles, ne soient pas spécifiquement recherchées. Les consommateurs ne cherchent pas d'information sur l'impact social et environnemental des vins qu'ils achètent.

Faute de levier financier européen, les pouvoirs publics ne cherchent pas à accroître la pression réglementaire sur les filières en matière d'affichage environnemental. De son côté la filière viticole dont la gouvernance est restée fermée aux problématiques sociétales portées par des ONG minoritaires mais très actives, n'est pas encline à se donner des obligations sur un terrain où les consommateurs ne l'attendent pas. Aucune information relative au développement durable n'est obligatoire à l'étiquetage et la filière n'investit pas dans la valorisation des externalités positives liées à la vigne.

Ainsi, la certification des conditions de production se développe assez peu et n'est pas portée à la connaissance des consommateurs sur l'étiquetage. Des organismes certificateurs des conditions de production du raisin ne transforment pas leurs noms en un signal de qualité reconnu par les consommateurs.

La relative confidentialité de ces démarches de certification et des organismes qui les signent n'incite ni les consommateurs ni les producteurs à s'en emparer.

Profitant de cet espace laissé vide, au plan de l'UE, les certifications privées, émanant de l'aval de la filière (metteurs en marché, distribution, voire consommateurs via applications type YUKA), prennent le pas sur la réglementation « qualitative » publique provenant originellement de l'amont de la filière (mode de production, voire origine...) et valorisent d'autres arguments, d'autres axes de la qualité vis-à-vis des consommateurs.

Faute de considération européenne pour les services écosystémiques rendus par le vignoble, le discours liant les modes de production du vin et la protection de l'environnement ou plus largement la durabilité étant peu développé et peu audible la viticulture est perçue comme une voie d'exploitation des ressources naturelles comme une autre. Le vignoble n'est pas perçu comme un « bien public » à préserver et les aménités de la bio ne sont pas prises en compte par les Pouvoirs publics.

Dans ce contexte de désintérêt relatif des consommateurs et d'absence d'incitation ou de reconnaissance de services écosystémiques de la part des Pouvoirs publics, les coopératives n'ont pas un positionnement spécifiquement vertueux en matière de prise en compte de l'impact environnemental de la production viticole. Les coopératives incitent les viticulteurs à produire toujours plus et ne facilitent pas particulièrement de meilleures pratiques de production.

Par la suite, ni la filière en générale, ni plus spécifiquement le secteur coopératif ne cherche à élever le niveau de formation et de compétences (techniques, commerciales, etc.) de la filière vitivinicole qui reste insuffisant pour faire face aux défis économiques (technicité, gestion, compréhension de l'organisation des marchés, commercialisation, communication...) dans un environnement complexe.

Faute d'entraînement par les coopératives, de formations spécifiques, d'émulation entre producteurs pour s'inscrire dans les démarches de certification environnementales ni d'intérêt des consommateurs, les adhérents des coopératives n'acceptent pas de contraintes et renoncent à produire des produits spécifiques.

Une production intensive, sans grande préoccupation environnementale, inquiète les voisins des producteurs qui craignent des pollutions locales des nappes phréatiques ou des pulvérisations de produits phytosanitaires jusque dans leurs jardins ou dans les cours d'école. N'ayant pas accès aux instances de gouvernance de la filière, ils cherchent à établir un rapport de force et à obtenir des arbitrages des élus locaux en leur faveur. La cohabitation rurbain / agriculteur (y compris viticulteur) se dégrade et se traduit par la création d'espace "vert" (forestier par exemple) ceinturant les agglomérations et rejetant l'agriculture dans des espaces spécialisés à faible densité.

Aussi, dans les schémas d'aménagement, le partage des ressources en eau et en terres agricoles est défavorable à la viticulture au profit d'autres activités (agricoles, consommation humaine, sauvegarde environnementale).

#### › Agrégat 7 : Réponses aux attentes sociétales

##### Micro-agrégat 7-1

###### Hypothèses motrices :

**222** : Les normes internationales d'étiquetage reconnues imposent l'indication des principales pratiques œnologiques et de tous les additifs, adjuvants, résidus et allergènes et des OGM.

**152** : Les consommateurs ont de fortes attentes pour des vins élaborés dans le respect de l'environnement et sains à la consommation.

###### Titre : La bio choisie par la filière comme réponse aux attentes sociétales

Résumé : Pour limiter les conséquences de l'étiquetage détaillé des pratiques et produits œnologiques et pour se conformer aux attentes des consommateurs, la filière viticole opte pour une conversion massive en AB au risque de la banalisation et de la perte de toute valorisation.

En France comme dans le reste du monde les préoccupations sanitaires prennent de plus en plus d'importance. D'une part, les normes internationales d'étiquetage reconnues imposent l'indication des principales pratiques œnologiques et de tous les additifs, adjuvants, résidus

et allergènes et des OGM et d'autre part les consommateurs ont de fortes attentes pour des vins élaborés dans le respect de l'environnement et sains à la consommation.

La filière viticole cherche à transformer ces nouvelles contraintes en avantage et en argument de marketing. Aussi, la filière V&V accompagne la demande sociétale concernant la diminution des intrants (avec des garanties de teneurs maximales en résidus par exemple, ou en s'engageant volontairement dans la HVE). Elle va même jusqu'à se donner un objectif à la fois ambitieux et facile à communiquer ... à défaut d'être aisé à atteindre : la filière prône le "0 résidu" qui s'impose comme la règle pour tous les vins français.

Les nouvelles normes d'étiquetage dévoilent les pratiques œnologiques et l'utilisation d'additifs et d'auxiliaires technologiques qui bien que sans risque en matière de sécurité sanitaire laissent perplexes une bonne partie des consommateurs. Ces informations freinent le consentement à payer des consommateurs dans l'attente de vins propres et ce, malgré les efforts de communication par la filière sur la diminution de l'utilisation des intrants.

Les AOC se trouvent en 1ère ligne et pour répondre aux injonctions des consommateurs dans un contexte viticole général de diminution des intrants tendant vers le « 0 résidu » et d'étiquetage de plus en plus transparent elles décident de faire évoluer leurs conditions de production. Les AOC modifient leurs conditions de production pour revendiquer le caractère naturel de leurs produits ou bien inscrivent les principes de l'agriculture biologique dans leur cahier des charges. Cette orientation provoque de grands débats : faut-il se contenter d'inscrire les principes de l'AB ou aller jusqu'à l'agrément en AB et l'apposition du logo ?

En effet, les attentes des consommateurs pour des « vins propres » bénéficient aux vins bio, le logo AB étant suffisamment connu et crédible pour être une information de synthèse qui efface les doutes soulevés par un étiquetage détaillé des pratiques œnologiques dont la lecture rebute les nouvelles générations. La consommation de vins bio augmente, notamment chez les jeunes générations.

Sur le plan des techniques viticoles, la tendance est aux pratiques qui échappent à l'obligation d'étiquetage, qui s'inscrivent dans les objectifs de réduction des intrants et si possible de « zéro résidu » et la production en AB. La lutte contre les nouveaux bio agresseurs et les "maladies complexes" (type dépérissement de la vigne) est menée avec des techniques proches de l'agro-écologie (bio, massale, diversification, agroforesterie...).

Ces techniques, bien que n'étant pas les plus rapides, ont été mises en œuvre par anticipation et ont permis néanmoins la sélection de nouvelles variétés. L'innovation variétale qui a priorisé la plasticité vis à vis des variations climatiques (eau, T°, sensibilité aux bio-agresseurs) et le zéro résidu apporte une réponse à la diminution des moyens de lutte autorisés. Et en particulier ces variétés sont compatibles avec une labélisation en AB ce qui lève les derniers freins au développement de la viticulture bio dont les performances face au changement climatique ont été observées. Avec l'approche biologique des sols viticoles, les vignes bios encaissent mieux les chocs climatiques, et le changement climatique impose la bio comme seule alternative.

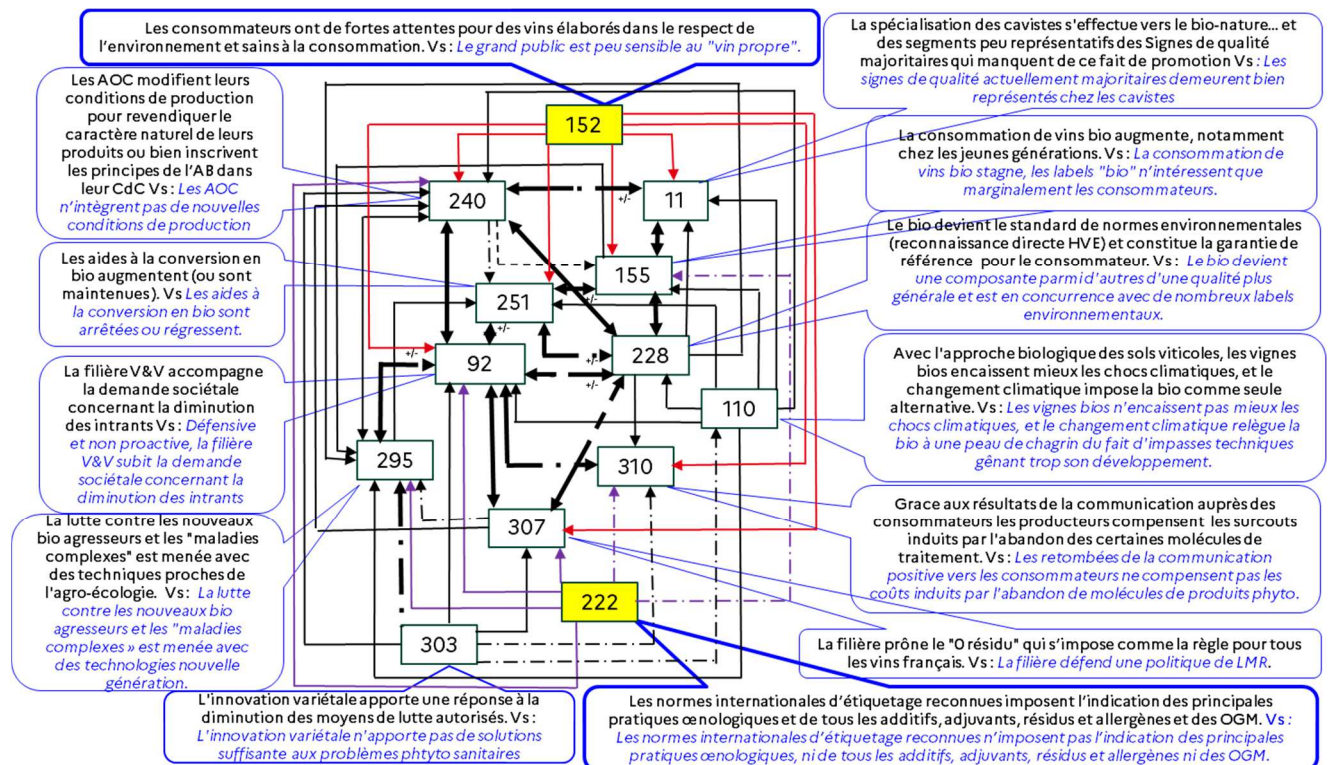
Le consensus sociétal (citoyen et filière) étant convergent avec les résultats techniques (lutte contre les dépérissements et adaptation au changement climatique), les pouvoirs publics n'ont qu'à encourager l'orientation vers la bio par un coup de pouce financier. Les aides à la conversion en bio augmentent (ou sont maintenues).

Coup de pouce financier mais également règlementaire (malgré le risque de résidus en mode de production AB) : le bio devient le standard de(s) normes environnementales reconnaissance directe en HVE) et constitue la garantie de référence pour le consommateur.

Les cavistes comme la grande distribution contribuent au mouvement général et mettent en avant les vins bio quelle que soit leur catégorie règlementaire par ailleurs.

*In fine*, devenu le standard des normes environnementales, le bio risque de se banaliser rapidement d'autant plus si la mise en œuvre de nouvelles variétés diminue le surcôt lié à l'interdiction de certaines molécules et si l'attention du consommateur est à nouveau attirée vers les mentions d'étiquetage des pratiques œnologiques qui démystifient la bio. Le consentement à payer des consommateurs risque de s'éroder.

Avec les incitations financières et réglementaires, la filière accompagne la demande sociétale concernant la diminution des intrants par une orientation vers l'agriculture biologique et en AOC cette option va jusqu'à la double labélisation AOC et bio.



## Micro-agrégat 7-2

### Hypothèses motrices :

**222** : Les normes internationales d'étiquetage reconnues imposent l'indication des principales pratiques œnologiques et de tous les additifs, adjuvants, résidus et allergènes et des OGM.

*Versus 152* : *Le grand public est peu sensible au "vin propre"*.

### Titre : Étiquetage détaillé mais conventionnel

**Résumé** : Sous pression réglementaire de l'étiquetage des pratiques et des résidus et malgré la relative indifférence des consommateurs, la filière poursuit la diminution de son recours aux intrants et encourage les exploitations viticoles à s'engager vers la HVE. Les AOC intègrent des critères de production environnementalement vertueux dans leurs cahiers des charges plutôt que d'opter pour l'AB qui limiterait trop les moyens de lutte contre les bio agresseurs et qui ne suscite pas une demande forte des consommateurs.

Le vin est de plus en plus un produit alimentaire comme un autre et à ce titre son étiquetage doit comporter les mêmes informations que celles présentes sur les autres produits alimentaires. Les normes internationales d'étiquetage reconnues imposent l'indication des principales pratiques œnologiques et de tous les additifs, adjuvants, résidus et allergènes et des OGM. Mais pour les consommateurs de vin, la qualité est apportée par d'autres critères : le goût, la réputation, la notation par les critiques, le prix ou plutôt le rapport qualité/prix en lien avec l'occasion de consommation plus que par les conditions de production et les itinéraires de techniques viticoles. Le grand public est peu sensible au "vin propre".



Pour éviter l'interdiction de molécules et de principes actifs jugés indispensables à la conduite de la vigne, la filière V&V accompagne la demande sociétale concernant la diminution des intrants (avec des garanties de teneurs maximales en résidus par exemple, ou en s'engageant volontairement dans la HVE) et prône la mise en place de LMR, sans craindre un étiquetage des résidus qui ne sera pas un frein à la consommation du fait du désintérêt manifeste des consommateurs. La filière fait la publicité dans les médias de ses actions pour diminuer les intrants mais ces efforts n'induisent pas de consentement à payer plus cher de la part des consommateurs qui ne s'intéressent pas aux modes de production des vins. Les retombées de la communication positive vers les consommateurs ne compensent pas les coûts induits par l'abandon de molécules de produits phyto.

De leur côté, les acteurs de la filière des AOC, cherchent à limiter l'impact visuel des nouvelles normes d'étiquetage qui malgré l'indifférence des consommateurs pourrait nuire à l'appréciation globale des vins et à leur réputation. Aussi pour limiter le nombre de lignes sur l'étiquette, les AOC modifient leurs conditions de production pour revendiquer le caractère naturel de leurs produits ou bien inscrivent les principes de l'agriculture biologique dans leur cahier des charges.

D'une part les consommateurs sont peu concernés par l'impact environnemental de leur conso et d'autre part l'étiquetage des pratiques œnologiques révèle que tous les vins bio ou conventionnels sont le résultat de pratiques qui transforment le raisin en vin, et qui sont par définition « non naturelles ». Dans un contexte où les AOC font évoluer leurs pratiques et leurs cahiers des charges pour réduire le recours aux intrants, les vins bio n'ont plus beaucoup d'arguments de différenciation à faire valoir. La consommation de vins bio stagne, les labels "bio" n'intéressent que marginalement les consommateurs.

L'orientation de la filière vers moins d'intrants dans un contexte réglementaire imposant l'étiquetage des pratiques œnologiques, des résidus et additifs dans la limite des LMR incite à ce que la lutte contre les nouveaux bio-agresseurs et les "maladies complexes" (type dépérissement de la vigne) est menée avec diverses techniques proches de l'agro-écologie (bio, massale, diversification, agroforesterie ... ).

Parmi les réponses aux problématiques complexes que rencontre le vignoble se trouvent les innovations variétales, réalisées sans intervention de biotechnologies et compatible avec la viticulture biologique. Mais face à certains problèmes phyto sanitaires, ces variétés nécessitent l'utilisation de produits phytopharmaceutique pour compléter leur résistance. L'innovation variétale n'apporte pas de solution suffisante aux problèmes phyto sanitaires que connaît la viticulture. Ainsi, les vignes bios n'encaissent pas mieux les chocs climatiques, et le changement climatique relègue la bio à une peau de chagrin du fait d'impasses techniques gênant trop son développement.

Par suite, dans un contexte de relative indifférence du grand public, comme ce n'est pas la voie privilégiée par la filière en général et les AOC en particulier pour diminuer leur recours aux intrants, et que les solutions trouvées par cette voie pour faire face aux problèmes complexes rencontrés par la viticulture ne sont pas totalement convaincantes, les aides à la conversion en bio sont régressent.

Le bio devient une composante parmi d'autres d'une qualité plus générale et est en concurrence avec de nombreux labels environnementaux.

Les signes de qualité actuellement majoritaires demeurent bien représentés chez les cavistes comme en GMS

### **Micro-agrégat 7-3**

Hypothèses motrices :
-----------------------

*Versus222 : Les normes internationales d'étiquetage reconnues n'imposent pas l'indication des principales pratiques œnologiques, ni de tous les additifs, adjuvants, résidus et allergènes ni des OGM.*

**152** : Les consommateurs ont de fortes attentes pour des vins élaborés dans le respect de l'environnement et sains à la consommation.

**Titre : La demande impose la bio**

**Résumé :** La filière ne dégager pas de consensus ni à l'international sur l'évolution de l'étiquetage, ni en France sur les modalités de diminution du recours aux intrants. La demande consommateur, l'accompagnement des pouvoirs publics et l'obtention de variétés résistantes grâce à des biotechnologies comme les NBT considérées comme non-OGM, stimulent les conversions en AB.

Malgré la pression de certains pays membre de l'OIV, aucun consensus ne s'est dégagé pour modifier les normes internationales d'étiquetage. Les normes internationales d'étiquetage reconnues n'imposent pas l'indication des principales pratiques œnologiques, ni de tous les additifs, adjuvants, résidus et allergènes ni des OGM.

L'implication citoyenne des consommateurs n'a pas faibli et, de plus en plus, chaque acte de consommation est évalué à l'aune de son impact environnemental. Les consommateurs ont de fortes attentes pour des vins élaborés dans le respect de l'environnement et sains à la consommation.

À l'écoute de leurs clients, certains acteurs de la filière viticole sont en demande d'une position unitaire, mais aucun consensus ne se dégage malgré de longues discussions. Défensive et non proactive, la filière V&V subit la demande sociétale concernant la diminution des intrants (et ne souhaite pas s'interdire les recours à certains PPP par exemple, ou traîne des pieds pour s'engager dans la HVE). Le seul point d'accord entre les acteurs consiste à préférer de s'engager vers une politique de LMR jugée moins clivante que le « zéro résidu » en l'absence d'obligation d'étiquetage détaillé. La filière défend une politique de LMR.

La filière AOC est également sollicitée par les consommateurs mais ne parvient pas non plus à dégager un consensus sur l'introduction systématique de conditions de production plus vertueuses dans les cahiers des charges. Il est jugé plus clair de dissocier le concept d'appellation d'origine des préoccupations environnementales et de laisser aux producteurs le choix de s'engager dans telle ou telle démarche (Terra vitis, AB,...). Les AOC n'intègrent pas de nouvelles conditions de production qui leur permettraient de revendiquer le caractère naturel de leurs produits et une séparation totale est maintenue entre les cahiers des charges de l'indication géographique et les critères biologiques.

Ainsi les consommateurs doivent trouver eux même les signes reflétant leurs préoccupations. Le signe le plus simple et le plus connu reste AB. La consommation de vins bio augmente, notamment chez les jeunes générations.

La démarche volontaire des consommateurs vers la bio dont ils ont compris qu'elle impliquait le renoncement à certaines molécules et à certaines pratiques de traitement se traduit également par un certain consentement à payer plus cher. Grâce aux résultats de la communication auprès des consommateurs les producteurs compensent les surcoûts induits par l'abandon des certaines molécules de traitement.

L'intérêt des consommateurs pour les vins propres et notamment des jeunes pour les vins bio, la position des AOC et plus largement de la filière incitent les pouvoirs publics à développer les aides à la conversion en bio. Les aides à la conversion en bio augmentent.

Malgré l'absence d'engagement unitaire de la filière dans cette direction compte tenu de son orientation vers une politique de LMR, le soutien financier à la conversion en bio s'accompagne d'une reconnaissance réglementaire. Le bio devient le standard de normes

environnementales (reconnaissance directe HVE) et constitue la garantie de référence pour le consommateur.

L'absence d'étiquetage des P.O. incite les producteurs qui souhaitent diminuer le recours aux intrants à profiter de la panoplie des innovations technologiques disponibles. La lutte contre les nouveaux bio agresseurs et les "maladies complexes" (type dépérissement de la vigne) est menée avec des technologies de types NBT, PPP nouvelle génération, ingénierie climatique, ouverture des PO,...

Les NBT accélère l'obtention de variétés résistantes tant au bio-agresseurs qu'aux pressions abiotiques. L'innovation variétale qui a priorisé la plasticité vis à vis des variations climatiques (eau, T°, sensibilité aux bioagresseurs) et le zéro résidu apporte une réponse à la diminution des moyens de lutte autorisés.

Ces variétés résistantes facilitent le respect de LMR et donc confortent la filière dans cette orientation et permettent à la filière et aux AOC de diminuer le recours aux intrants par l'adoption progressive de ces variétés.

Les techniques de type NBT n'étant pas considérées comme des OGM, les variétés sont admissibles en AB ce qui lève les dernières impasses technique au développement de la bio. Avec l'approche biologique des sols viticoles, les vignes bios encaissent mieux les chocs climatiques, et le changement climatique impose la bio comme seule alternative. La place de la bio et son financement sont ainsi confortés.

Pour les cavistes, la voie est toute tracée : la spécialisation des cavistes s'effectue vers le bio-nature... au détriment des signes de qualité fondés sur l'origine qui manquent de ce fait de promotion dans ce circuit.

#### **Micro-agrégat 7-4**

Hypothèses motrices :

*Versus222 : Les normes internationales d'étiquetage reconnues n'imposent pas l'indication des principales pratiques œnologiques, ni de tous les additifs, adjuvants, résidus et allergènes ni des OGM.*

*Versus152 : Le grand public est peu sensible au "vin propre".*

Titre : Nouvelle génération de solutions réservées au conventionnel

Résumé : Désintérêt des consommateurs et étiquetage peu précis favorisent les solutions biotech et produits phyto pharmaceutiques nouvelle génération pour poursuivre la diminution tendancielle de l'usage des intrants et pour la résolution des problèmes complexes (bio agresseurs, changement climatique,...) au détriment de la Bio qui n'est plus soutenue par les pouvoirs publics

Depuis près de 20 ans (2020) les crises sanitaires à répétition ont recentré le rôle des pouvoirs publics sur la garantie de sécurité sanitaire dont l'indication au consommateur ne passe pas nécessairement par l'étiquetage. Les normes internationales d'étiquetage reconnues n'imposent pas l'indication des principales pratiques œnologiques, ni de tous les additifs, adjuvants, résidus et allergènes ni des OGM.

Par ailleurs, l'impact économique de ces crises conduit les consommateurs à se concentrer sur le rapport qualité prix de leurs achats prioritairement à toute autre considération. Le grand public est peu sensible au "vin propre".

Une demande sociétale tendancielle pour la diminution des intrants subsiste mais elle n'est plus portée que par quelques associations activistes que la filière choisit d'ignorer mais qui s'impose quand cette demande aboutit finalement à la suppression réglementaire de certaines molécules. Sur la défensive et non proactive, la filière V&V subit la demande sociétale concernant la diminution des intrants (et ne souhaite pas garantir des teneurs

maximales en résidus par exemple, ou traîne des pieds pour s'engager dans la HVE). N'étant pas fortement soumise ni à la pression des consommateurs ni à l'obligation d'étiquetage, la filière opte finalement pour la défense d'une politique de LMR, en essayant de négocier pour chaque produit des seuils « raisonnables ». Mais cette orientation n'est pas facilement lisible par les consommateurs qui ne mesure pas l'effort fait par la filière et ne consentent pas à payer pour cela. Les retombées de la communication positive vers les consommateurs ne compensent pas les coûts induits par l'abandon de molécules de produits phyto.

Les AOC sont également dans le viseur des associations environnementalistes mais comme les consommateurs eux-mêmes ne sont pas focalisés sur ce sujet, que l'étiquetage des pratiques œnologiques n'est pas obligatoire et que la filière travaille plutôt à la définition de LMR, le AOC ne cherche pas à inscrire dans le dur des cahiers des charges des suppressions ou diminutions d'application de certaines molécules ni à se rapprocher des dogmes de la bio. Les AOC n'intègrent pas de nouvelles conditions de production qui leur permettraient de revendiquer le caractère naturel de leurs produits et une séparation totale est maintenue entre les cahiers des charges de l'indication géographique et les critères biologiques.

Le peu d'implication environnementale des consommateurs de vin n'est pas favorable aux vins bio. Ceux que la présence de résidus ou les pratiques œnologiques qui sortent de la tradition inquiètent ne trouvent pas sur les étiquettes les informations de nature à conforter leurs craintes. On n'observe pas non plus de progression de l'offre labélisée via notamment des conversions de vignobles AOC. Aussi, la consommation de vins bio stagne, les labels "bio" n'intéressent que marginalement les consommateurs.

L'absence d'obligation d'étiquetage des pratiques œnologiques et une approche pragmatique de la diminution des intrants permettent aux producteurs de choisir dans une panoplie technique largement ouverte les techniques les plus compétitives y compris celles qui ne sont pas admises en bio, du moment qu'elles ne laissent pas trop de résidus. La lutte contre les nouveaux bio agresseurs et les "maladies complexes" (type dépérissement de la vigne) est menée avec des technologies de types NBT, PPP nouvelle génération, ingénierie climatique, ouverture des PO,...

Innovation variétale sur la base des technologies nouvelle génération : variétés construites grâce aux NBT, moins gourmandes en intrants et dont la résistance partielle aux nouveaux bio-agresseurs est renforcée par les PPP nouvelle génération. Seule, l'innovation variétale n'apporte pas de solutions suffisantes aux problèmes phyto sanitaires que connaît la viticulture.

Ces variétés issues des biotechnologies et qui ont besoin de PPP pour conforter leurs résistances et leur adaptation au changement climatique ne sont pas acceptées en agriculture biologique. Les vignes bios n'encaissent pas mieux les chocs climatiques, et le changement climatique relègue la bio à une peau de chagrin du fait d'impasses techniques gênant trop son développement.

Pour les pouvoirs publics, la priorité est à la valorisation des solutions existantes obtenues grâce aux biotechnologies, et tant pis si elles ne sont pas admissibles en agriculture biologique. Logiquement, les aides à la conversion en bio sont arrêtées ou régressent.

Sans réducteur de coût via les aides à la conversion et sans performance notable en matière d'adaptation, les vins bio ne gagnent pas de consommateurs.

Aussi, bien que la filière ait poursuivi la diminution des intrants en défendant une politique de LMR difficilement compréhensible par les consommateurs qui auraient pu se rabattre sur l'AB, pour la réglementation comme pour les consommateurs, le bio devient une composante parmi d'autres d'une qualité plus générale et est en concurrence avec de nombreux labels environnementaux.

Dans ce contexte complexe peuplé de multiples signes environnementaux et pour répondre aux demandes de consommateurs pas du tout obnubilés par la recherche de vins propres, les

cavistes jouent pleinement leur rôle de conseil sur toute la gamme. Les signes de qualité actuellement majoritaires demeurent bien représentés tant chez les cavistes qu'en GMS.

› Agrégat 8 : Nature et acceptabilité des solutions apportées par la recherche

Micro-agrégat 8-1

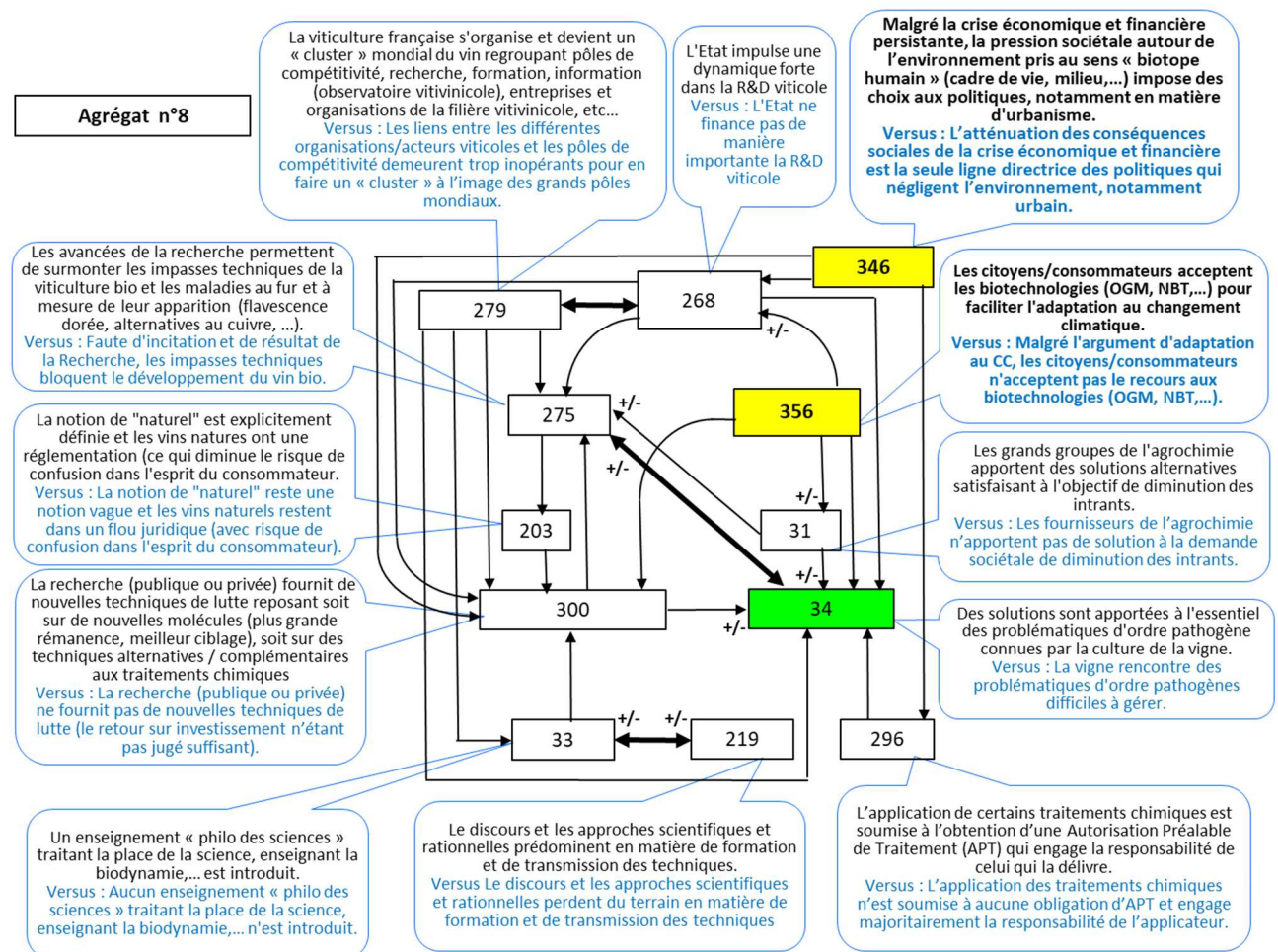
Hypothèses motrices

**346** : Malgré la crise économique et financière persistante, la pression sociétale autour de l'environnement pris au sens « biotope humain » (cadre de vie, milieu,...) impose des choix aux politiques, notamment en matière d'urbanisme.

**356** : Les citoyens/consommateurs acceptent les biotechnologies (OGM, NBT,...) pour faciliter l'adaptation au changement climatique.

**Titre** : Gestion « One health » (environnement & santé ensemble) **biotechnologique**

**Résumé** : L'exigence d'une coexistence sans nuisance de la viticulture et d'une population très majoritairement urbaine est permise par l'acceptation sociétale des biotechnologies. Leur développement est rendu possible par l'émergence d'un réel cluster vitivinicole français, qui permet de contourner les impasses techniques du bio (et en contrepoint de définir les vins nature), mais plus globalement de trouver de nouvelles solutions pour résoudre non seulement la plupart des problèmes pathogènes qui se posent à la vigne, mais aussi de faciliter son adaptation au changement climatique, tout en réduisant notamment les doses de PPP utilisées; mais tout ceci, sous condition d'une diffusion rapide d'un matériel végétal renouvelé.



Face à la récurrence des problématiques sanitaires et climatiques, malgré la crise économique et financière persistante, la pression sociétale autour de l'environnement pris au

sens « biotope humain » (cadre de vie, milieu,...) impose des choix aux politiques, notamment en matière d'urbanisme (importance du végétal en ville, gestion de l'eau, urbanisme commerciale, qualité de l'air, logistique du dernier km...). Dans le même temps, devant l'ampleur des incidences directes (sécheresse, accroissement de la fréquence des épisodes extrêmes...) et indirectes du changement climatique (apparition de nouveaux bio-agresseurs...), Les citoyens/consommateurs acceptent les biotechnologies (OGM, NBT,...) pour faciliter l'adaptation au changement climatique.

Dans ce contexte général, notamment dans les zones « urbaines » où la viticulture côtoie la ville, une demande sociétale forte d'une « coexistence sans nuisance » conduit à ce que L'État impulse une dynamique forte dans la R&D viticole. Cette problématique concerne également les zones agricoles éloignées des villes au vu de l'importance des produits phyto pharmaceutiques (PPP) dans la production viti-vinicole, mais aussi de la capacité de la vigne à valoriser des territoires agronomiques pauvres et/ou secs. Ce choix politique qui consiste quasiment à considérer la vigne comme une plante pérenne modèle est d'autant plus aisément porté que les réticences à l'égard de l'emploi des biotechnologies s'amenuisent.

Le fort investissement de l'État dans la R&D viticole, l'implication historique dans cette R&D des organisations professionnelles viticoles, la structuration en réseau des écoles et des universités à la recherche de la taille critique pour être visibles sur le marché de la formation ainsi que la dimension internationale des défis que constituent l'adaptation au changement climatique, la réduction des intrants, ou encore les questions médico-sociales posées par l'addiction à l'alcool constituent des éléments favorables pour qu'à partir de 2 ou 3 berceaux régionaux, la viticulture française s'organise et devienne un « cluster » mondial du vin regroupant pôles de compétitivité, recherche, formation, information (observatoire vitivinicole), entreprises et organisations de la filière vitivinicole, etc... En retour cet effet d'agglomération et ses performances induites justifient la poursuite de l'investissement public de recherche et de développement.

La « clusterisation » de la viticulture française, avec une forte implication de l'État dans la R&D viticole au point de quasiment faire de la vigne une plante pérenne modèle, permettent l'obtention d'une taille critique de capital humain, pour chacun des problèmes spécifiques de la filière. Ainsi des avancées de la recherche permettent-elles de surmonter les impasses techniques de la viticulture bio et les maladies au fur et à mesure de leur apparition (flavescente dorée, alternatives au cuivre, ...), notamment en recourant à l'obtention de variétés résistantes.

Combinant la philosophie du bio (et notamment le refus de PPP autres que de surface) avec le rejet des biotechnologies (ce qui n'est plus le cas pour l'ensemble du bio, qui globalement considère dorénavant que l'utilisation de matériels génétiques résistant non seulement aux maladies mais aussi aux conséquences les plus néfastes du changement climatique est souhaitable pour réduire l'usage de PPP ou de l'irrigation par exemple, et ceci même si pour l'obtention de ces matériels résistant dans un délai rapide, il faut recourir aux différentes biotechnologies), la notion de "naturel" est explicitement définie et les vins naturels ont une réglementation ce qui diminue le risque de confusion dans l'esprit du consommateur.

Le rassemblement des compétences et des savoirs de toutes natures permis par la clusterisation de la viticulture française, conduit à ce que, en lien avec un enseignement épistémologique mobilisant un large champ de disciplines, soit abordée une palette importante de problématiques et d'itinéraires techniques, dont la biodynamie, sans néanmoins que cela conduise à ce qu'elle soit validée scientifiquement dans son ensemble. En effet, le discours et les approches scientifiques et rationnelles (analytiques pour la très grande majorité d'entre-elles) prédominent en matière de formation et de transmission des techniques. Elles sont progressivement complétées par des approches systémiques ce qui peut conduire à faire de la biodynamie un sujet d'étude.

Une filière organisée en cluster favorisant la diffusion des résultats de la recherche avec une forte implication de l'état, un développement des approches systémiques, un recul des

réticences vis-à-vis des biotechnologies, ainsi qu'une pression sociétale pour que soient apportées des solutions aux problématiques environnementales et sociales (ce qui signifie pour une minorité un rejet des biotechnologies), sont des éléments qui, combinés, sont favorables à l'innovation. Ainsi, La recherche (publique ou privée) fournit-elle, sur base d'un matériel végétal amélioré progressivement diffusé, de nouvelles techniques de lutte reposant soit sur de nouvelles molécules (plus grande rémanence, meilleur ciblage), soit sur des techniques alternatives / complémentaires aux traitements chimiques. Ceci renforce en retour la capacité du cluster viticole français à surmonter les impasses de la viticulture bio.

Face à la difficulté de mesure de l'efficacité des zones de non traitement (ZNT), afin de limiter les traitements PPP au strict minimum, notamment dans les zones urbaines, tout en limitant les impasses techniques liées à la réduction de la panoplie de PPP disponible au titre de « *one health* » (conception systémique de la santé humaine et de l'état de l'environnement), l'application de certains traitements chimiques est soumise à l'obtention d'une Autorisation Préalable de Traitement (APT) qui engage la responsabilité de celui qui la délivre. En retour ce dernier peut définir des conditions d'application restrictives (y compris l'obligation de recours à des entreprises spécialisées dans le traitement des cultures).

Dans le même temps, les grands groupes de l'agrochimie, qui se sont rapprochés capitalistiquement des obtenteurs, apportent des solutions alternatives, satisfaisant ainsi à l'objectif de diminution des intrants, notamment du fait d'une mise au point d'itinéraires techniques intégrés applicables à un matériel végétal rénové, démarche se révélant économe en PPP (la démarche d'APT évite la disparition des molécules de la liste des PPP autorisés mais ne se traduit pas par un usage quantitatif important). Cette économie en intrants (PPP, mais aussi engrais chimiques, eau...) est cependant dépendante de la vitesse de diffusion de ce matériel végétal rénové. Ainsi des avancées de la recherche permettent-elles le plus souvent de surmonter les impasses techniques de la viticulture bio et les maladies au fur et à mesure de leur apparition (flavescence dorée, alternatives au cuivre, ...), notamment en recourant à l'obtention de variétés résistantes. Cette levée des impasses techniques de la bio demeure donc quelque peu dépendante de la vitesse de diffusion de ce matériel végétal.

Dans un contexte d'attentes sociétales fortes relativement à la préservation de la santé et de l'environnement, bénéficiant de nouvelles techniques de lutte permise par la concentration des moyens et l'avancée de la recherche et de l'innovation, une acceptabilité accrue de biotechnologies et des garde-fous comme l'APT évitant une réduction drastique de la panoplie de PPP, des solutions sont apportées à l'essentiel des problématiques d'ordre pathogène connues par la culture de la vigne, et ce pour un éventail d'autant plus large de maladies que la diffusion du matériel végétal résistant a été rapide et le changement climatique limité.

## **Micro-agrégat 8-2**

### Hypothèses motrices

**346** : Malgré la crise économique et financière persistante, la pression sociétale autour de l'environnement pris au sens « biotope humain » (cadre de vie, milieu,...) impose des choix aux politiques, notamment en matière d'urbanisme.

*Versus356 : Malgré l'argument d'adaptation au changement climatique, les citoyens/consommateurs n'acceptent pas le recours aux biotechnologies (OGM, NBT,...).*

### Titre Agro-écologie, course aux contournements et maladies orphelines

Résumé : Les préoccupations environnementales et de santé (*one health*) sont très prégnantes. Elles s'accompagnent d'un refus de l'utilisation des biotechnologies (OGM, NBT..). Dans un tel contexte, l'État ne soutient que la R&D autour des pratiques culturales (agroécologie) et la filière ne parvient à s'organiser nationalement que ponctuellement (dépérissement). Le développement de nouvelles molécules avec des exigences « *one health* » élevées et l'impossibilité de s'appuyer sur du matériel végétal rénové, accroît le coût de développement de celles-ci, ce qui conduit à ce que certaines problématiques pathogènes ou

environnementales demeurent orphelines (en bio comme en conventionnel), malgré le maintien d'un système d'autorisation préalable de traitement limitant l'érosion de la panoplie technique disponible.

Malgré la crise économique et financière persistante, la pression sociétale autour de l'environnement pris au sens « biotope humain » (cadre de vie, milieu,...) impose des choix aux politiques, notamment en matière d'urbanisme. Dans le même temps, malgré l'argument d'adaptation au changement climatique, les citoyens/consommateurs n'acceptent pas le recours aux biotechnologies (OGM, NBT,...).

Face à la demande sociétale (*one health*) l'État impulse une dynamique forte dans la R&D viticole, mais seulement en matière d'agroécologie et de pratiques viticoles innovantes (viticulture de précision), notamment pour s'adapter au changement climatique puisque l'amélioration génétique notamment du matériel végétal autre que classique semble fermée.

La viticulture française ne s'organise à l'échelle nationale qu'autour de grandes thématiques lorsque des impasses techniques concernent la plupart des régions (type programme national de lutte contre le dépérissement). On n'assiste donc pas à la création d'un cluster viticole national unique à rayonnement international, même si sur certains sujets circonscrits, il y a resserrement des liens autour de pôles comme la recherche, la formation, l'information (observatoire vitivinicole), et entre les entreprises et les organisations de filière.

La recherche publique sur l'agroécologie et la structuration des forces autour de quelques grandes problématiques communes aux différentes régions, permettent l'émergence de certaines solutions aptes à surmonter quelques impasses techniques de la viticulture bio mais cette viticulture reste orpheline d'une panoplie de produits phyto pharmaceutiques (PPP) adaptée, nécessaire à son développement en absence de diffusion rapide d'un matériel végétal rénové. La notion de "naturel" est attendue socialement, et les difficultés techniques encore rencontrés par le bio poussent à en faire un argument marketing, mais le segment « nature » demeure étroit: même si une définition réglementaire voit le jour, le segment « officiel » des vins nature reste confidentiel et ne contribue que peu à lever l'incertitude dans l'esprit d'une majorité de consommateur

Le contexte concurrentiel en matière de formation viticole est propice à ce qu'une place, certes non dominante, soit faite à l'enseignement épistémologique en général et à la biodynamie en particulier, présentée par certains comme une solution efficace au contexte technique qui met en avant les pratiques agroécologiques, en les extrémisant. Les formations se distinguent entre-elles le plus souvent par leur ancrage territorial, mais certaines choisissent une extension du champ disciplinaire et des problématiques enseignés. Le discours et les approches scientifiques et rationnelles continuent de demeurer majoritaires en matière de formation et de transmission des techniques, mais ne sont plus hégémoniques. Des itinéraires techniques sans fondement rationnel accessible et explicitable sont néanmoins communiqués dans certaines formations, jouant parfois sur l'apparente proximité d'avec l'approche systémique agroécologique.

La recherche (publique ou privée) fournit de nouvelles techniques de lutte reposant soit sur de nouvelles molécules (plus grande rémanence, meilleur ciblage) mais pour les seules maladies les plus répandues (le retour sur investissement n'étant pas jugé suffisant sur les autres maladies), soit sur des techniques alternatives / complémentaires aux traitements chimiques mais dont l'efficacité est limitée faute de pouvoir bénéficier dans des proportions significatives des résistances d'un matériel végétal rénové

Face à la difficulté de mesure de l'efficacité des zones de non traitement (ZNT), afin de limiter les traitements PPP au strict minimum, notamment dans les zones urbaines, tout en limitant les impasses techniques liées à la réduction de la panoplie de PPP disponible au titre de « *one health* », L'application de certains traitements chimiques est soumise à l'obtention d'une Autorisation Préalable de Traitement (APT) qui engage la responsabilité de celui qui la



délivre, qui en retour peut définir des conditions d'application restrictives (yc le recours à des entreprises spécialisées)

Les fournisseurs de l'agrochimie, qui avaient imaginé se rapprocher des obtenteurs de matériel végétal, y ont renoncé, face au refus des citoyens/consommateurs de voir s'y appliquer les biotechnologies modernes. Sans le support d'un matériel végétal rénové pour faire face au changement climatique (nouveaux ravageurs, sécheresse...) la R&D de ces sociétés ne met au point de nouveaux itinéraires techniques qu'autour de la viticulture de précision et de molécules très ciblées (respect de la santé humaine de l'environnement et de la biodiversité mais à contournement aisé) sur les maladies les plus répandues compte tenu du coût de leur mise au point et de leur enregistrement, ce qui génère des maladies orphelines.

Des solutions sont apportées à certaines problématiques d'ordre pathogène connues par la culture de la vigne. Les contournements et la difficulté à appliquer les biotechnologies modernes, ainsi qu'une gouvernance nationale en matière de R&D seulement réellement réalisée qu'en de rares occasions limitent, malgré l'APT, le spectre des pathologies couvertes efficacement.

### Micro-agrégat 8-3

#### Hypothèses motrices

*Versus346 : L'atténuation des conséquences sociales de la crise économique et financière est la seule ligne directrice des politiques qui négligent l'environnement, notamment urbain.*

**356** : Les citoyens/consommateurs acceptent les biotechnologies (OGM, NBT,...) pour faciliter l'adaptation au changement climatique.

#### Titre: **Transfert Recherche-Production sans soutien public**

Résumé : L'atténuation des conséquences sociales de la crise économique est la ligne directrice des politiques publiques qui négligent l'environnement. Au vu des risques économiques induits par le changement climatique, les biotechnologies (OGM, NBT,...) sont socialement acceptées. Dans un tel contexte, l'État ne soutient que la recherche fondamentale sur l'obtention de variétés résistantes et laisse sans financement public la responsabilité du transfert à une filière, qui peine à se structurer au plan national. Les vins bio, dans un contexte où « one health » recule, préfère jouer la différenciation et renonce au matériel végétal issu des biotechnologies modernes. Le développement de nouvelles molécules en combinaison avec le matériel végétal rénové est possible dès lors qu'elles ne se révèlent pas trop onéreuses, mais la protection contre les pathogènes repose sur la rapidité de diffusion du matériel végétal rénové.

L'atténuation des conséquences sociales de la crise économique et financière est la seule ligne directrice des politiques qui négligent l'environnement, notamment urbain. De peur d'une aggravation de la situation économique liée aux conséquences du changement climatique, les citoyens/consommateurs acceptent les biotechnologies (OGM, NBT,...) pour faciliter l'adaptation à ce changement climatique.

L'État dont le financement va prioritairement aux filets de sécurité sociaux, se concentre sur la recherche fondamentale pour éviter une dépendance à des brevets étrangers. Le développement est à charge de la filière.

L'appareil majoritairement régionalisé de développement de la viticulture française tend à s'organiser notamment pour transformer en innovation les résultats de la recherche publique.

Mais si les liens entre les différentes organisations et acteurs viticoles tentent de se resserrer sur ce plan, le système, peu dopé par un investissement en R&D public conséquent demeure peu opérant pour que se constitue un véritable « cluster » à l'image des grands pôles mondiaux.

Les avancées de la recherche principalement orientés par les possibilités offertes par les biotechnologies modernes pourraient permettre de surmonter certaines impasses techniques de la viticulture bio (flavescence dorée, alternatives au cuivre, ...), mais leur acceptabilité dans le milieu bio est faible, du fait notamment de la volonté de conserver un positionnement de niche dans un contexte socio-politique peu propice à la généralisation du modèle. La diffusion du matériel végétal rénové reste donc faible dans le bio relativement au conventionnel, tant et si bien que les impasses techniques au bio ne sont que très partiellement levées.

Dans ce contexte la capacité de différenciation des vins naturels relativement aux vins bio est très faible. La notion de "naturel" reste une notion vague et les vins naturels restent dans un flou juridique (avec risque de confusion dans l'esprit du consommateur).

L'enseignement de la viticulture demeure techniciste, avec comme objectif de faciliter dans la filière le passage de la recherche à l'innovation : Aucun enseignement épistémologique enseignant la biodynamie, autrement qu'en marketing comme une expérience de différenciation à caractère environnemental et « naturaliste »... n'est introduit.

Le discours et les approches scientifiques et rationnelles continuent de demeurer majoritaires en matière de formation et de transmission des techniques, mais ne sont plus hégémoniques. Des itinéraires techniques sans fondement rationnel accessible et explicitable sont néanmoins communiqués dans certaines formations, notamment au titre des possibilités de différenciation qu'elles peuvent offrir, malgré les incertitudes sur leur efficacité.

La recherche (publique ou privée) a la capacité de fournir de nouvelles techniques de lutte reposant sur du matériel végétal rénové, de la viticulture de précision complétées principalement par de nouvelles molécules (plus grande rémanence, meilleur ciblage) mais cette dynamique est dépendante de l'efficacité du système de transfert d'innovation qui ne bénéficie pas de soutien public conséquents ce qui influe négativement sur la vitesse de diffusion notamment d'un matériel végétal rénové.

Il n'y a pas de remise en cause de la dépendance à la seule autorisation de mise en marché pour qu'un PPP puisse être utilisé. L'application des traitements chimiques n'est soumise à aucune obligation d'APT (autorisation préalable de traitement) et engage majoritairement la responsabilité de l'applicateur, l'attente sociétale « *one health* » étant limitée et les biotechnologies bien tolérées, la réduction de la panoplie PPP est liée à la vitesse de diffusion du matériel végétal résistant.

Les grands groupes de l'agrochimie, qui se sont rapprochés capitalistiquement des obtenteurs, et du fait d'une mise au point d'itinéraires techniques intégrés applicables à un matériel végétal rénové, proposent des itinéraires techniques dont certains se révèlent économe en PPP; et ce, bien que cette économie d'intrants ait quelque peu reculé dans les priorités publiques en matière environnementale. Ces nouveaux itinéraires techniques recherchés pour s'adapter au changement climatique dès lors qu'ils sont économes en intrants (PPP, mais aussi engrais chimiques, eau...) sont cependant cohérents avec une recherche de diminution des coûts de production. Ils dépendent néanmoins de la vitesse de diffusion de ce matériel végétal rénové.

Des solutions sont apportées à quelques problématiques d'ordre pathogène connues par la culture de la vigne lorsque la diffusion du matériel végétal rénové a été suffisamment rapide, et ce malgré le maintien d'une APT qui limite les impasses techniques.

#### **Micro-agrégat 8-4**

##### Hypothèses motrices

*Versus346 : L'atténuation des conséquences sociales de la crise économique et financière est la seule ligne directrice des politiques qui négligent l'environnement, notamment urbain.*

*Versus356 : Malgré l'argument d'adaptation au changement climatique, les citoyens/consommateurs n'acceptent pas le recours aux biotechnologies (OGM, NBT,...).*

**Titre : Recul des préoccupations environnementales et progression des impasses techniques**

**Résumé :** La demande sociétale priorise la protection économique et sociale au détriment de l'environnement, et en cette dernière matière, se limite à refuser l'utilisation des biotechnologies (OGM, NBT..) même pour s'adapter au changement climatique. Dans un tel contexte, la filière, dont la gouvernance demeure éparpillée régionalement, et le soutien de l'État faible en matière de R&D, est confrontée à des impasses techniques (en bio comme en conventionnel). En effet, l'agrochimie n'investit pas dans un marché que l'absence d'acceptabilité d'un matériel végétal rénové et résistant et le recul de la priorité environnementale (sans cependant que l'État renonce à limiter l'éventail des PPP autorisés) rend de moins en moins attractif tant en terme d'opportunité d'innovation, que d'exploitation commerciale des molécules classiques.

**L'atténuation des conséquences sociales de la crise économique et financière est la seule ligne directrice des politiques qui négligent l'environnement, notamment urbain. Mais malgré l'argument d'adaptation au changement climatique, les citoyens/consommateurs n'acceptent pas le recours aux biotechnologies (OGM, NBT,...),** bien que ces techniques soient potentiellement porteuses d'une atténuation des effets économiques adverses du changement climatique.

L'État ne finance pas de manière importante la R&D viticole, et ce d'autant plus que l'acceptabilité des biotechnologies pour s'adapter au changement climatique n'est pas au RDV particulièrement dans le secteur viticole (poids très importantes des produits à connotation traditionnelle), et que la demande sociétale, est dorénavant majoritairement une demande de protection sociale.

La régionalisation forte de la gouvernance des filières françaises notamment autour des IG, les liens entre les différentes organisations /acteurs viticoles et les pôles de compétitivité demeurent trop inopérants pour en faire un « cluster » à l'image des grands pôles mondiaux, la faiblesse de l'accompagnement public de la R&D viticole ne permettant pas de corriger cet émiettement des forces.

Faute d'incitation notamment publique et de résultat de la Recherche, les impasses techniques bloquent le développement du vin bio. En effet, l'appareil de R&D en France n'atteint pas la taille critique nécessaire pour que ces problématiques complexes soient traitées avec succès.

Le développement des vins bio étant entravé par l'absence de solutions techniques aux principaux problèmes qui se posent à ce segment du marché (substitut au Cu, Flavescence dorée...), le marché des vins naturels demeure extrêmement étroit, ce qui ne conduit pas à ce qu'une législation spécifique lui soit consacrée. Ainsi la notion de "naturel" reste-t-elle une notion vague et les vins naturels restent dans un flou juridique (avec risque de confusion dans l'esprit du consommateur).

À l'instar du marché des vins naturels, l'émiettement des formations viticoles est propice à ce qu'une place, certes non dominante, soit faite à l'enseignement épistémologique en général et à la biodynamie en particulier. Les formations préfèrent en effet dans un contexte concurrentiel, se distinguer entre-elles. Elles le font le plus souvent en mettant en avant leur ancrage territorial, mais certaines choisissent une extension du champ disciplinaire et des problématiques enseignés.

Le discours et les approches scientifiques et rationnelles continuent de demeurer majoritaires en matière de formation et de transmission des techniques, mais ne sont plus hégémoniques. Des itinéraires techniques sans fondement rationnel accessible et explicitable sont néanmoins communiqués dans certaines formations, notamment au titre des possibilités de différenciation qu'elles peuvent offrir, malgré les incertitudes sur leur efficacité.

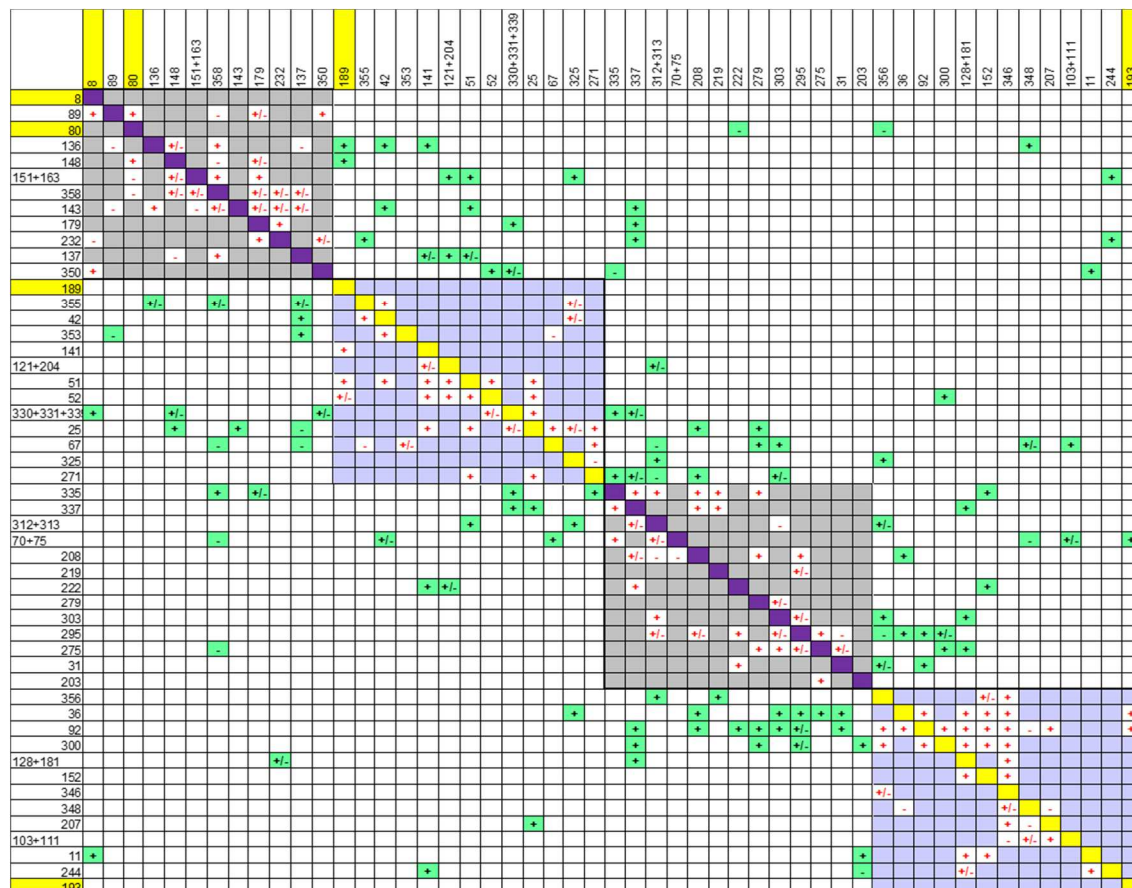
La recherche (publique ou privée) encore dispersée régionalement ne fournit pas de nouvelles techniques de lutte (le retour sur investissement n'étant pas jugé suffisant) compte tenu notamment de la réticence à généraliser la plantation de cépages issus de biotechnologies modernes, même pour s'adapter au changement climatique. L'usage des PPP « classiques » demeure la pierre angulaire des systèmes de culture même si la tendance à la réduction de la panoplie disponible perdure et que certains recherchent des positionnements de niche en adoptant des itinéraires techniques alternatifs et contestés.

Il n'y a pas de remise en cause de la dépendance à la seule autorisation de mise en marché pour qu'un PPP puisse être utilisé. L'application des traitements chimiques n'est soumise à aucune obligation d'APT (autorisation préalable de traitement) et engage majoritairement la responsabilité de l'applicateur (notamment vis-à-vis des riverains), mais aussi de l'autorité permettant la commercialisation des dits produits, ce qui conduit par précaution juridique vis-à-vis de la santé (davantage que par préoccupation environnementale) à réduire la panoplie des PPP autorisés, accroissant ainsi la probabilité d'impasse technique.

Les fournisseurs de l'agrochimie, qui avaient imaginé se rapprocher des obtenteurs de matériel végétal, y ont renoncé, face au refus des citoyens/consommateurs de voir s'y appliquer les biotechnologies modernes. Sans le support d'un matériel végétal rénové pour faire face au changement climatique (nouveaux ravageurs, sécheresse...) la R&D tant publique que de ces sociétés peine à mettre au point de nouveaux itinéraires techniques qui finalement n'apportent pas de solution à la demande sociétale (devenue quelque peu secondaire) de diminution des intrants.

Notamment sans pouvoir disposer d'un vignoble suffisamment rénové dans un contexte de réduction de la panoplie disponible de PPP, la vigne rencontre des problématiques d'ordre pathogènes difficiles à gérer.

### Des micro-scénarios aux meta-scénarios

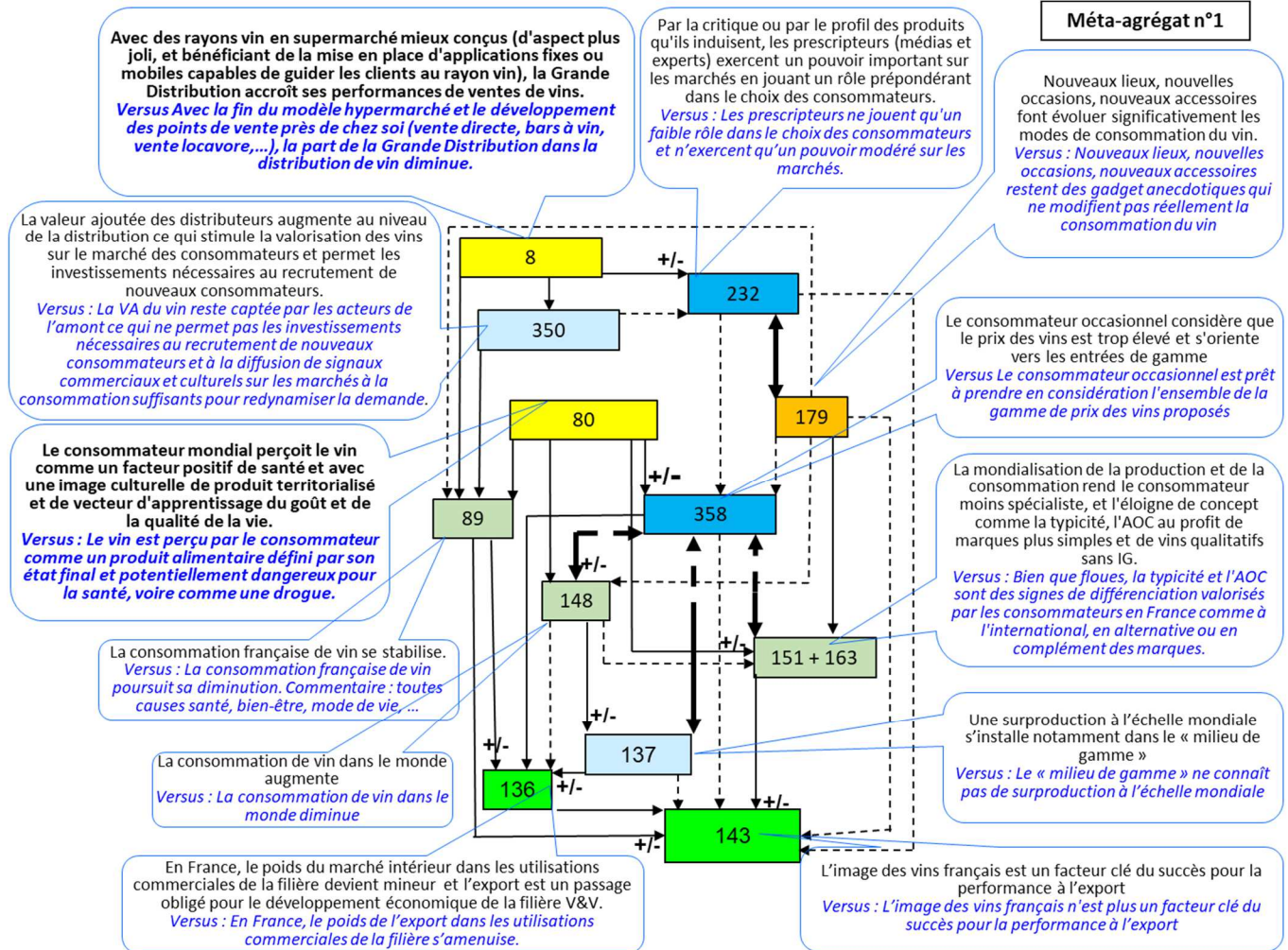


L'appropriation de 32 micro-scénarios dans l'objectif d'un large partage au-delà du cercle de la cellule d'animation de la prospective, visant à poser les bases d'une réflexion stratégique pour la filière est ardue.

Afin de réduire le nombre de scénarios tout en passant d'histoires ne traitant chacune qu'un volet de la problématique à des histoires pluri-thématiques, nous procédons à l'extraction d'une méta-matrice en sélectionnant parmi les 104 hypothèses, les hypothèses motrices, les hypothèses résultantes, des hypothèses enjeu (fortement influentes et dépendantes au sein des micro-scénarios) et des hypothèses permettant un passage d'un agrégat à l'autre. Une matrice de 51 hypothèses est ainsi construite. Les liens d'influence dépendance établis précédemment entre les hypothèses pour la construction des micro-scénarios sont conservés. Un traitement par Hclusterizer agrège les hypothèses en quatre méta-agrégats

Méta-agrégat	hypothèses motrices	titres et sous-titres des méta-scénario
Méta-agrégat 1	8 Avec des rayons vin en supermarché mieux conçus (d'aspect plus joli, et bénéficiant de la mise en place d'applications fixes ou mobiles capables de guider les clients au rayon vin), la Grande Distribution accroît ses performances de ventes de vins. <b>Versus</b> Avec la fin du modèle hypermarché et le développement des points de vente près de chez soi (vente directe, bars à vin, vente locavore,...), la part de la Grande Distribution dans la distribution de vin diminue.	1-1 La Grande Distribution s'impose opportunément comme "premier caviste" de France à la faveur d'une image très vertueuse du vin mondialement diffusée 1-2 La Grande Distribution vient - mais trop tard - au secours du vin, disqualifié au plan mondial
	80 Le consommateur mondial perçoit le vin comme un facteur positif de santé et avec une image culturelle de produit territorialisé et de vecteur d'apprentissage du goût et de la qualité de la vie. <b>Versus</b> : Le vin est perçu par le consommateur comme un produit alimentaire défini par son état final et potentiellement dangereux pour la santé, voire comme une drogue.	1-3 La filière Française surfe sur l'image réhabilitée du vin au plan mondial pour son développement export mais manque l'occasion de développer son marché intérieur 1-4 La dépression des marchés intérieur et international, résultat d'un marketing structurellement trop faible, d'un merchandising calamiteux et – cause ou effet – d'une image du vin qui s'est dégradée...
Méta-agrégat 2	189 Les politiques responsables des principales économies (≈ G20) rejettent le protectionnisme pour maintenir un système relativement ouvert avec des zones économiques interdépendantes. <b>Versus</b> : En réaction aux dérives de la mondialisation (libre-échange généralisé et total avec risques de perte d'identité et de mise en concurrence frontale de tout et de tous), le libre-échange est remis en cause (d'abord dans les pays occidentaux - cf. BREXIT, Etats-Unis, ... - puis dans d'autres pays).	2-1 Assembleurs globalisés Dérégulation, investisseurs externes à la filière, changement climatique, suppression des droits de plantation,... consacrent le règne des « assembleurs » sous le régime de la globalisation 2-2 Production unie au négoce de place Le règne des « assembleurs » est défit par une production très organisée et alliée à un négoce de place dont les intérêts sont opposés à ceux du négoce assembleur « hors-sol »
	325 Le changement climatique entraîne une redistribution géographique des zones de production et/ou renouvelle les conditions de compétition entre les régions viticoles en modifiant la valeur des vignobles et la hiérarchisation des terroirs. <b>Versus</b> : Le CC ne modifie pas la valeur des vignobles et la hiérarchisation des terroirs, les conditions de compétitions entre les régions viticoles évoluent pas de son fait.	2-3 Assembleurs de vins européens La suppression des droits de plantation et l'autorisation d'assemblages intra-UE facilitent l'émergence d'opérateurs « assembleurs de vins européens » 2-4 Dé-globalisation La production tire parti du reflux de la globalisation pour conserver une part conséquente de la valeur ajoutée
Méta-agrégat 3	337 Les applications des NTIC se généralisent : capteurs sur le lieux de production, application smartphone pour les consommateurs, intelligence artificielle. <b>Versus</b> : La généralisation des applications des NTIC se heurte à des résistances sociales et psychologiques envers l'artificialisation du monde.	3-1 Innovations pour l'environnement Technologies innovantes, formation, réseau filière-recherche répondent aux attentes environnementales des consommateurs 3-2 Monitoring Les producteurs dépendent des logiciels pour l'utilisation des traitements phytosanitaires seule voie pour répondre aux attentes environnementales des consommateurs dans un contexte de changement climatique couteux.
	303 L'innovation variétale qui a priorisé la plasticité vis à vis des variations climatiques (eau, T°, sensibilité aux bio agresseurs) et le zéro résidu apporte une réponse à la diminution des moyens de lutte autorisés. <b>Versus</b> : L'innovation variétale n'apporte pas de solutions suffisante aux problèmes phytosanitaires que connaît la viticulture.	3-3 Nouvelles variétés clivantes L'amont, sauf les bio qui les refusent, solutionne par les variétés résistantes ses problématiques culturelles mais seul un aval concentré accède aux innovations et répond aux attentes des consommateurs. 3-4 « Vieilles » molécules La pharmacopée existante est la seule voie accessible pour faire face aux problématiques que rencontre la filière vitivinicole, laissant la bio orpheline.
Méta-agrégat 4	346 Malgré la crise économique et financière persistante, la pression sociétale autour de l'environnement pris au sens « biotope humain » (cadre de vie, milieu,...) impose des choix aux politiques, notamment en matière d'urbanisme. <b>Versus</b> : L'atténuation des conséquences sociales de la crise économique et financière est la seule ligne directrice des politiques qui négligent l'environnement, notamment urbain.	4-1 La filière V&V à l'écoute des attentes sociétales et soutenue par la PAC, se convertit à la réduction des intrants 4-2 Le recul du rejet des biotechnologies modernes permet à la filière V&V de s'adapter à la réduction des intrants
	193 L'UE continue à soutenir fortement l'agriculture en soumettant les aides à des conditions environnementales et de développement <b>Versus</b> : L'UE restreint fortement les soutiens financiers à l'agriculture.	4-3 Une adaptation hésitante et variable géographiquement à l'incitation de la PAC à la réduction des intrants 4-4 La réduction des intrants remise à plus tard

## › Méta-agrégat n°1 : Distribution et consommation



### Meta-scénario 1-1

#### **Titre : La Grande Distribution s'impose opportunément comme premier caviste de France à la faveur d'une image très vertueuse du vin mondialement diffusée**

**Résumé :** Le marché du vin en France est boosté et finalement stabilisé grâce à l'action combinée d'une image générale du vin favorable, porteuse d'atouts sanitaires et culturels notamment et d'efforts de merchandising remarquables de la part d'une Grande Distribution plutôt largement et structurellement déficiente en matière de valorisation des vins et de conseils à destination des consommateurs depuis sa création. La filière française s'organise dans cette nouvelle relation positive avec les distributeurs d'une part et les consommateurs d'autre part sur le marché intérieur ; elle délaisse alors en conséquence les marchés d'exportation sur lesquels elle ne valorisa pas son image autant que ses principaux concurrents.

#### **Hypothèses motrices :**

8 : Avec des rayons vin en supermarché mieux conçus (d'aspect plus joli, et bénéficiant de la mise en place d'applications fixes ou mobiles capables de guider les clients au rayon vin), la Grande Distribution accroît ses performances de ventes de vins.

80 : Le consommateur mondial perçoit le vin comme un facteur positif de santé et avec une image culturelle de produit territorialisé et de vecteur d'apprentissage du goût et de la qualité de la vie.

La Grande Distribution est depuis de nombreuses années en France le canal de distribution principal pour les ventes de vins consommés au domicile. Dans ce scénario, les principales

enseignes de la Grande Distribution orientent leur politique merchandising vers un investissement nouveau sur le rayon des vins. Celle-ci tranche avec la politique mise en œuvre depuis 6 décennies qui consistait dans une très large mesure (et à de rares exceptions près) à limiter tout service et conseil au client dans le magasin, en dehors des promotions et foires aux vins financées et parfois animées par les producteurs. Dès lors, **avec des rayons vin en supermarché mieux conçus (d'aspect plus joli, et bénéficiant de la mise en place d'applications fixes ou mobiles capables de guider les clients au rayon vin), la Grande Distribution accroît ses performances de ventes de vins.** Elle en retire automatiquement un bénéfice substantiel et un cercle vertueux se dessine qui fait que la valeur ajoutée des distributeurs augmente ce qui stimule la valorisation des vins sur le marché des consommateurs et permet les investissements nécessaires au recrutement de nouveaux consommateurs. Ainsi mieux conseillés et plus directement au point de vente, les clients ont moins besoin des conseils extérieurs des revues spécialisées et émissions exprimant les conseils de leaders d'opinion et autres influenceurs sur les réseaux sociaux extérieurs aux enseignes. Les prescripteurs ne jouent plus qu'un faible rôle dans le choix des consommateurs et n'exercent qu'un pouvoir modéré sur les marchés. Ces efforts de la grande Distribution sont 'autant plus payé de retour et bienvenus que l'image général du vin est bonne, en tout cas porteuse notamment d'un bilan positif sur la santé des consommateurs en dépit des faiblesses structurelles bien connues liées notamment à la présence d'alcool, de quelques allergènes et éventuels résidus indésirables.

**Le consommateur mondial perçoit le vin comme un facteur positif de santé et avec une image culturelle de produit territorialisé et de vecteur d'apprentissage du goût et de la qualité de la vie.** Conséquence directe de cette bonne image et de ce double positionnement sanitaire et culturel, la consommation de vin dans le monde augmente. Dans ce registre culturel, bien que floues, la typicité et l'AOC sont des signes de différenciation valorisés par les consommateurs en France comme à l'international, en alternative ou en complément des marques. Toutefois, conséquence de la pression médiatique et des influenceurs qui s'amenuise, celle-ci ne participe que plus faiblement à la construction et à l'entretien d'une image des vins français notamment à destination des marchés internationaux. La France ne tire alors que faiblement profit de ces attributs et signes de différenciation qui pourraient pourtant paraître lui être favorables, et en tout cas des pays concurrents s'en prévalent davantage. L'image des vins français n'est plus un facteur clé du succès pour la performance à l'export. Les metteurs en marché français se concentrent fortement sur les marchés français plus accessibles, accompagnés par les efforts des distributeurs et moins concurrentiels. En conséquence, en France, le poids de l'export dans les utilisations commerciales de la filière s'amenuise. Les consommateurs dans leur ensemble sont attirés par les bons rapports qualité/prix en milieu de gamme de sorte que celui-ci ne connaît pas de surproduction à l'échelle mondiale.

Tous ces facteurs convergent pour favoriser une stabilisation de la consommation française de vin (toutes causes santé, bien-être, mode de vie, ...). Ainsi la filière est-elle moins incitée à imaginer des innovations pour développer les ventes et les consommateurs se satisfont de l'extraordinaire diversité des produits proposés dès lors que les assortiments sont beaucoup mieux explicités et rendus plus compréhensibles. Nouveaux lieux, nouvelles occasions, nouveaux accessoires restent des gadgets anecdotiques qui ne modifient pas réellement la consommation du vin. La Grande Distribution relaie largement la grande diversité des vins mis en marchés et ouvre largement son éventail de prix depuis les vins d'entrée de gamme à destination des consommateurs de premiers prix, de cœur de gamme et jusqu'aux vins « grands crus » de haut de gamme qui ne génèrent sans doute pas de gros volumes de ventes mais participent du positionnement de cavistes spécialiste conseiller des enseignes qui font ce choix. Le consommateur occasionnel devenu majoritaire dans la typologie des consommateurs français se révèle prêt à prendre en considération l'ensemble de la gamme de prix des vins proposés et répond très positivement par des achats plus importants en volume et en valeur à cette offre élargie et explicite.

Meta-scénario 1-2

## **Titre : La Grande Distribution vient - mais trop tard - au secours du vin, disqualifié au plan mondial**

**Résumé :** Boostée d'un côté par des politiques « merchandising » innovantes et « *customer oriented* » de la Grande Distribution, mais affaiblie d'un autre côté par une image générale mauvaise et par la faiblesse d'un marketing piloté par l'amont suffisamment effectif, la consommation française de vin ne se développe pas vraiment en volume mais se stabilise simplement en valeur, aidée par des consommateurs occasionnels curieux d'explorer l'ensemble des gammes de prix des vins proposés.

### **Hypothèses motrices :**

8 : Avec des rayons vin en supermarché mieux conçus (d'aspect plus joli, et bénéficiant de la mise en place d'applications fixes ou mobiles capables de guider les clients au rayon vin), la Grande Distribution accroît ses performances de ventes de vins.

*Vs 80 : Le vin est perçu par le consommateur comme un produit alimentaire défini par son état final et potentiellement dangereux pour la santé, voire comme une drogue.*

La Grande Distribution est depuis de nombreuses années en France le canal de distribution principal pour les ventes de vins consommés au domicile. Dans ce scénario, les principales enseignes de la Grande Distribution orientent leur politique merchandising vers un investissement nouveau sur le rayon des vins. Celle-ci tranche avec la politique mise en œuvre depuis 6 décennies qui consistait dans une très large mesure (et à de rares exceptions près) à limiter tout service et conseil au client dans le magasin, en dehors des promotions et foires aux vins financées et parfois animées par les producteurs. Dès lors, **avec des rayons vin en supermarché mieux conçus (d'aspect plus joli, et bénéficiant de la mise en place d'applications fixes ou mobiles capables de guider les clients au rayon vin), la Grande Distribution accroît ses performances de ventes de vins.** Elle en retire automatiquement un bénéfice substantiel et un cercle vertueux se dessine qui fait que la valeur ajoutée des distributeurs augmente ce qui stimule la valorisation des vins sur le marché des consommateurs et permet les investissements nécessaires au recrutement de nouveaux consommateurs. Ainsi mieux conseillés et plus directement au point de vente, les clients ont moins besoin des conseils extérieurs des revues spécialisées et émissions exprimant les conseils de leaders d'opinion et autres influenceurs sur les réseaux sociaux extérieurs aux enseignes. Les prescripteurs ne jouent plus qu'un faible rôle dans le choix des consommateurs et n'exercent qu'un pouvoir modéré sur les marchés. Ces efforts de la grande Distribution pour faire évoluer les politiques « merchandising » des enseignes sont d'autant plus appréciables qu'ils interviennent dans un contexte assez difficile. En effet, au plan mondial comme au plan français, **le vin est perçu par le consommateur comme un produit alimentaire défini par son état final et potentiellement dangereux pour la santé, voire comme une drogue.**

L'image générale du vin n'est donc pas bonne, notamment du fait de faiblesses structurelles bien connues liées notamment à la présence d'alcool, de quelques allergènes et éventuels résidus indésirables. Les aspects culturels qui pourraient également avantager les vins français de terroir, peinent à être reconnus et valorisants à l'international. Il s'ensuit qu'en termes quantitatifs, la consommation de vin dans le monde diminue. Les consommateurs ne sont pas très enclins à explorer le haut de gamme de ce produit dont les attributs demeurent douteux ; mais devenus de plus en plus occasionnels et potentiellement méfiants vis-à-vis d'une offre trop « entrée de gamme », ils tendent à se réfugier dans le cœur de gamme qui présente des rapports qualité/prix particulièrement favorables et une très grande diversité de produits. Et une surproduction à l'échelle mondiale s'installe notamment dans le « milieu de gamme. Qualitativement, la mondialisation de la production et de la consommation rend le consommateur moins spécialiste, et l'éloigne de concept comme la typicité, l'AOC au profit de marques plus simples et de vins qualitatifs sans IG. Ainsi, même si elle bénéficie d'efforts de prescripteurs qui en vantent les vertus sanitaires, environnementales ou les fondements ancrés dans la tradition et le terroir, l'image des vins français n'est plus un facteur clé du succès pour la performance à l'export. Devant la faible réactivité des marchés internationaux et prenant en compte les efforts nouveaux des distributeurs, les metteurs en marché français



se concentrent sur le marché intérieur. En France, le poids de l'export dans les utilisations commerciales de la filière s'amenuise.

Pour autant l'incapacité des producteurs français à développer un marketing innovant, de nature à relancer la consommation intérieure est prégnante. Ainsi les éventuels nouveaux lieux, nouvelles occasions, nouveaux accessoires restent des gadgets anecdotiques qui ne modifient pas réellement la consommation du vin. De sorte que, boostée par les politiques « merchandising » de la Grande Distribution, mais affaiblie par une image générale mauvaise et par la faiblesse d'un marketing piloté par l'amont, la consommation française de vin ne se développe pas vraiment en volume ; Elle bénéficie toutefois d'une bonne réactivité des consommateurs français et notamment de la capacité des consommateurs occasionnels à prendre en considération l'ensemble de la gamme de prix des vins proposés, de sorte que la consommation se stabilise simplement en valeur.

Meta-scénario 1-3

**Titre : La filière Française surfe sur l'image réhabilitée du vin au plan mondial pour son développement export mais manque l'occasion de développer son marché intérieur**

**Résumé :** Dans un contexte mondial favorable au développement des marchés du vin du fait d'attributs positifs d'ordre sanitaire et culturel reconnus par les consommateurs internationaux, la France tire des bénéfices par osmose et par opportunité à faire valoir les vertus de son offre à l'export ; en revanche sur le territoire national, les nouveaux entrants et nouveaux canaux de distribution sont trop peu importants et trop peu efficaces pour compenser le déficit structurel d'investissement marketing de la filière et le désinvestissement de la Grande Distribution, de sorte que le marché intérieur poursuit sa décroissance.

**Hypothèses motrices :**

*Vs 8 : Avec la fin du modèle hypermarché et le développement des points de vente près de chez soi (vente directe, bars à vin, vente locavore,...), la part de la Grande Distribution dans la distribution de vin diminue.*

80 : Le consommateur mondial perçoit le vin comme un facteur positif de santé et avec une image culturelle de produit territorialisé et de vecteur d'apprentissage du goût et de la qualité de la vie.

Le secteur du vin rencontre en France une double fin de cycle de vie, à la fois du mode de consommation traditionnel avec la quasi-disparition des buveurs réguliers naguère gros consommateurs, et à la fois du modèle de distribution dominant pour la consommation hors foyer, à savoir la Grande Distribution et sa formule-phare, l'Hypermarché. Alternative à ce modèle déclinant, la filière développe ou réveille d'autres canaux, notamment plus courts, et davantage de proximité, intéressant des consommateurs qui veulent limiter les impacts environnementaux et climatiques et favoriser des chaînes d'approvisionnement plus équitables. **Avec la fin du modèle hypermarché et le développement des points de vente près de chez soi (vente directe, bars à vin, vente locavore,...), la part de la Grande Distribution dans la distribution de vin diminue.** La valeur ajoutée du vin reste captée par les acteurs de l'amont ce qui ne permet pas les investissements nécessaires au recrutement de nouveaux consommateurs et à la diffusion de signaux commerciaux et culturels sur les marchés à la consommation suffisants pour redynamiser la demande. Le relatif désinvestissement de la Grande Distribution diminue les occasions d'exposition des vins aux consommateurs. Il rappelle aussi aux metteurs en marché que les nouveaux canaux de Distribution qu'ils mettent en place ne peuvent être valorisants qu'à la condition d'être appuyés par une communication, une certaine pédagogie ainsi qu'un minimum de prescriptions explicites. Cette communication n'est généralement pas prise en charge par les distributeurs (les grands distributeurs continuent à désinvestir à la fois le rayon vin et l'hypermarché et les nouveaux canaux de proximité et cours ont des moyens et des savoir-faire limités) ; elle ne l'est pas non plus par les producteurs et devient maîtrisée par les influenceurs et leaders d'opinions qui s'expriment dans des médias traditionnels ou

numériques. Dès lors, par la critique ou par le profil des produits qu'ils induisent, les prescripteurs (médias et experts) exercent un pouvoir important sur les marchés en jouant un rôle prépondérant dans le choix des consommateurs. Ceux-ci peuvent orienter les consommateurs vers les vins existants dans leur diversité et les y guider ; ils peinent en revanche à favoriser le développement d'innovations telles que « nouveaux lieux, nouvelles occasions, nouveaux accessoires » ; ceux-ci restent des gadgets anecdotiques qui ne modifient pas réellement la consommation du vin. En agissant ainsi pour la promotion des vins français les prescripteurs participent d'une nouvelle image du vin français à l'international qu'ils contribuent à entretenir dans sa dimension traditionnelle. L'image des vins français est un facteur clé du succès pour la performance à l'export. Cette image se diffuse dans un contexte favorable puisque **le consommateur mondial perçoit le vin comme un facteur positif de santé et avec une image culturelle de produit territorialisé et de vecteur d'apprentissage du goût et de la qualité de la vie**. Cette perception très positive se ressent au plan planétaire et la consommation de vin dans le monde augmente. Les consommateurs du monde entier apprécient cette boisson qui combine attributs sanitaires et culturels ; majoritairement consommateurs occasionnels, représentant des pôles d'intérêt et des niveaux de vie d'une grande diversité, ceux-ci explorent volontiers l'ensemble des niveaux de positionnement des vins mis en marché, et prenant en considération l'ensemble de la gamme de prix des vins proposés. Ainsi, le « milieu de gamme » ne connaît pas de surproduction à l'échelle mondiale. Parmi les marqueurs de cette diversité des vins, les signes de différenciation traditionnels particulièrement incarnés par l'offre française occupent une place significative : bien que floues, la typicité et l'AOC sont des signes de différenciation valorisés par les consommateurs en France comme à l'international, en alternative ou en complément des marques. Les metteurs en marché français s'engagent sur les marchés export pour tirer parti de cette reconnaissance. Paradoxalement même si par porosité l'image du vin est favorable en France, comme celle-ci n'est pas efficacement valorisée par un marketing et un merchandising efficaces, la consommation française de vin poursuit sa diminution (toutes causes santé, bien-être, mode de vie. Par conséquent, le poids du marché intérieur dans les utilisations commerciales de la filière devient mineur et c'est l'export qui est un passage obligé pour le développement économique de la filière V&V.

Meta-scénario 1-4

**Titre : la dépression des marchés intérieur et international, résultat d'un marketing structurellement trop faible, d'un merchandising calamiteux et – cause ou effet – d'une image du vin qui s'est dégradée...**

**Résumé :** Le marché intérieur du vin souffre d'une part d'une mauvaise image, qui se fonde sur les impacts sanitaires et addictifs de cette boisson et qui s'est en outre généralisée au plan mondial ; il pâtit d'autre part d'un désengagement de la Grande Distribution jusqu'ici approvisionneur très majoritaire pour la consommation à domicile ; les recours aux efforts vers les marchés exports bénéficient d'une bonne image entretenue par les prescripteurs mais se heurtent à une mauvaise image générale du vin en même temps qu'à une concurrence des marques développées par les metteurs en marché dans les pays concurrents.

**Hypothèses motrices :**

*Vs 8 : Avec la fin du modèle hypermarché et le développement des points de vente près de chez soi (vente directe, bars à vin, vente locavore,...), la part de la Grande Distribution dans la distribution de vin diminue.*

*Vs 80 : Le vin est perçu par le consommateur comme un produit alimentaire défini par son état final et potentiellement dangereux pour la santé, voire comme une drogue.*

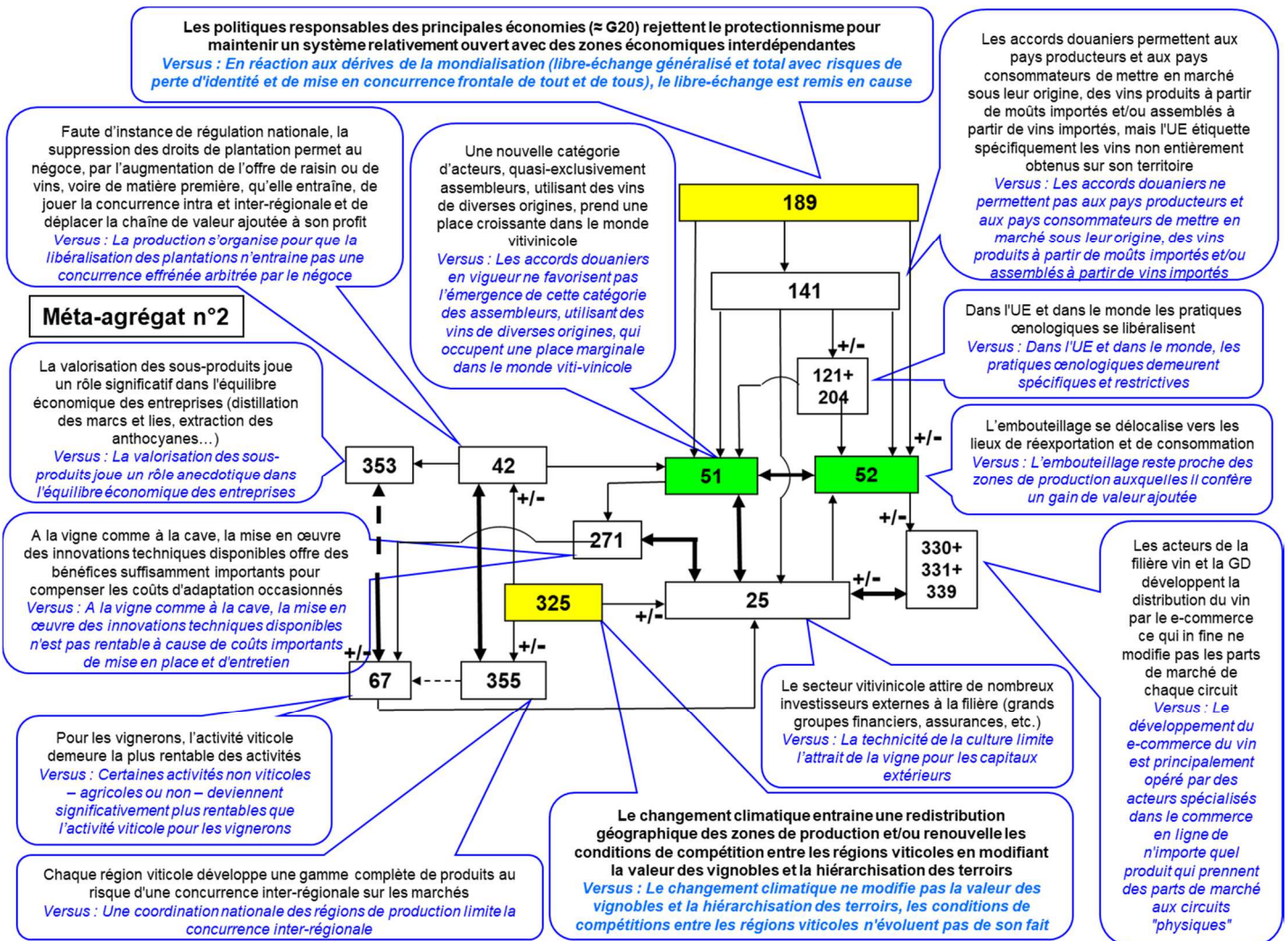
Le secteur du vin rencontre en France une double fin de cycle de vie, à la fois du mode de consommation traditionnel avec la quasi-disparition des buveurs réguliers naguère gros consommateurs, et à la fois du modèle de distribution dominant pour la consommation hors foyer, à savoir la Grande Distribution et sa formule-phare, l'Hypermarché. Alternative à ce modèle déclinant, la filière développe ou réveille d'autres canaux, notamment plus courts, et

davantage de proximité, intéressant des consommateurs qui veulent limiter les impacts environnementaux et climatiques et favoriser des chaînes d'approvisionnement plus équitables. **Avec la fin du modèle hypermarché et le développement des points de vente près de chez soi (vente directe, bars à vin, vente locavore,...), la part de la Grande Distribution dans la distribution de vin diminue.** La valeur ajoutée du vin reste captée par les acteurs de l'amont ce qui ne permet pas les investissements nécessaires au recrutement de nouveaux consommateurs et à la diffusion de signaux commerciaux et culturels sur les marchés à la consommation suffisants pour redynamiser la demande. Le relatif désinvestissement de la Grande Distribution diminue les occasions d'exposition des vins aux consommateurs. Il rappelle aussi aux metteurs en marché que les nouveaux canaux de Distribution qu'ils mettent en place ne peuvent être valorisants qu'à la condition d'être appuyés par une communication, une certaine pédagogie ainsi qu'un minimum de prescriptions explicites. Cette communication généralement pas prise en charge par les Distributeurs ni par les producteurs devient maîtrisée par les influenceurs et leaders d'opinion qui s'expriment dans des médias traditionnels ou numériques. Dès lors, par la critique ou par le profil des produits qu'ils induisent, les prescripteurs (médias et experts) exercent un pouvoir important sur les marchés en jouant un rôle prépondérant dans le choix des consommateurs. Ceux-ci peuvent orienter les consommateurs vers les vins existants dans leur diversité et les y guider ; ils peuvent aussi favoriser le développement d'innovations sur lesquels ils vont faire valoir leur savoir et savoir-faire auprès d'un public qui sera de plus en plus ouvert à ces nouveautés. Nouveaux lieux, nouvelles occasions, nouveaux accessoires font évoluer significativement les modes de consommation du vin. En agissant ainsi pour la promotion des vins français les prescripteurs participent d'une nouvelle image du vin français à l'international qu'ils contribuent à entretenir, y compris dans sa dimension innovante. L'image des vins français est un facteur clé du succès pour la performance à l'export.

Cette reprise en main de la distribution par l'amont de la filière se fait donc de façon assez imparfaite avec un déficit d'investissement en communication-information de la part des producteurs, et surtout se réalise dans un climat assez défavorable car l'image du vin est d'un point de vue général affaiblie. **Le vin est perçu par le consommateur comme un produit alimentaire défini par son état final et potentiellement dangereux pour la santé, voire comme une drogue.**

Ce climat pèse donc globalement très négativement en particulier sur le marché français et la consommation française de vin poursuit sa diminution (toutes causes santé, bien-être, mode de vie. En termes de valeur, le marché est déprimé du fait que le consommateur occasionnel considère que le prix des vins est trop élevé et s'oriente vers les entrées de gamme. En France, le poids du marché intérieur dans les utilisations commerciales de la filière devient mineur et l'export est un passage obligé pour le développement économique de la filière V&V. En effet, les metteurs en marché essaient de compenser les pertes enregistrées sur le marché intérieur par la conquête de nouveaux marchés d'exportation ; mais cette stratégie se met en œuvre dans un contexte difficile. Par généralisation de ce comportement de consommateurs à un nombre croissant de pays une surproduction à l'échelle mondiale s'installe notamment dans le « milieu de gamme » et la consommation de vin dans le monde diminue. Ce même consommateur mondialisé délaisse ainsi les repères traditionnels de la filière au profit de signes de qualité classiques de l'agro-alimentaire tels que les marques. La mondialisation de la production et de la consommation rend le consommateur moins spécialiste, et l'éloigne de concept comme la typicité, l'AOC au profit de marques plus simples et de vins qualitatifs sans IG.

## › Méta-agrégat n°2 : Climat et gouvernance mondiale



### Préambule méthodologique scénarios méta-agrégat n°2

L'hypothèse motrice (n° 325) relative aux potentielles influences du changement climatique sur les vignobles et l'économie vitivinicole est placée en seconde partie de chacun des scénarios. L'hypothèse motrice (n° 189), avec des implications d'ordres plus macro-économiques (tendances protectionnistes versus libre-échange et zones économiques plus interdépendantes) ouvre la première partie des scénarios.

La première partie des scénarios 2.1 et 2.2 d'une part, et 2.3 et 2.4 d'autre part, sont identiques :

- pour les scénarios 2.1 et 2.2 : approfondissement du processus de globalisation, libéralisation/dérégulation affectant également le secteur vitivinicole ;
- pour les scénarios 2.3 et 2.4 : le reflux du processus de globalisation n'épargne pas le monde vitivinicole.

Ces scénarios se différencient donc dans leur seconde partie en fonction des conséquences (ou non) du changement climatique.

## Méta-scénario 2.1

### **Titre : Assembleurs globalisés**

Dérégulation, investisseurs externes à la filière, changement climatique, suppression des droits de plantation,... consacrent le règne des « assembleurs » sous le régime de la globalisation

**Résumé :** L'univers vitivinicole n'échappe pas au regain de dérégulation et de libre-échange généralisé qui reconfigure le monde. Des investisseurs externes à la filière participent à l'émergence d'une nouvelle catégorie d'acteurs, « assembleurs » utilisant des vins de diverses origines, qui prennent une place prépondérante dans le monde vitivinicole en tirant parti des nouvelles possibilités (assemblages à partir de moûts ou vins importés, libéralisation des pratiques œnologiques, innovations techniques, délocalisation de l'embouteillage,...). Le changement climatique, qui bouleverse les conditions de compétition entre les régions viticoles, et la suppression des droits de plantation, réalisée en l'absence d'instance de régulation nationale, consacrent le règne des « assembleurs » profitant de concurrences intra et inter-régionale accrues.

#### Hypothèses motrices :

**189 :** Les politiques responsables des principales économies (≈ G20) rejettent le protectionnisme pour maintenir un système relativement ouvert avec des zones économiques interdépendantes.

**325 :** Le changement climatique entraîne une redistribution géographique des zones de production et/ou renouvelle les conditions de compétition entre les régions viticoles en modifiant la valeur des vignobles et la hiérarchisation des terroirs.

**Les principales difficultés économiques et financières étant surmontées dans le courant de la décennie 2020, les politiques responsables des principales économies (≈ G20) rejettent le protectionnisme pour maintenir un système relativement ouvert avec des zones économiques interdépendantes.**

Dans le cadre de ce nouveau regain de libre-échange généralisé, les accords douaniers permettent aux pays producteurs et aux pays consommateurs de mettre en marché sous leur origine des vins produits à partir de moûts importés, et/ou assemblés à partir de vins importés, mais l'U.E. étiquette spécifiquement les vins non entièrement obtenus sur son territoire.

Alors que les évolutions réglementaires sont de plus en plus concertées entre l'U.E. et l'OIV, assurant une harmonisation/homogénéisation internationale garante d'une meilleure fluidité des échanges (avec des différences réduites au « strict nécessaire » une circulation plus rapide des produits est facilitée), la poursuite de ce processus atteint les pratiques œnologiques qui se libéralisent (aromatisation, mouillage, ...) au sein de l'U.E. et dans le monde.

Fort de ces nouvelles possibilités potentiellement porteuses de rentabilité accrue, le secteur vitivinicole attire de nombreux investisseurs externes à la filière (grands groupes financiers, assurances, etc.).

Et ces investisseurs externes à la filière participent également à l'émergence d'une nouvelle catégorie d'acteurs, quasi-exclusivement assembleurs (opérateurs internationaux pour la plupart) utilisant des vins de diverses origines, qui prend une place croissante dans le monde vitivinicole en tirant parti des multiples possibilités ouvertes par les diverses facettes du processus de libéralisation généralisé.

L'émergence et le développement de ces nouveaux opérateurs s'accompagne d'une délocalisation croissante de l'embouteillage vers les lieux de réexportation et de consommation (Allemagne, Pays-Bas, etc.).

Ces opérateurs peuvent s'appuyer sur les ressources financières des investisseurs externes à la filière parties prenantes de leurs « tour de table » respectifs, pour développer la distribution de leurs vins par le e-commerce.

Pour ces mêmes opérateurs, ainsi que pour leurs fournisseurs, la mise en œuvre des innovations techniques disponibles (irrigation, lutte antigél, etc.) offre, à la vigne comme à la cave, des bénéfices suffisamment importants pour compenser les coûts d'adaptation occasionnés. Et la rentabilisation des investissements, tant en aval (distribution des vins par le e-commerce) que plus en amont (innovations techniques à la vigne ou à la cave), conforte d'autant l'attrait des investisseurs pour ces structures (y compris leurs fournisseurs le cas échéant).

**À l'approche du terme de la décennie 2030, le changement climatique entraîne une redistribution géographique des zones de production et renouvelle les conditions de compétition entre les régions viticoles en modifiant la valeur des vignobles et la hiérarchisation des terroirs.**

En réponse à l'instabilité et à l'imprévisibilité de l'évolution de la situation à venir, chaque région viticole développe une gamme aussi complète que possible de produits (du rosé à faible degré au vin effervescent en passant par le rouge de longue garde) au risque d'une concurrence inter-régionale sur les marchés.

Mais, faute d'instance de régulation nationale, la suppression des droits de plantation permet aux opérateurs intermédiaires quasi-exclusivement assembleurs (cf. poids résiduel du négoce classique), par l'augmentation de l'offre de raisin ou de vins, voire de matière première, qu'elle entraîne, de jouer la concurrence intra et inter-régionale et de déplacer la chaîne de valeur ajoutée à leur profit.

En conséquence, pour les entreprises (fournisseurs et/ou partenariats) non associées à ces opérateurs, la valorisation des sous-produits joue un rôle significatif dans leur équilibre économique (distillation des marcs et lies, extraction des anthocyanes...).

*A contrario*, pour les vigneron travaillant avec les opérateurs assembleurs, et bénéficiant de ce fait des possibilités offertes par la mise en œuvre des innovations techniques disponibles (irrigation, lutte antigél, etc.), l'activité viticole demeure la plus rentable des activités, et la valorisation des sous-produits occupe une place tout à fait subalterne et secondaire dans l'équilibre économique de leur activité professionnelle.

Dans ces conditions, la stabilité économique des vignerons travaillant avec les opérateurs assembleurs n'étant pas remise en cause par les conséquences du changement climatique, le secteur vitivinicole continue ainsi à attirer de nombreux investisseurs externes à la filière.

## **Méta-scénario 2.2**

### **Titre : Production unie au négoce de place**

Le règne des « assembleurs » est défait par une production très organisée et alliée à un négoce de place dont les intérêts sont opposés à ceux du négoce assembleur « hors-sol »

**Résumé :** L'univers vitivinicole n'échappe pas au regain de dérégulation et de libre-échange généralisé qui reconfigure le monde. Une nouvelle catégorie d'acteurs, « assembleurs » utilisant des vins de diverses origines, tire parti de ces nouvelles possibilités (assemblages à partir de moûts ou vins importés, libéralisation des pratiques œnologiques, innovations techniques, délocalisation de l'embouteillage,...) pour prendre une place prépondérante dans le monde vitivinicole.

Prenant conscience de la précarité de sa situation, la production, très unie, s'accorde pour limiter la concurrence inter-régionale et pour contrer toute possibilité de mise en concurrence exacerbée comme suite à la libéralisation des plantations. Production et négoce de place, qui s'est naturellement posé en partenaire de celle-ci pour défaire la mainmise des

« assembleurs » sur la filière, sont confortés sur la viabilité économique à moyen terme de leur activité principale (viticulture, production et commercialisation de vins).

Hypothèses motrices :

**189** : Les politiques responsables des principales économies (≈ G20) rejettent le protectionnisme pour maintenir un système relativement ouvert avec des zones économiques interdépendantes.

**versus325** : *Le changement climatique ne modifie pas la valeur des vignobles et la hiérarchisation des terroirs, les conditions de compétitions entre les régions viticoles n'évoluent pas de son fait.*

**Les principales difficultés économiques et financières étant surmontées dans le courant de la décennie 2020, les politiques responsables des principales économies (≈ G20) rejettent le protectionnisme pour maintenir un système ouvert avec des zones économiques interdépendantes.**

Dans le cadre de ce nouveau regain de libre-échange généralisé, les accords douaniers permettent aux pays producteurs et aux pays consommateurs de mettre en marché sous leur origine des vins produits à partir de moûts importés, et/ou assemblés à partir de vins importés, mais l'U.E. étiquette spécifiquement les vins non entièrement obtenus sur son territoire.

Alors que les évolutions réglementaires sont de plus en plus concertées entre l'U.E. et l'OIV, assurant une harmonisation/homogénéisation internationale garante d'une meilleure fluidité des échanges (avec des différences réduites au « strict nécessaire » une circulation plus rapide des produits est facilitée), la poursuite de ce processus atteint les pratiques œnologiques qui se libéralisent (aromatisation, mouillage, ...) au sein de l'U.E. et dans le monde.

Fort de ces nouvelles possibilités potentiellement porteuses de rentabilité accrue, le secteur vitivinicole attire de nombreux investisseurs externes à la filière (grands groupes financiers, assurances, etc.).

Et ces investisseurs externes à la filière participent également à l'émergence d'une nouvelle catégorie d'acteurs, quasi-exclusivement assembleurs (opérateurs internationaux pour la plupart) utilisant des vins de diverses origines, qui prend une place croissante dans le monde vitivinicole en tirant parti des diverses possibilités ouvertes par les diverses facettes du processus de libéralisation généralisé.

L'émergence et le développement de ces nouveaux opérateurs s'accompagne d'une délocalisation croissante de l'embouteillage vers les lieux de réexportation et de consommation (Allemagne, Pays-Bas, etc.).

Ces opérateurs peuvent s'appuyer sur les ressources financières des investisseurs externes à la filière parties prenantes de leurs « tour de table » respectifs, pour développer la distribution de leurs vins par le e-commerce.

Pour ces mêmes opérateurs, ainsi que pour leurs fournisseurs, la mise en œuvre des innovations techniques disponibles (irrigation, lutte antigel, etc.) offre, à la vigne comme à la cave, des bénéfices suffisamment importants pour compenser les coûts d'adaptation occasionnés.

Et la rentabilisation des investissements, tant en aval (distribution des vins par le e-commerce) que plus en amont (innovations techniques à la vigne ou à la cave), conforte d'autant l'attrait des investisseurs pour ces structures (y compris leurs fournisseurs le cas échéant).

**Dans le courant de la décennie 2030, les évolutions climatiques n'ayant aucune conséquence notable sur la valeur des vignobles, la hiérarchisation des terroirs, ou les conditions de**

**compétitions entre les régions viticoles**, la production prend appui sur ces facteurs majeurs de stabilité de ses conditions de production et de positionnement propres à chacune des régions de production, lesquelles s'accordent pour limiter et circonscrire précisément la concurrence inter-régionale dans le cadre d'une coordination nationale. Une telle entente est rendue possible par la prise de conscience de la précarité de leur situation par la grande majorité des producteurs travaillant avec les « assembleurs » : au fil du temps et du développement de la concurrence dans les pays étrangers (U.E. ou hors U.E.), leurs clients et/ou donneurs d'ordre « assembleurs » seront effectivement en mesure de leur dicter des conditions de plus en plus draconiennes selon la logique concurrentielle du « mieux disant », c'est-à-dire du fournisseur au moindre coût pour un cahier des charges donné (compte tenu des possibilités ouvertes par les innovations techniques à la vigne comme à la cave, par la délocalisation de l'embouteillage et par l'acte d'achat des vins par le e-commerce, l'optimisation de la rentabilité est rendue très fluide pour ces « assembleurs » qui peuvent arbitrer le choix de leurs approvisionnements/fournisseurs au niveau mondial, moyennant toutefois un délai incompressible demeurant entre la prise de décision concernant un tel arbitrage et sa réalisation effective).

Très unie et motivée pour contrer toute possibilité de mise en concurrence exacerbée par les « assembleurs » comme suite à la libéralisation des plantations, la production fait front commun et se rapproche du négoce de place dont les intérêts convergent avec les siens en opposition au négoce assembleur « hors-sol » (le négoce de place est soucieux de la valorisation de ses stocks sur le moyen/long terme et exerce à la fois une activité de négoce et de production en tant que détenteur de domaines viticoles). Elle recouvre d'importantes marges de manœuvre (produits et débouchés) par une anticipation concertée bien en amont de son exécution, et, ce faisant, parvient à se dégager de l'emprise des « assembleurs », ainsi pris de vitesse<sup>7</sup> et dont le pouvoir de marché exercé jusqu'alors sur l'essentiel de la filière française se trouve battu en brèche pour la première fois depuis son émergence survenue à l'approche du terme de la décennie précédente. Ce retournement de situation profite également au négoce de place, qui s'est naturellement posé en partenaire de la production pour défaire la mainmise des « assembleurs » sur la filière.

Ainsi détachées du risque de mise en concurrence paroxystique par les « assembleurs » et confortées sur la viabilité économique à moyen terme de leur activité principale (viticulture, production et commercialisation de vins), la valorisation des sous-produits joue un rôle anecdotique dans l'équilibre économique des entreprises de la filière travaillant des produits suffisamment différenciés et associés à un rapport qualité/prix acceptable pour une large partie des consommateurs demeurant sensibles aux vins non « standardisés ».

Et pour les vigneronnes, qui bénéficient tout à la fois d'une limitation de la concurrence inter-régionale et des possibilités offertes par les innovations techniques dans des conditions de rentabilité satisfaisantes, l'activité viticole demeure la plus rentable des activités.

Du fait de la réussite de la réorientation des débouchés opérée par la production française au détriment des « assembleurs », notamment sur le marché national, le secteur vitivinicole français continue d'attirer des investisseurs externes à la filière.

### **Méta-scénario 2.3**

---

<sup>7</sup> Les « assembleurs » doivent improviser en réaction à l'insuffisance de fournisseurs pour le marché français du fait de la mise en œuvre concertée de l'action de retrait/réorientation des débouchés de leurs fournisseurs locaux (notamment en faveur du négoce de place). Or, cette catégorie d'opérateurs privilégiant naturellement le recours aux flux tendus appliqués à des produits/vins « standardisés », pour des raisons de maximisation de la rentabilité (minimisation des coûts de stockage, notamment coût de financement des stocks/immobilisations), ils ne peuvent remédier dans l'immédiat à ce défaut d'approvisionnement local qu'en sacrifiant l'approvisionnement d'autres marchés moins « frondeurs » et donc plus aisément rentables. Dans ces conditions, chaque opérateur « assembleur » sera très certainement dissuadé de sacrifier des parts de marchés relativement sûres et rentables pour tenter d'en conserver d'autres sur un marché dont les fournisseurs locaux se montrent tout à la fois très motivés, unis et organisés pour recouvrer leur autonomie, tout en disposant des compétences pour reconquérir une part conséquente de ce marché.



## **Titre : Assembleurs de vins européens**

La suppression des droits de plantation et l'autorisation d'assemblages intra-UE facilitent l'émergence d'opérateurs « assembleurs de vins européens »

**Résumé :** Le reflux de la globalisation (remise en cause du libre-échange,...) concerne également le secteur vitivinicole et ses échanges commerciaux (pratiques œnologiques spécifiques et restrictives, embouteillage à proximité des zones de production ...). Le changement climatique, qui bouleverse les conditions de production et de compétition entre les régions viticoles, et la suppression des droits de plantation, réalisée en l'absence d'instance de régulation nationale, mais accompagnée de l'autorisation d'assemblages de vins et moûts intra-UE, facilitent l'émergence d'opérateurs « assembleurs de vins européens » qui prennent, à cette occasion, une place conséquente dans le monde vitivinicole européen. La valorisation des sous-produits, voire certaines activités non viticoles, jouent un rôle significatif dans l'équilibre économique des acteurs (entreprises, vigneron) soumis à une pression concurrentielle démultipliée (concurrences intra et inter-régionale, mais aussi intra-UE avec des « assembleurs » n'hésitant pas à se fournir dans d'autres pays membres).

Hypothèses motrices :

**versus189 :** *En réaction aux dérives de la mondialisation (libre-échange généralisé et total avec risques de perte d'identité et de mise en concurrence frontale de tout et de tous), le libre-échange est remis en cause (d'abord dans les pays occidentaux - cf. BREXIT, Etats-Unis, ... - puis dans d'autres pays).*

**325 :** Le changement climatique entraîne une redistribution géographique des zones de production et/ou renouvelle les conditions de compétition entre les régions viticoles en modifiant la valeur des vignobles et la hiérarchisation des terroirs.

**Avec la persistance des difficultés & déséquilibres économiques et financiers dans le courant de la décennie 2020 et en réaction aux dérives de la globalisation (libre-échange généralisé et mise en concurrence financière de tout et de tous), le libre-échange est remis en cause (dans tous les pays, occidentaux ou non).**

Le secteur vitivinicole et ses échanges commerciaux sont également concernés par ce reflux de la globalisation : ainsi, les accords douaniers ne permettent pas aux pays producteurs et aux pays consommateurs de mettre en marché sous leur origine des vins produits à partir de moûts importés, et/ou assemblés à partir de vins importés.

Et loin de constituer une exception, cette interdiction/limitation se conjugue, plus généralement, avec des pratiques œnologiques qui demeurent spécifiques et restrictives au sein de l'U.E. et dans le monde.

Ces spécificités constituent autant de particularités complexifiant une bonne appréhension globale des enjeux associés à la culture de vigne et aux débouchés de ses produits, notamment en termes de rentabilité financière et de retour sur investissements, de sorte que cette technicité multifacettes (depuis l'amont jusqu'à l'aval, et diverse en fonction des particularismes locaux) limite l'attrait de la vigne pour les capitaux extérieurs.

Dans le cadre de ce processus de « dé-globalisation », ni les accords douaniers en vigueur, ni les pratiques œnologiques spécifiques ne sont de nature à favoriser l'émergence d'« assembleurs » utilisant des vins de diverses origines, et le faible attrait de potentiels investisseurs extérieurs à la filière s'en trouve conforté et entérine le rôle marginal de ce type d'opérateurs dans le monde vitivinicole.

De plus, les conditions étant favorables au « localisme » (versus « globalisme »), l'embouteillage reste proche des zones de production, auxquelles il confère également un gain de valeur ajoutée, ainsi hors de portée et inaccessible à des opérateurs de type « assembleurs ».

Compte tenu, d'une part, de la faiblesse des investissements de capitaux extérieurs dans la filière, et, d'autre part, de la distance séparant les lieux d'embouteillage (situés dans les environs immédiats des zones de production) des grandes places de consommation (situées hors zones de production pour la plupart), la situation s'avère propice au développement du e-commerce du vin, et notamment aux acteurs spécialisés dans le commerce en ligne (« pure players » du e-commerce) qui prennent des parts de marché aux circuits "physiques" (GD, HD, caviste, vente directe,...) ne disposant pas des compétences et atouts propres à cette activité spécifique.

Une relative insuffisance des possibilités d'économies d'échelle (cf. notamment l'impossible émergence de très grands opérateurs de type « assembleurs »), et la limitation des moyens financiers à disposition en découlant, nuisent à la mise en œuvre des innovations techniques disponibles (irrigation, lutte antigel, etc.), à la vigne comme à la cave, dans des conditions de rentabilité économiquement viables (cf. notamment coûts importants de mise en place et d'entretien).

Et cette difficulté de rentabilisation des investissements dans les innovations techniques constitue encore un facteur limitant supplémentaire à l'attrait des capitaux extérieurs pour la filière.

**À l'approche du terme de la décennie 2030, le changement climatique entraîne une redistribution géographique des zones de production et renouvelle les conditions de compétition entre les régions viticoles en modifiant la valeur des vignobles et la hiérarchisation des terroirs.** En réponse à la présente instabilité et à l'imprévisibilité de l'évolution de la situation à venir, chaque région viticole développe une gamme aussi complète que possible de produits (du rosé à faible degré au vin effervescent en passant par le rouge de longue garde), bien que cela démultiplie le risque d'une concurrence inter-régionale très rapidement accrue sur les marchés.

Dans ces conditions, et faute d'instance de régulation nationale, la nouvelle législation imposant la suppression des droits de plantation permet au négoce, par l'augmentation de l'offre de raisin ou de vins, voire de matière première, qu'elle entraîne, de jouer la concurrence intra et inter-régionale et de déplacer la chaîne de valeur ajoutée à son profit.

Et, parmi les opérateurs intermédiaires, émerge une nouvelle catégorie d'acteurs qui profite tout particulièrement des conséquences associées au changement climatique et à la libéralisation des plantations assortie de l'autorisation d'assemblages de vins et moûts intra-UE: tirant partie de ces nouvelles possibilités offertes dans les limites du territoire de l'UE, des opérateurs « assembleurs de vins européens » prennent, à cette occasion, une place conséquente dans le monde vitivinicole européen.

La valorisation des sous-produits joue un rôle significatif dans l'équilibre économique des entreprises (distillation des marcs et lies, extraction des anthocyanes...) soumises à une pression concurrentielle démultipliée (concurrences intra et inter-régionale, mais aussi internationale avec des « assembleurs » n'hésitant pas à se fournir dans d'autres pays membres de l'UE s'ils peuvent en tirer le moindre avantage).

Également pressurés par leur nouvel environnement concurrentiel, les vigneron ne peuvent, de plus, bénéficier des innovations techniques disponibles dans des conditions de rentabilités économiquement viables pour leur exploitation (coûts importants de mise en place et d'entretien). Ainsi, certaines activités non viticoles (agricoles ou non) leur deviennent significativement plus rentables que l'activité viticole, et, pour nombre d'entre eux, la valorisation des sous-produits s'avère également nécessaire pour parvenir à l'équilibre économique de leur exploitation.

Dans ces conditions, l'imprévisibilité de l'évolution des conditions de production associée aux conséquences du changement climatique (facteur d'instabilité structurelle) et les

difficultés de rentabilisation de l'activité viticole connues par un grand nombre d'exploitations, limitent l'attrait de la vigne pour les capitaux extérieurs.

#### Méta-scénario 2.4

##### Titre : Dé-globalisation

La production tire parti du reflux de la globalisation pour conserver une part conséquente de la valeur ajoutée

**Synthèse :** Le reflux de la globalisation (remise en cause du libre-échange,...) concerne également le secteur vitivinicole et ses échanges commerciaux (pratiques œnologiques spécifiques et restrictives, embouteillage à proximité des zones de production ...). La production s'accorde sur le fonctionnement effectif d'une coordination nationale limitant la concurrence inter-régionale, et se prémunit contre les conséquences potentiellement contraires à ses intérêts d'une possible libéralisation des plantations. L'embouteillage reste proche des zones de production et les acteurs spécialisés dans le commerce en ligne (« *pure players* » du *e-commerce*) prennent des parts de marché aux circuits "physiques" (GD, HD, caviste, vente directe,...).

Avec une production très organisée pour conserver une part conséquente de la valeur ajoutée, des difficultés de rentabilisation des innovations techniques (économies d'échelle limitées), et des activités non viticoles plus rentables pour certains acteurs de la filière aux produits insuffisamment différenciés, la vigne n'offre aucun débouché et/ou n'exerce aucun attrait pour les capitaux extérieurs.

##### Hypothèses motrices :

**versus189 :** *En réaction aux dérives de la mondialisation (libre-échange généralisé et total avec risques de perte d'identité et de mise en concurrence frontale de tout et de tous), le libre-échange est remis en cause (d'abord dans les pays occidentaux - cf. BREXIT, Etats-Unis, ... - puis dans d'autres pays).*

**versus325 :** *Le changement climatique ne modifie pas la valeur des vignobles et la hiérarchisation des terroirs, les conditions de compétitions entre les régions viticoles n'évoluent pas de son fait.*

**Avec la persistance des difficultés & déséquilibres économiques et financiers dans le courant de la décennie 2020 et en réaction aux dérives de la globalisation (libre-échange généralisé et mise en concurrence financière de tout et de tous), le libre-échange est remis en cause (dans tous les pays, occidentaux ou non).**

Le secteur vitivinicole et ses échanges commerciaux sont également concernés par ce reflux de la globalisation : ainsi, les accords douaniers ne permettent pas aux pays producteurs et aux pays consommateurs de mettre en marché sous leur origine des vins produits à partir de moûts importés, et/ou assemblés à partir de vins importés.

Et loin de constituer une exception, cette interdiction/limitation se conjugue, plus généralement, avec des pratiques œnologiques qui demeurent spécifiques et restrictives au sein de l'U.E. et dans le monde.

Ces spécificités constituent autant de particularités complexifiant une bonne appréhension globale des enjeux associés à la culture de vigne et aux débouchés de ses produits, notamment en termes de rentabilité financière et de retour sur investissements, de sorte que cette technicité multifacettes (depuis l'amont jusqu'à l'aval, et diverse en fonction des particularismes locaux) limite l'attrait de la vigne pour les capitaux extérieurs.

Dans le cadre de ce processus de « dé-globalisation », ni les accords douaniers en vigueur, ni les pratiques œnologiques spécifiques ne sont de nature à favoriser l'émergence d'« assembleurs » utilisant des vins de diverses origines, et le faible attrait de potentiels

investisseurs extérieurs à la filière s'en trouve conforté et entérine le rôle marginal de ce type d'opérateurs dans le monde vitivinicole.

De plus, les conditions étant favorables au « localisme » (*versus* « globalisme »), l'embouteillage reste proche des zones de production, auxquelles il confère également un gain de valeur ajoutée, ainsi hors de portée et inaccessible aux « assembleurs ».

Compte tenu, d'une part, de la faiblesse des investissements de capitaux extérieurs dans la filière, et, d'autre part, de la distance séparant les lieux d'embouteillage (situés dans les environs immédiats des zones de production) des grandes places de consommation (situées hors zones de production pour la plupart), la situation s'avère propice au développement du e-commerce du vin, et notamment aux acteurs spécialisés dans le commerce en ligne (« *pure players* » du e-commerce) qui prennent des parts de marché aux circuits "physiques" (GD, HD, caviste, vente directe,...) ne disposant pas des compétences et atouts propres à cette activité spécifique.

Une relative insuffisance des possibilités d'économies d'échelle (cf. notamment l'impossible émergence de très grands opérateurs de type « assembleurs »), et la limitation des moyens financiers à disposition en découlant, nuisent à la mise en œuvre, à la vigne comme à la cave, des innovations techniques disponibles (irrigation, lutte antigél, etc.) dans des conditions de rentabilité économiquement viables (cf. notamment coûts importants de mise en place et d'entretien).

Et cette difficulté de rentabilisation des investissements dans les innovations techniques constitue encore un facteur limitant supplémentaire à l'attrait des capitaux extérieurs pour la filière.

**À l'approche du terme de la décennie 2030, les évolutions climatiques s'avèrent sans effet notable sur la valeur des vignobles et la hiérarchisation des terroirs, et les conditions de compétitions entre les régions viticoles n'évoluent pas de leur fait.**

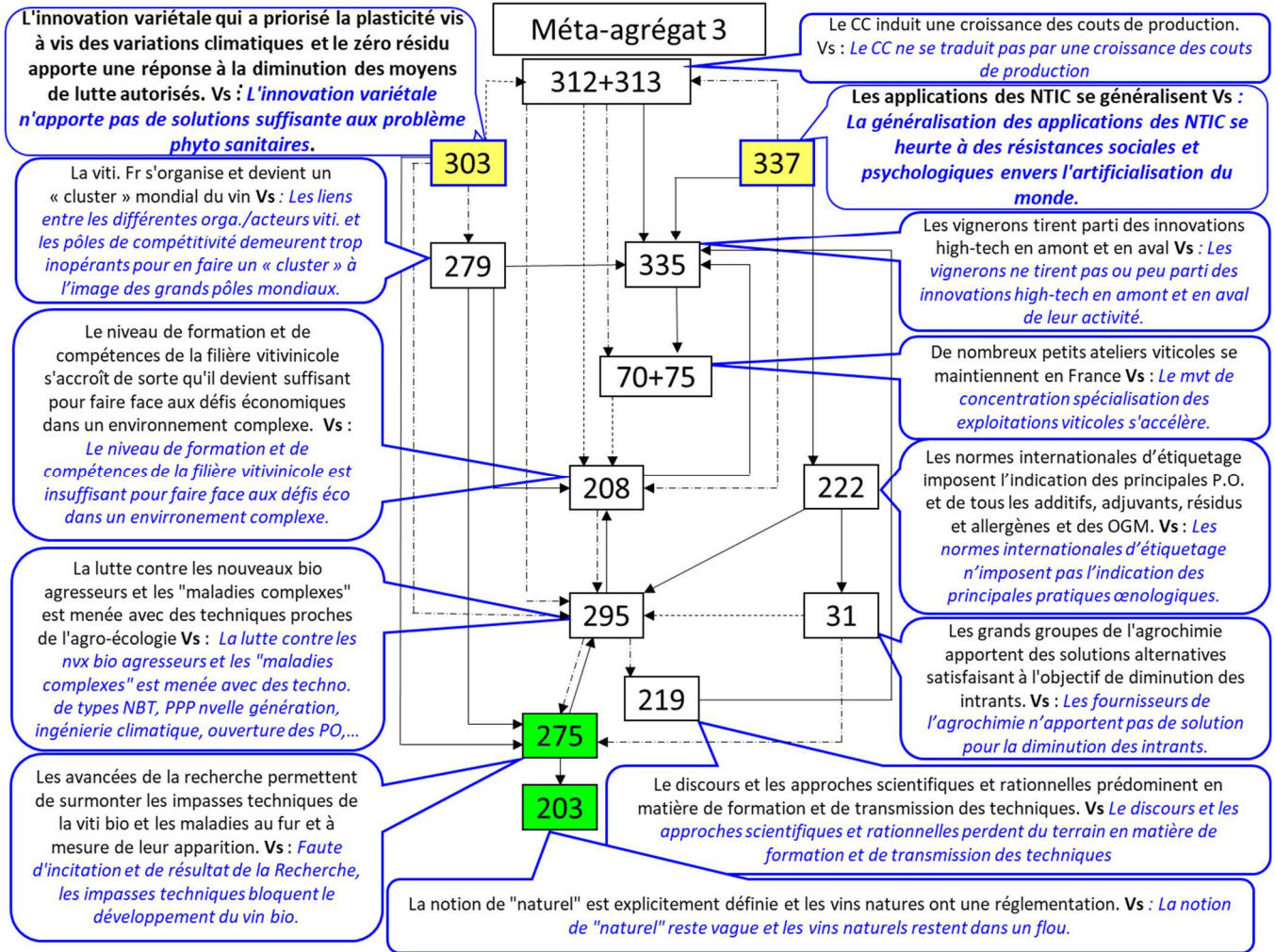
Prenant appui sur une relativement forte stabilité d'ensemble, et donc prévisibilité, de leurs conditions de production et de positionnement/compétition respectives, les régions de production s'accordent sur le fonctionnement effectif d'une coordination nationale limitant la concurrence inter-régionale, et la production s'organise pour se prémunir contre les conséquences d'une potentielle libéralisation des plantations afin que, le cas échéant, elle ne puisse entraîner une concurrence effrénée arbitrée par le négoce. Effectuée à titre préventif, cette anticipation des producteurs faisant bloc, enterre les derniers espoirs d'envisager toute émergence significative d'opérateurs importants relevant de la catégorie « assembleurs » tirant partie d'une possible libéralisation des plantations.

Ainsi confortées sur la viabilité économique de leur activité principale (viticulture, production et commercialisation de vins), la valorisation des sous-produits joue un rôle anecdotique dans l'équilibre économique de la majeure partie des entreprises de la filière travaillant des produits suffisamment différenciés et associés à un rapport qualité/prix acceptable.

Toutefois, pour les acteurs travaillant des produits (raisins et/ou vins) insuffisamment différenciés et/ou présentant un rapport qualité/prix trop faible, notamment du fait de modalités de mise en œuvre d'innovations techniques difficilement viables financièrement (coût, conditions de rentabilité, ...), certaines activités non viticoles, agricoles ou non, deviennent significativement plus rentables que l'activité vitivinicole, et la valorisation des sous-produits joue un rôle significatif dans l'équilibre économique de ces entreprises (distillation des marcs et lies, extraction des anthocyanes...).

Dans ces conditions (production très unie, organisée et tirant le meilleur parti de la relative neutralité des évolutions climatiques limitées, difficultés de rentabilisation des innovations techniques, activités non viticoles plus rentables pour certains acteurs de la filière, ...), la vigne n'offre aucun débouché (autofinancement et/ou besoins de financement extérieurs limités) et/ou n'exerce aucun attrait pour les capitaux extérieurs.

### › Méta-agrégat n°3 : Recherche et innovation



#### Meta-scénario 3-1

##### **Titre : Innovations pour l'environnement**

##### **Technologies innovantes, formation, réseau filière-recherche répondent aux attentes environnementales des consommateurs**

**Résumé :** Alors que le changement climatique n'alourdit pas les coûts de production, les technologies innovantes sont mobilisées pour former les acteurs de la filière viticole et pour faciliter la collaboration entre la filière et la recherche dans le but de produire, sans nécessairement de concentration des opérateurs et grâce aux performances des nouvelles variétés, des vins répondant aux attentes environnementales des consommateurs (toujours mieux informés grâce aux nouvelles normes d'étiquetage), en matière de diminution de l'usage des intrants et de développement de la viticulture bio, clairement distincte des démarches « nature » par ailleurs mieux définies.

##### **Hypothèses motrices :**

337 : Les applications des NTIC se généralisent : capteurs sur le lieu de production, application smartphone pour les consommateurs, intelligence artificielle...

303 : L'innovation variétale qui a priorisé la plasticité vis à vis des variations climatiques (eau, T°, sensibilité aux bio-agresseurs) et le zéro résidu apporte une réponse à la diminution des moyens de lutte autorisés.

Des pratiques viticoles aux consommateurs, les applications des NTIC se généralisent : capteurs sur le lieu de production, application smartphone pour les consommateurs, intelligence artificielle.... Aussi les dispositifs de traçabilité « du champ à l'assiette » se nourrissent de la mise à disposition de toutes les informations générées à chaque étape de la production et rendent possible l'obligation de l'étiquetage des pratiques et des produits utilisés dans les process. Le vin n'échappe pas à cette évolution. Les normes internationales d'étiquetage imposent l'indication des principales P.O. et de tous les additifs, adjuvants, résidus et allergènes et des OGM.

L'obligation de transparence stimule l'innovation en matière de précision des itinéraires techniques et des traitements. Les grands groupes de l'agrochimie apportent des solutions alternatives satisfaisant à l'objectif de diminution des intrants.

Alors la lutte contre les nouveaux bio-agresseurs et les maladies complexes se fait-elle par des moyens de lutte agro-écologiques ou techno ?

L'innovation variétale qui a priorisé la plasticité vis à vis des variations climatiques (eau, T°, sensibilité aux bio-agresseurs) et le zéro résidu apporte une réponse à la diminution des moyens de lutte autorisés.

L'adoption des nouvelles variétés et des pratiques culturales de précision permises par les NTIC facilitent la réponse à une pression pathogène croissante, aux difficultés de gestion des équilibres hydriques, aux aléas plus fréquents et à la variabilité accrue des températures et des précipitations. Le changement climatique ne se traduit pas par une croissance des coûts de production. Cet impact financier limité pour les exploitations viticoles du changement climatique réduit en première analyse l'intérêt des vignerons pour davantage d'innovations *high-tech*.

Les résultats obtenus en matière d'innovation variétale nourrissent une dynamique qui renforce les collaborations entre centres de recherche publics ou privés et avec les acteurs de la filière viti-vinicole. La viticulture française s'organise et devient un « *cluster* » mondial du vin regroupant pôles de compétitivité, recherche, formation, information (observatoire vitivinicole), entreprises et organisations de la filière vitivinicole, etc... Ainsi, le transfert des résultats de la recherche fondamentale applicables au vignoble / dans les chais, sont déterminants pour les progrès (économiques, réponse aux attentes consommateurs, maîtrise technique, ...) au sein de la filière vignes & vins.

La dynamique de transfert et la diversité de l'offre d'application des NTIC stimulent la curiosité des producteurs qui cherchent à tirer parti des innovations de la vigne au chai

Comme leurs coûts de production ne sont pas alourdis par le changement climatique, les petites exploitations peuvent mettre en œuvre les innovations, d'autant plus facilement que les technologies comme l'impression 3D permettent une adaptation des innovations à la taille des ateliers viticoles. Aussi de nombreuses petites exploitations se maintiennent.

Cette atomisation des acteurs de l'amont viticole pourrait nuire à l'élévation générale du niveau de formation dans la filière, mais notamment grâce aux NTIC qui fluidifient la diffusion des formations, à l'absence de renchérissement des coûts de production suite au CC qui laisse des marges de manœuvre financières aux producteurs et surtout grâce à l'organisation de la filière en « *cluster* », le niveau de formation et de compétences de la filière vitivinicole s'accroît de sorte qu'il devient suffisant pour faire face aux défis économiques dans un environnement complexe.

Mieux formés les viticulteurs tirent un meilleur parti des innovations sans de positions dogmatiques : les solutions de l'agrochimie permettent de d'utiliser avec précision des PPP qui ne laissent pas de résidus, le génie génétique a accéléré l'obtention de variétés et de porte-greffes nouveaux qui facilitent l'adaptation au CC, la transparence sur les pratiques à la vigne et au chai imposée par les nouvelles normes d'étiquetage alimente une demande pour des vins produits avec un minimum d'intervention de la chimie voire de la technologie. Le

niveau élevé de formation dans la filière lui permet de répondre à cette diversité de demandes par des itinéraires techniques soit proches de l'agro-écologie soit utilisant finement les solutions techno-agrochimiques pour lutter efficacement contre les nouveaux bio-agresseurs et les « maladies complexes ».

L'innovation variétale, la densité de recherches, et la contribution de l'agrochimie permettent de surmonter les impasses techniques de la viticulture bio et les maladies au fur et à mesure de leur apparition. Ainsi l'absence de dogmatisme et la capacité à mobiliser toute la panoplie technique et à chercher des synergies entre agro-écologie et solutions techno-chimiques est confirmée.

Le discours et les approches scientifiques et rationnelles prédominent en matière de formation et de transmission des techniques.

Combinant la philosophie du bio (et notamment le refus de PPP systémiques) avec le rejet des biotechnologies (ce qui n'est plus le cas pour l'ensemble du bio, qui globalement considère dorénavant que l'utilisation de matériels génétiques résistant non seulement aux maladies mais aussi aux conséquences les plus néfastes du changement climatique est souhaitable pour réduire l'usage de PPP ou de l'irrigation par exemple, et ceci même si pour l'obtention de ces matériels résistant dans un délai rapide, il faut recourir aux différentes biotechnologies), la notion de "naturel" est explicitement définie et les vins naturels ont une réglementation ce qui diminue le risque de confusion dans l'esprit du consommateur.

Meta-scénario 3-2

#### **Titre : Monitoring**

**Les producteurs dépendent des logiciels pour l'utilisation des traitements phytosanitaires seule voie pour répondre aux attentes environnementales des consommateurs dans un contexte de changement climatique couteux.**

**Résumé :** La transparence permise par les technologies de l'information oriente la R&D des groupes de l'agro-chimie vers le créneau laissé par l'absence de résultats encore satisfaisants de la création variétale pour réduire les intrants alors que le changement climatique conduit à l'accroissement des coûts de production. De la vigne à la cave, les producteurs sont assistés par des applications, accessibles même pour les petites structures viticoles, pour la mise en œuvre d'une phyto-pharmacie de précision qui intègre également des itinéraires de bio-contrôle.

#### **Hypothèses motrices :**

337 : Les applications des NTIC se généralisent : capteurs sur le lieu de production, application smartphone pour les consommateurs, intelligence artificielle...

Vs303 : *L'innovation variétale n'apporte pas de solutions suffisantes aux problèmes phytosanitaires que connaît la viticulture.*

Des pratiques viticoles aux consommateurs, les applications des NTIC se généralisent : capteurs sur le lieu de production, application smartphone pour les consommateurs, intelligence artificielle... Aussi les dispositifs de traçabilité « du champ à l'assiette » se s'enrichissent de la mise à disposition de toutes les informations générées à chaque étape de la production et rendent possible le contrôle et la mise en place réglementaire de l'obligation de l'étiquetage des pratiques et des produits utilisés dans les process. Le vin n'échappe pas à cette évolution. Les normes internationales d'étiquetage imposent l'indication des principales P.O. et de tous les additifs, adjuvants, résidus et allergènes et des OGM.

L'obligation de transparence exerce une pression sur la filière et en particulier sur les fournisseurs d'intrants qui accélèrent l'innovation en matière de précision des itinéraires techniques et des traitements. Les grands groupes de l'agrochimie apportent des solutions alternatives satisfaisant à l'objectif de diminution des intrants.

Par ailleurs, l'innovation en matière de création variétale est freinée par la limitation des techniques utilisables, l'acceptabilité des NTIC n'étant pas allée de pair avec celles de la génomique. Aussi, l'innovation variétale n'apporte pas encore de solutions satisfaisantes aux problèmes phytosanitaires que connaît la viticulture.

Bien que les NTIC facilitent un pilotage de précision du vignoble, l'absence de variété réellement adaptée aux nouvelles conditions climatiques est pesante. Le changement climatique induit une croissance des coûts de production (réponse à une pression pathogène croissante, difficulté de gestion des équilibres hydriques, des aléas plus fréquents et d'une variabilité accrue des températures et des précipitations,...).

Paradoxalement, les énergies se regroupent face aux difficultés et l'absence de solution apportée par l'innovation variétale fédère les énergies autour de la recherche de toutes les autres démarches d'adaptation. Ces démarches d'adaptation vont chercher à limiter l'augmentation des coûts de production en mobilisant des applicatifs rendant possible à la vigne des micro-traitements guidés par GPS ou, à la cave des interventions sur les fermentations 24h sur 24. Il est même possible de savoir quand le consommateur a débouché l'avant dernière bouteille de sa cave pour lui proposer une livraison de réapprovisionnement ! Ainsi les vigneron tirent parti des innovations high-tech.

Les applications qui guident l'exploitant pas-à-pas dans chacune de ses interventions sont particulièrement avantageuse pour les petits ateliers viticoles des exploitations non-viticoles qui sont aussi celles qui peuvent mutualiser les risques entre plusieurs spéculations agricoles. Ainsi, de nombreux petits ateliers viticoles se maintiennent en France, particulièrement dans des exploitations non spécialisées en viticulture.

Une grande dépendance aux outils de l'intelligence artificielle<sup>8</sup> se développe et se substitue peu à peu à la formation au sens strict. La compétence se concentre dans la R&D et chez les développeurs des applicatifs. Tant qu'il n'y a pas de bug la filière est capable de faire face aux défis technico économiques dans un environnement complexe.

Finement pilotées grâce aux NTIC, les interventions de lutte contre les nouveaux bio agresseurs et les "maladies complexes" (type dépérissement de la vigne) sont menées avec des technologies de types NBT sur les levures œnologiques, PPP nouvelle génération, ingénierie climatique, ouverture des PO,... que les groupes de l'agrochimie fournissent sous forme de bouquets d'interventions coordonnées. Le discours et les approches scientifiques et rationnelles prédominent en matière de formation et de transmission des techniques.

Un « bouquet AB » est également mis au point avec des solutions de bio-contrôle intégrées.

Les producteurs qui refusent tout apport de la chimie valorisent leur position en se démarquant de la bio. La notion de "naturel" est explicitement définie et les vins nature ont une réglementation (ce qui diminue le risque de confusion dans l'esprit du consommateur).

Meta-scénario 3-3

**Titre : Nouvelles variétés clivantes**

**L'amont, sauf les bio qui les refusent, solutionne par les variétés résistantes ses problématiques culturelles mais seul un aval concentré accède aux innovations et répond aux attentes des consommateurs.**

**Résumé :** En l'absence de solution phytopharmaceutique, l'innovation variétale permet à la viticulture de s'adapter aux nouvelles conditions climatiques, maladies complexes et nouveaux bio-agresseurs. Mais pour l'élaboration et la commercialisation des vins que le marché recherche, les compétences et technologies sont peu diffusées ce qui sélectionne les

<sup>8</sup> Effet GPS : on ne sait plus aller nulle part sans GPS ou effet Thermomix : avec lui je sais tout faire, sans lui je suis perdu.



plus gros opérateurs. Plus agiles et déterminés à garantir le « zéro résidu », les tenants des vins nature intègrent plus facilement les variétés résistantes issues du génie génétique que les acteurs de la filière bio.

**Hypothèses motrices :**

Vs337 : *La généralisation des applications des NTIC se heurte à des résistances sociales et psychologiques envers l'artificialisation du monde.*

303 : L'innovation variétale qui a priorisé la plasticité vis à vis des variations climatiques (eau, T°, sensibilité aux bio-agresseurs) et le zéro résidu apporte une réponse à la diminution des moyens de lutte autorisés.

L'innovation variétale qui a priorisé la plasticité vis à vis des variations climatiques (eau, T°, sensibilité aux bio-agresseurs) et le zéro résidu apporte une réponse à la diminution des moyens de lutte autorisés.

Par ailleurs, l'omniprésence de certaines utilisations de l'intelligence artificielle induit des formes de rejet dans la population. La généralisation des applications des NTIC se heurte à des résistances sociales et psychologiques envers l'artificialisation du monde.

Faute de technologie efficace de traçabilité des interventions au cours des processus d'élaboration, le coût de leur contrôle s'avère trop élevé au regard d'une fiabilité approximative. Les instances internationales en charge de ce dossier renoncent à imposer un étiquetage avec l'indication des principales pratiques œnologiques, ou de tous les additifs, adjuvants, résidus et allergènes ni des OGM.

Ainsi les consommateurs n'accèdent pas facilement aux informations détaillées sur la présence de résidus et doivent s'en remettre aux contrôles des pouvoirs publics. Comme la toxicologie réglementaire évolue au fil des compromis issus de lentes négociations internationales entre États où les groupes de pression des ONG et des firmes phyto s'affrontent sans fin, la pression sur les fournisseurs de l'agrochimie pour la mise au point de produits moins polluants s'allège. Les fournisseurs de l'agrochimie n'apportent pas prioritairement de solution à la demande sociétale de diminution des intrants.

Le renouvellement variétal intègre progressivement les nouvelles variétés qui sont admises dans les IG. Elles demandent nettement moins d'intervention, de surveillance, de traitement et ne nécessitent pas la mobilisation de NTIC. Ainsi le changement climatique ne se traduit pas par une croissance des coûts de production.

Les succès de l'innovation et de la création variétale dynamisent des collaborations essentiellement à l'amont de la filière entre organisations, acteurs de la viticulture et les pôles de compétitivité. La viticulture française s'organise et devient un « cluster » mondial du vin regroupant pôles de compétitivité, recherche, formation, information (observatoire vitivinicole), entreprises et organisations de la filière vitivinicole, etc... Par contre à l'aval, pour les questions liées à la compréhension des consommateurs et des marchés, cette dynamique ne fonctionne pas. Sous la pression d'une opinion frileuse quant à l'usage des NTIC et en l'absence de propositions coordonnées de la R&D sur les problématiques d'aval, comblés par les innovations variétales à l'amont, les vignerons ne tirent pas ou peu parti des innovations high-tech en amont et en aval de leur activité.

Les nouvelles variétés sont plantées par des exploitations de toutes les tailles mais seules les exploitations de grande taille parviennent à adapter la vinification et la commercialisation aux nouvelles demandes. Le mouvement de concentration spécialisation des exploitations viticoles s'accélère.

Le niveau de formation est élevé en viticulture avec la capacité à cultiver les nouvelles variétés adaptées aux nouvelles conditions climatiques et suffisamment tolérantes aux maladies pour qu'il n'y ait aucun résidu dans les vins. Mais en matière de commercialisation le niveau de la filière est plus hétérogène et assez corrélé à la taille des entreprises notamment

faute de technologies de partage des informations. Le niveau de formation et de compétence de la filière est hétérogène.

Les compétences amont (viticulture), l'existence de variétés adaptées au CC, l'absence de proposition émanant des entreprises de l'agrochimie conduisent à ce que la lutte contre les nouveaux bio agresseurs et les "maladies complexes" (type dépérissement de la vigne) est menée avec des techniques proches de l'agro-écologie (bio, massale, diversification, agroforesterie ...). Les résultats de ces techniques sont documentées « chemin faisant » et leur mise en œuvre par les producteurs nécessite une part de conviction non négligeable, et donc une certaine part d'irrationnel dont il est fait état dans les formations et les échanges entre pairs.

Malheureusement pour la filière bio, les nouvelles variétés ont été obtenues par des techniques génomiques (NBT, ...) non OGM mais néanmoins exclues des cahiers des charges bio. Ces obtentions étant considérées comme satisfaisantes par les Pouvoirs publics, la recherche d'alternatives AB compatible n'est pas financée. Faute d'incitation et de résultat de la Recherche, les impasses techniques bloquent le développement du vin bio.

La production de vins nature, fermement positionnée pour limiter les interventions œnologiques est moins catégorique sur la non-utilisation des nouvelles variétés résistantes. La notion de "naturel" reste une notion vague et les vins naturels restent dans un flou juridique (avec risque de confusion dans l'esprit du consommateur).

Meta-scénario 3-4

**Titre : « Vieilles » molécules**

**La pharmacopée existante est la seule voie accessible pour faire face aux problématiques que rencontre la filière viti-vinicole, laissant la bio orpheline.**

**Résumé :** La pression climatique et ses conséquences sur l'économie des entreprises viticoles sont si violentes qu'il n'est pas possible d'attendre et de financer l'aboutissement des innovations que ce soit à partir des NTIC ou par la co-construction d'itinéraires techniques résilients. Les « vieilles » molécules de la phyto pharmacie sont les seules accessibles à tous et aucune solution n'est apportée aux impasses techniques de la bio.

**Hypothèses motrices :**

Vs337 : *La généralisation des applications des NTIC se heurte à des résistances sociales et psychologiques envers l'artificialisation du monde.*

Vs303 : *L'innovation variétale n'apporte pas de solutions suffisantes aux problèmes phyto sanitaires que connaît la viticulture.*

Résistance ! L'emballage de certaines utilisations de l'intelligence artificielle induit des formes de rejet dans la population. La généralisation des applications des NTIC se heurte à des résistances sociales et psychologiques envers l'artificialisation du monde.

Faute de technologie efficace de traçabilité des interventions au cours des processus d'élaboration, le coût de leur contrôle s'avère trop élevé au regard d'une fiabilité approximative. Les instances internationales en charge de ce dossier renoncent à imposer un étiquetage avec l'indication des principales pratiques œnologiques, ni de tous les additifs, adjuvants, résidus et allergènes ni des OGM.

Ainsi les consommateurs n'accèdent pas facilement aux informations détaillées sur la présence de résidus et doivent s'en remettre aux contrôles des pouvoirs publics et aux divers labels environnementaux. La pression sur les fournisseurs de l'agrochimie pour la mise au point de produits moins polluants s'allège. Les fournisseurs de l'agrochimie n'apportent pas de solution à la demande sociétale de diminution des intrants.

Par ailleurs, l'innovation variétale n'apporte pas de solutions suffisantes aux problèmes phytosanitaires que connaît la viticulture.

En l'absence de connaissance fine fournie par les NTIC et de solution apportée par l'innovation et la création variétales, le changement climatique induit une croissance des coûts de production (réponse à une pression pathogène croissante, difficulté de gestion des équilibres hydriques des aléas plus fréquents et d'une variabilité accrue des températures et des précipitations,...).

Résoudre les problèmes phytosanitaires par la création variétale aurait eu l'avantage de faire converger les acteurs de l'amont comme de l'aval, quelques soient les itinéraires techniques et les régions viticoles. A défaut, les liens entre les différentes organisations/acteurs viticoles et les pôles de compétitivité demeurent trop inopérants pour en faire un « cluster » à l'image des grands pôles mondiaux.

Le CC induisant une croissance des coûts de production, les vigneron ne sont pas en capacité d'investir dans les nouvelles technologies d'autant moins que celles-ci ont mauvaise presse auprès de l'opinion publique et que l'offre de solution est atomisée. Ainsi, les vigneron ne tirent pas ou peu parti des innovations high-tech en amont et en aval de leur activité. La course à l'agrandissement reste la seule façon de limiter l'impact de la croissance des coûts de production. Le mouvement de concentration spécialisation des exploitations viticoles s'accélère.

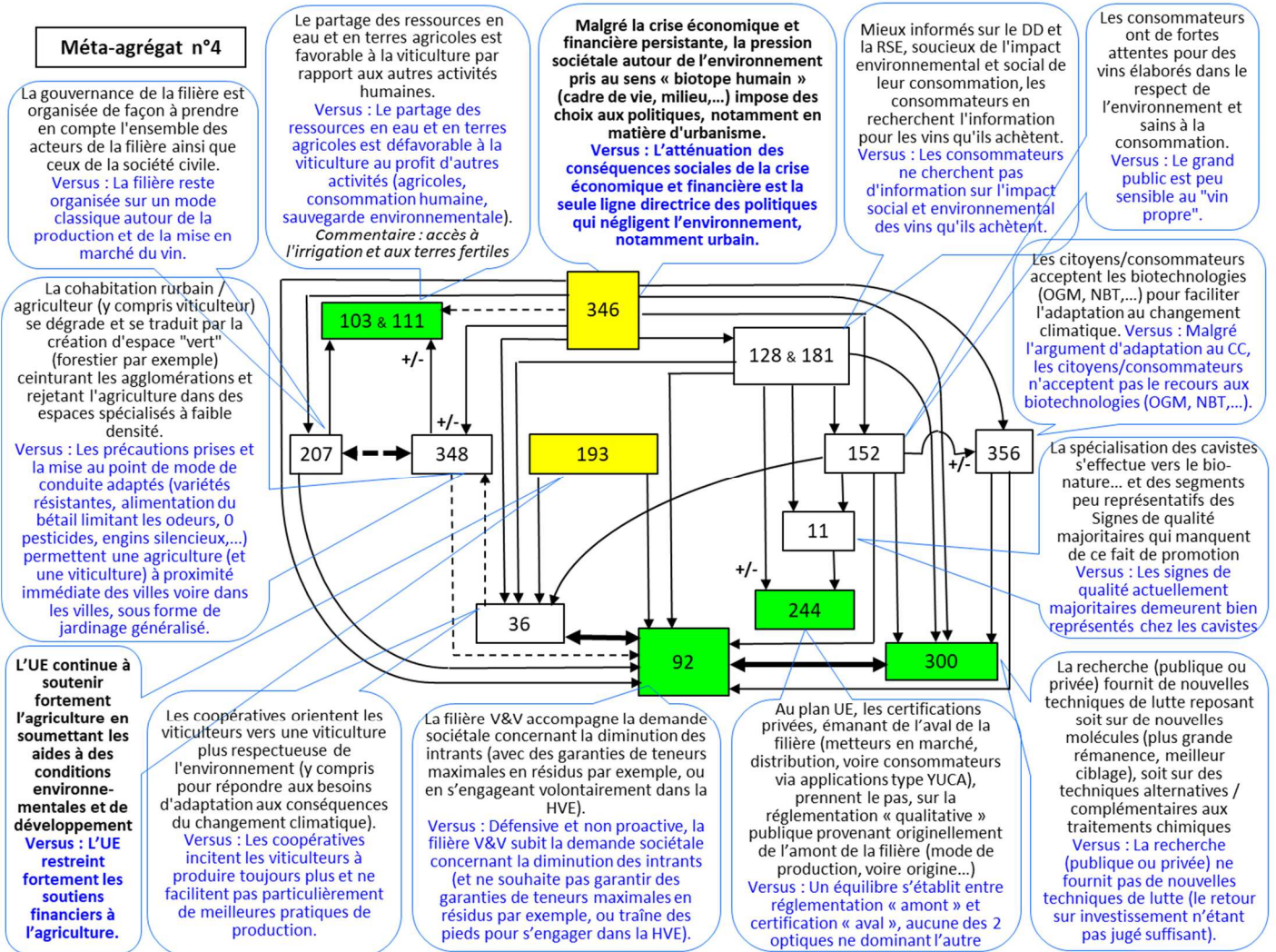
Le développement de structures viticoles de plus grande taille milite dans le sens d'une élévation du niveau de formation par l'embauche de personnel qualifié. Mais c'est davantage une faiblesse de la structuration de l'offre de formation faute de cluster et l'absence de formation en e-learning qui va peser défavorablement dans un contexte de renchérissement des coûts de production. Le niveau de formation et de compétences (techniques, commerciales, etc.) de la filière vitivinicole est insuffisant pour faire face aux défis économiques (technicité, gestion, compréhension de l'organisation des marchés, commercialisation, communication...) dans un environnement complexe. Ce qui empêche en retour les vigneron de tirer parti des innovations HighTech.

D'une part, les groupes de l'agro chimie, soucieux de répondre aux problématiques de couts de production des viticulteurs se cantonnent à faire des promotions sur des molécules connues et éprouvées, à large spectre et n'apportent pas de solutions pour la diminution des intrants que ce soit avec des produits systémiques micro-dosés ou avec des produits de la phytopharmacie de bio-contrôle. D'autre part, la création variétale n'a pas encore abouti à la mise au point de variétés suffisamment résistantes ou tolérantes aux différents agresseurs et l'absence de cluster collaboratif multi acteur ne facilite pas la conception de solutions globale compatibles avec l'approche agriculture biologique. Faute d'incitation et de résultat de la Recherche, les impasses techniques bloquent le développement du vin bio.

Dans ce contexte, la lutte contre les nouveaux bio-agresseurs et les maladies complexes n'est pas concertée, chacun trouve ses palliatifs en fonction de ses moyens intellectuels, techniques et/ou financiers.

Faute de pouvoir s'adosser à des vins bios qui auraient dépassé leurs impasses techniques, les expérimentations de vins nature restent marginales et dispersées. La notion de "naturel" reste une notion vague et les vins naturels restent dans un flou juridique (avec risque de confusion dans l'esprit du consommateur).

## › Méta-agrégat n°4 : Politiques publiques et attentes sociétales



### Meta-scénario 4-1

**Titre : La filière V&V à l'écoute des attentes sociétales et soutenue par la PAC, se convertit à la réduction des intrants**

**Résumé :** Malgré une situation économique dégradée, les citoyens sont très attentifs à l'état de leur cadre de vie urbain et à l'état de l'environnement au sens large. En matière vinicole, les consommateurs sont à la recherche d'informations sur le DD et la RSE : informations qui leur sont prioritairement apportées par des applications intégratrices des problématiques « one health » (liant intimement environnement et santé). Les biotechnologies modernes demeurent rejetées pour la sphère agro-alimentaire. Néanmoins, soutenue par une forte intervention communautaire éco-conditionnelle, la filière vitivinicole bénéficie d'innovations lui permettant d'accompagner la demande sociale d'une réduction des intrants et de limiter les conflits de voisinage avec les non-agriculteurs.

#### Hypothèses motrices :

346 : Malgré la crise économique et financière persistante, la pression sociale autour de l'environnement pris au sens « biotope humain » (cadre de vie, milieu,...) impose des choix aux politiques, notamment en matière d'urbanisme.

193 : L'UE continue à soutenir fortement l'agriculture en soumettant les aides à des conditions environnementales et de développement.

**Malgré la crise économique et financière persistante, la pression sociétale autour de l'environnement pris au sens « biotope humain » (cadre de vie, milieu,...) impose des choix aux politiques, notamment en matière d'urbanisme.**

Si en tant que citoyens les préoccupations environnementales, y inclus le cadre de vie urbain, ont pris une importance grandissante (espaces verts mais aussi ZNT...), en tant que consommateurs, mieux informés sur le développement durable (DD) et la responsabilité sociétale des entreprises (RSE), soucieux de l'impact environnemental et social de leur consommation, les consommateurs en recherchent l'information pour les vins qu'ils achètent.

Ainsi, les consommateurs ont de fortes attentes pour des vins élaborés dans le respect de l'environnement et sains à la consommation, dans une conception «one health» liant intimement environnement & santé.

Si en tant que citoyens majoritairement urbains, les aspirations à un cadre de vie harmonieux, conduisent, pour faciliter l'adaptation au CC, à l'implantation de végétaux permettant une gestion énergétique des toits terrasse, de l'excès d'eau en ville..., les consommateurs quant à eux revendiquent tout d'abord globalement une consommation saine et sans risque environnementaux. Ainsi les biotechnologies (OGM, NBT,...) ne sont-elles acceptées qu'en dehors de l'alimentaire et seulement pour l'obtention de végétaux fonctionnels non invasifs.

Compte tenu des attentes des citoyens en général et des consommateurs de vins en particulier, notamment en matière de recherche d'informations sur le DD et la RSE, les conduisant à porter une attention spécifique aux interactions environnement-santé, et dans un contexte où **L'UE continue à soutenir fortement l'agriculture en soumettant les aides à des conditions environnementales et de développement**, les coopératives orientent les viticulteurs vers une viticulture plus respectueuse de l'environnement (y compris pour répondre aux besoins d'adaptation aux conséquences du changement climatique).

La prise en compte de la pression sociétale sur les conditions de vie au sens large, et les choix qu'elle a imposés à la sphère politique ont en priorité concerné l'urbain, du fait de son poids démographique, mais pas seulement. Ainsi les interprofessions sont-elles de plus en plus incitées à inclure une prise en compte explicite des attentes sociétales dans leur décision : Ainsi, la gouvernance de la filière est-elle organisée de façon à prendre en compte l'ensemble des acteurs de la filière ainsi que ceux de la société civile.

Les précautions prises (y compris la création d'espace "vert" forestier par exemple ceinturant les agglomérations, lorsque l'éloignement entre agriculture et citadins est préférable –cf aussi « *one health* »-) accompagnées par les engagements environnementaux des producteurs notamment coopératifs, et complétées par la mise au point de certains modes de production adaptés (variétés résistantes, réduction forte des doses de pesticides, engins silencieux,...) partagés à la fois par les acteurs des filières et de la société civile permettent à certains types de production agricole et viticole d'exister à proximité immédiate des villes, voire dans les villes, l'agriculture n'étant plus majoritairement perçue comme une activité systématiquement défavorable à l'environnement, sa possible nuisance étant gérée.

Les exigences des citoyens conduisent à ce que les attentes « *one health* » soient prioritairement prises en compte. Dès lors, le partage des ressources en eau et en terres agricoles est arbitré en balançant besoin d'espaces verts en ville ou à proximité d'une part, et utilisation modérée à faible en eau et en terre d'autre part, arbitrage le plus souvent partagé entre la filière et la société civile. Selon la pression démographique, les modes de production pratiqués et la nécessité d'arbitrage de ressources plus ou moins contraintes comme l'eau et le sol, la viticulture est selon les territoires considérés plus ou moins bien placée. (Elle est donc considérée mais pas toujours favorisée).

Les consommateurs de vins sont à la recherche d'informations sur le DD et la RSE et portent une attention particulière aux interactions environnement-santé ce qui conduit les cavistes à

accroître la part de leur offre de vins consacrée à des produits mettant en avant le respect de l'environnement ainsi qu'une bonne rémunération des producteurs. C'est en priorité vers le bio-nature que s'effectue cette évolution. Les signes de qualité initialement majoritaires (AOP, IGP) reculent dans ce circuit et manquant de ce fait de promotion, perdent ainsi de leur prédominance dans l'esprit des amateurs

Devant la complexité des informations à synthétiser et notamment la multiplicité des signes à consonance environnementale émanant le plus souvent de l'amont (mais aussi la perte d'influence des SIQOs « traditionnels »), les consommateurs et in fine les autorités communautaires agrément des applications intégratrices des problématiques « *one health* » (type Yuka) et promeuvent un étiquetage complémentaire synthétique des engagements RSE des metteurs en marchés finaux ; la combinaison des deux étant considérée comme permettant une prise en compte synthétique du caractère plus ou moins durable de sa consommation alimentaire en général et vinicole en particulier : la composante alcool classant automatiquement bas les vins, le secteur est conduit à « travailler » intensément les autres aspects de la durabilité ... environnement, social...

La forte demande sociétale de durabilité et notamment d'intégration santé/bien-être/environnement et sa déclinaison en matière de demande de vins, conduisent à ce que la recherche soit soutenue pour fournir de nouvelles techniques de lutte reposant (plutôt pour la recherche privée) sur de nouvelles molécules (plus grande rémanence, meilleur ciblage) et ce malgré la faible acceptation des biotechnologies modernes, du fait d'une probabilité acceptable de ROI pour les cultures économiquement importantes, et (plutôt pour la recherche publique) sur des techniques alternatives / complémentaires aux traitements chimiques.

La combinaison de fortes attentes des consommateurs vis-à-vis d'une production vinicole jugée saine et respectueuse de l'environnement les conduit d'une part à ce que les biotechnologies modernes (type OGM, NBT,...) ne soient pas acceptées pour la production de végétaux à destination « alimentaire », mais d'autre part à intégrer les autres avancées de la recherche permettant notamment de réduire l'impact environnemental de la production vinicole, quitte à payer plus cher les vins. Ainsi, La filière V&V accompagne-t-elle la demande sociétale concernant la diminution des intrants (avec des garanties de teneurs maximales en résidus par exemple, ou en s'engageant volontairement dans la HVE).

En termes généraux, le contexte est donc caractérisé par une pression sociétale forte pour que la prise en compte de la qualité de l'environnement notamment urbain (cadre de vie, milieu,...) soit une priorité politique et par une PAC qui privilégie une intervention favorisant la durabilité et notamment la préservation de l'environnement.

Moyennant des aménagements dans la gestion de l'espace périurbain accompagnés par la définition d'itinéraires productifs jugés respectueux du cadre de vie et de l'environnement, l'agriculture, comme la viticulture ne sont plus majoritairement perçue comme une activité systématiquement défavorable à l'environnement dès lors que ces précautions sont prises. La perception de la validité de ces dernières est facilitée par l'intégration dans la gouvernance des filières viti-vinicoles des attentes sociétales, ainsi que par les orientations explicites prises en faveur du respect de l'environnement par les coopératives vinicoles par exemple.

Enfin en matière de demande, les consommateurs de vins sont friands d'informations positives relatives au DD et à la RSE. Tous ces éléments concourent à ce que la filière V&V accompagne la demande sociétale concernant la diminution des intrants (avec des garanties de teneurs maximales en résidus par exemple, ou en s'engageant volontairement dans la HVE). Cette évolution s'accompagne de l'intégration des résultats de la recherche visant à une innocuité des nouvelles molécules de traitement (et ce sans recourir aux biotechnologies modernes jugées potentiellement problématiques pour l'environnement et la santé), ou permettant la mise au point de nouveaux itinéraires techniques « *one health* ».

**Titre : Le recul du rejet des biotechnologies modernes permet à la filière V&V de s'adapter à la réduction des intrants**

**Résumé :** La situation économique dégradée n'empêche pas les citoyens d'être très attentifs à l'état de l'environnement au sens large (tant urbain que rural). L'adaptation au CC est une attente sociétale majeure qui conduit les consommateurs à tolérer l'emploi des biotechnologies modernes pour en contenir les effets délétères. Ce contexte permet à la recherche d'offrir des solutions cohérentes avec la volonté complémentaire de réduire les intrants en agriculture en général et en viticulture en particulier. La diffusion notamment des nouvelles obtentions résistantes est cependant ralentie par le repli des aides de la PAC. Néanmoins l'intégration des attentes sociétales dans la gouvernance de la filière facilite l'évolution des pratiques et la réduction des conflits de proximité.

**Hypothèses motrices :**

346 : Malgré la crise économique et financière persistante, la pression sociétale autour de l'environnement pris au sens « biotope humain » (cadre de vie, milieu,...) impose des choix aux politiques, notamment en matière d'urbanisme.

*Versus193 : L'UE restreint fortement les soutiens financiers à l'agriculture.*

**Malgré la crise économique et financière persistante, la pression sociétale autour de l'environnement pris au sens « biotope humain » (cadre de vie, milieu,...) impose des choix aux politiques, notamment en matière d'urbanisme.**

Si en tant que citoyens les préoccupations environnementales y inclus le cadre de vie urbain ont pris une importance grandissante (espaces verts mais aussi ZNT...), en tant que consommateurs, mieux informés sur le DD et la RSE, soucieux de l'impact environnemental et social de leur consommation, les consommateurs en recherchent l'information pour les vins qu'ils achètent. Ainsi, les consommateurs ont de fortes attentes pour des vins élaborés dans le respect de l'environnement et sains à la consommation, dans une conception « *one health* » liant intimement environnement & santé.

Les citoyens majoritairement urbains, sont donc très attentifs à ce que leur cadre de vie soit notamment adapté au changement climatique (CC) et notamment à une fréquence accrue d'épisodes climatiques extrêmes. A ce titre, l'infrastructure verte et son efficacité relativement au CC (poches de fraîcheur, régulation des excès d'eau...) est un enjeu d'importance. Dans le même temps, pour les consommateurs, la régularité, malgré le CC, de la disponibilité d'une alimentation saine et respectueuse de l'environnement prends de l'importance. Ainsi la réticence à l'égard des biotechnologies modernes recule : les biotechnologies modernes (OGM, NBT,...) ne sont néanmoins acceptées qu'à conditions qu'elles répondent à une contrainte notamment liée au CC non solvable dans un délai raisonnable par une autre voie.

**L'UE restreint fortement les soutiens financiers à l'agriculture.** Dans un contexte de crise économique et financière persistante, elle privilégie plutôt une approche réglementaire pour accompagner le secteur, notamment en libéralisant la circulation intra-UE des produits phytosanitaires et des obtentions végétales (type « *better régulation* » approfondie), et en favorisant les leviers de croissance que sont l'économie numérique, les bio et nano-technologies.

Ainsi, la forte demande sociétale de durabilité conduit à ce que la recherche fournisse de nouvelles techniques de lutte reposant (recherche privée ou publique) sur de nouvelles molécules (plus grande rémanence, meilleur ciblage), sur de nouvelles obtentions végétales ainsi sur des techniques alternatives / complémentaires aux traitements chimiques.

Dans un tel contexte global (diminution forte du soutien financier issu de la PAC et fortes attentes sociétales en matière de durabilité), les coopératives orientent les viticulteurs vers une viticulture plus respectueuse de l'environnement (y compris pour répondre aux besoins d'adaptation aux conséquences du CC), même si, sans aide, elles peinent à entraîner la totalité de leurs membres dans une transition pouvant se traduire par une baisse de productivité et de revenu, notamment à court terme alors que la situation économique est dégradée. L'utilisation de matériel végétal résistant aux maladies et à la sécheresse notamment est privilégiée même si le rythme de renouvellement du vignoble est ralenti par l'absence d'aide à la restructuration. Ainsi, la filière V&V accompagne-t-elle la demande sociétale concernant la diminution des intrants (notamment avec des garanties de teneurs maximales en résidus permises par l'utilisation de ces cépages résistants).

Par ailleurs, les consommateurs de vins sont toujours à la recherche d'informations sur le DD et la RSE et portent donc une attention particulière aux interactions environnement-santé ce qui conduit les cavistes à accroître la part de leur offre de vins consacrée à des produits mettant en avant le respect de l'environnement ainsi qu'une bonne rémunération des producteurs. C'est en priorité vers le bio-nature que s'effectue cette évolution (*modes de production rendus techniquement et économiquement moins risqué par le recours moins contraint aux cépages résistants issus de biotechnologies modernes*). Les signes de qualité initialement majoritaires (AOP, IGP) reculent dans ce circuit et manquant de ce fait de promotion, perdent ainsi de leur prédominance dans l'esprit des amateurs.

Devant la complexité des informations à synthétiser et notamment la multiplicité des signes à consonance environnementale émanant le plus souvent de l'amont (mais aussi la perte d'influence des SIQOs « traditionnels »), les consommateurs et in fine les autorités communautaires agrément des applications intégratrices des problématiques « *one health* » (type Yuka) et promeuvent un étiquetage complémentaire synthétique des engagements RSE des metteurs en marchés finaux ; la combinaison des deux étant considérée comme permettant une prise en compte synthétique du caractère plus ou moins durable de sa consommation alimentaire en général et vinicole en particulier : la composante alcool classant automatiquement bas les vins, le secteur est conduit à « travailler » intensément les autres aspects de la durabilité ... environnement, social..

La prise en compte de la pression sociétale sur les conditions de vie au sens large, et les choix qu'elle a imposé à la sphère politique ont en priorité concerné l'urbain, du fait de son poids démographique, mais pas seulement. Ainsi les interprofessions sont-elles de plus en plus incitées à inclure une prise en compte explicite des attentes sociétales dans leur décision : Ainsi, la gouvernance de la filière est-elle organisée de façon à prendre en compte l'ensemble des acteurs de la filière ainsi que ceux de la société civile. Les précautions prises (y compris la création d'espace "vert" forestier par exemple ceinturant les agglomérations, lorsque l'éloignement entre agriculture et citadins est préférable –cf aussi « *one health* »-) accompagnées par les engagements environnementaux des producteurs notamment coopératifs, et complétées par la mise au point de certains modes de production adaptés (variétés résistantes, réduction forte des doses de pesticides, engins silencieux,...) partagés à la fois par les acteurs des filières et de la société civile permettent à certains types de production agricole et viticole d'exister à proximité immédiate des villes, voire dans les villes, l'agriculture n'étant plus majoritairement perçue comme une activité systématiquement défavorable à l'environnement, sa possible nuisance étant gérée.

Dès lors, le partage des ressources en eau et en terres agricoles est arbitré en balançant besoin d'espaces verts en ville ou à proximité d'une part, et utilisation modérée à faible en eau et en terre d'autre part, arbitrage le plus souvent partagé entre la filière et la société civile. Selon la pression démographique, les modes de production pratiqués et la nécessité d'arbitrage de ressources plus ou moins contraintes comme l'eau et le sol, la viticulture est selon les territoires considérés plus ou moins bien placée. (Elle est donc considérée mais pas toujours favorisée)

Meta-scénario 4-3



**Titre : Une adaptation hésitante et variable géographiquement à l'incitation de la PAC à la réduction des intrants**

**Résumé :** La situation économique est très dégradée et concentre toute l'attention des citoyens au détriment des préoccupations environnementales. Même si en matière de consommation vinicole, le critère essentiel de choix est dans ce contexte le prix, le maintien d'aides conséquentes d'une PAC nettement éco-conditionnelle conduit les viticulteurs, à hésiter à suivre la voie d'une adaptation de long terme pouvant du fait d'une baisse de rendement liée à une réduction des intrants handicaper la performance immédiate. La filière V&V n'accompagne in fine que modestement et de manière différenciée géographiquement la demande sociétale diffuse concernant la diminution des intrants, notamment en recourant à l'utilisation de quelques cépages résistants.

**Hypothèses motrices :**

346 : Malgré la crise économique et financière persistante, la pression sociétale autour de l'environnement pris au sens « biotope humain » (cadre de vie, milieu,...) impose des choix aux politiques, notamment en matière d'urbanisme.

*Versus193 : L'UE restreint fortement les soutiens financiers à l'agriculture.*

**L'atténuation des conséquences sociales de la crise économique et financière est la seule ligne directrice des politiques qui négligent l'environnement, notamment urbain.** Les consommateurs ne cherchent pas particulièrement d'information sur l'impact social et environnemental des vins qu'ils achètent. Le critère de choix essentiel est le prix, voire le rapport qualité prix pour les plus aisés. Le grand public est donc peu sensible au "vin propre". Les standards publics exigés en matière environnemental et de santé ne régressent pas pour autant, mais afficher pour les vins des caractéristiques allant au-delà de ces normes ne constitue pas un facteur efficace de différenciation.

Le changement climatique et sa gestion ne constituent pas la préoccupation majeure de citoyens très inquiets à court terme de leur situation économique. Ils sont très majoritairement indifférents à la nature des biotechnologies employées pour traiter de ces questions en visant à adapter les végétaux aux nouvelles conditions abiotiques.

**L'UE continue à soutenir fortement l'agriculture en soumettant les aides à des conditions environnementales et de développement,** et ce malgré le poids important de la crise économique et financière, consciente du caractère stratégique pour la stabilité politique de continuer à garantir une sécurité alimentaire durable en son sein pour toutes les catégories sociales

Ainsi, malgré une absence de demande marquée des consommateurs pour des vins « durables », et plutôt à l'inverse un tropisme pour les bas prix, les aides de la PAC poussent à une prise en compte de la protection de l'environnement, notamment pour la restructuration du vignoble, au titre de l'adaptation au CC, en sur-primant des cépages résistants notamment à la sécheresse et aux maladies, mais aussi, au titre de la protection des nappes et de la santé humaine, en réduisant la panoplie de PPP utilisables et en favorisant des modes de production économes en intrants. Les coopératives sont alors partagées entre des logiques de court terme (compétitivité prix poussant dans le cadre d'une production majoritairement à coûts fixes à accroître la productivité) et des logiques de long terme passant par un investissement dans la modification des modes de production dans une logique de durabilité, capables de diminuer l'utilisation de PPP à terme. La filière V&V n'accompagne in fine que modestement et de manière différenciée géographiquement la demande sociétale diffuse concernant la diminution des intrants, notamment en recourant à l'utilisation de quelques cépages résistants.

En effet La recherche (publique ou privée) ne fournit certes pas significativement de nouvelles techniques de lutte notamment en matière de création de nouvelles molécules, mais l'indifférence vis à vis de l'emploi des biotechnologies modernes permet le

développement d'une offre de variétés résistantes à différentes expressions du CC dès lors qu'une probabilité consistante de ROI existe pour ces cépages.

Bien que la préoccupation citoyenne en matière environnementale ne soit pas majeure, la volonté de la part de certains agriculteurs comme de certains viticulteurs de produire avec une productivité élevée (due à un contexte de forte concurrence par les prix) les conduit à des pratiques qui génèrent des frictions avec les urbains parfois et les rurbains souvent. Certains d'entre eux demeurent d'ailleurs relativement éloignés d'une attitude d'intégration assez systématique des attentes sociétales, la filière vitivinicole restant organisée sur un mode classique autour de la production et de la mise en marché du vin. Mais dans le même temps, certains opérateurs de la production ont pris l'option d'une réduction des intrants permise par l'emploi d'un matériel végétal résistant rendu rapidement disponible par l'usage des biotechnologies modernes ainsi que par les subventions communautaires. Ainsi la cohabitation rurbains (voire urbains) / agriculteurs (y compris viticulteurs) demeure très dépendante des situations locales.

Plus globalement, les arbitrages en matière d'eau et d'utilisation des terres labourables en milieu urbain ne sont donc pas rendus prioritairement au nom de l'environnement (même si certaines frictions notamment en grande périphérie des villes peuvent conduire à une forme d'éloignement de l'agriculture). Ce sont les besoins notamment économiques des urbains qui priment : ainsi, certaines terres sont-elles conservées pour un maraichage de proximité notamment pour tenter d'atténuer les effets de la crise. En ce sens on peut considérer que le partage des ressources en eau et en terres agricoles est défavorable à la viticulture « de métier » au profit d'autres activités correspondant à des besoins urbains prioritaires, par exemple alimentaires.

Dans ce contexte global, il n'y a pas de changement dans les vecteurs principaux de hiérarchisation de l'offre vinicole et les signes de qualité actuellement majoritaires demeurent bien représentés chez les cavistes : Les vins « nature » et dans une moindre mesure « bio » demeurant des niches. Un équilibre s'établit entre réglementation « amont » (notamment IG et dans une moindre mesure bio) et certification « aval », aucune des 2 optiques ne dominant l'autre. Certes des applications « aval » type Yuka continuent d'exister et sont utilisées en priorité par la frange aisée de la clientèle mais elles sont doublées d'application type « comparateur de prix », incluant parfois des informations RSE relatives aux pratiques de partage de la valeur des entreprises.

Meta-scénario 4-4

#### **Titre : La réduction des intrants remise à plus tard**

**Résumé :** La situation économique est très dégradée et concentre toute l'attention des citoyens au détriment des préoccupations environnementales. En matière de consommation vinicole, le critère essentiel de choix est le prix. Il n'y a pas de cogestion entre attentes sociétales et filière viti-vinicole et les divergences « environnementales » qui surviennent se résolvent au détriment du secteur. Avec une PAC fortement réduite et un espoir de ROI faible (malgré une indifférence à l'égard de la nature des biotechnologies utilisées par exemple pour l'obtention de nouvelles variétés notamment au CC), il n'y a ni de nouveaux résultats de la recherche, ni de réelle volonté professionnelle permettant à la filière d'accompagner la faible demande sociétale d'une réduction des intrants.

#### **Hypothèses motrices :**

*Versus346 : L'atténuation des conséquences sociales de la crise économique et financière est la seule ligne directrice des politiques qui négligent l'environnement, notamment urbain.*

*Versus193 : L'UE restreint fortement les soutiens financiers à l'agriculture.*

**L'atténuation des conséquences sociales de la crise économique et financière est la seule ligne directrice des politiques qui négligent l'environnement, notamment urbain.**

Ainsi, les consommateurs ne cherchent-ils pas particulièrement d'information sur l'impact social et surtout environnemental des vins qu'ils achètent. Le critère de choix essentiel est le prix, voire le rapport qualité/prix pour les plus aisés.

Le grand public est donc peu sensible au "vin propre". Les standards publics exigés en matière environnemental et de santé ne régressent pas pour autant, mais afficher pour les vins des caractéristiques allant au-delà de ces normes ne constitue pas un facteur efficace de différenciation.

Le changement climatique et sa gestion ne constituent pas la préoccupation majeure de citoyens très inquiets à court terme de leur situation économique. Ils sont très majoritairement indifférents à la nature des biotechnologies employées pour traiter de ces questions en visant à adapter les végétaux aux nouvelles conditions abiotiques.

**L'UE a fortement restreint les soutiens financiers à l'agriculture**, les concentrant, en période de crise, sur l'alimentation et les autres secteurs de l'économie.

Sans aide de la PAC permettant la prise en compte de la protection de l'environnement et donc une diminution des coûts qu'induit une telle prise en charge, les coopératives n'orientent pas particulièrement les viticulteurs vers une viticulture plus respectueuse de l'environnement, la productivité notamment à l'ha (mais aussi à l'hl) de la cave étant le principal facteur de compétitivité dans un contexte marqué par la recherche de prix bas et de demande économiquement contrainte. Les consommateurs ne sont d'ailleurs pas spécifiquement en attente de qualités environnementales spécifiques mais seulement du respect des normes en vigueur.

D'ailleurs, la filière reste organisée sur un mode classique autour de la production et de la mise en marché du vin.

Bien que la préoccupation citoyenne en matière environnementale ne soit pas majeure, la volonté de la part de certains agriculteurs comme de certains viticulteurs de produire avec des performances techniques de nature à permettre l'obtention d'une productivité élevée (due à un contexte de forte concurrence par les prix) les conduit à des pratiques qui génèrent des frictions pouvant être fortes, avec les urbains parfois et les rurbains souvent. Ainsi la cohabitation rurbain / agriculteur (y compris viticulteur) se dégrade et peut aller jusqu'à se traduire par la création d'espace "vert" (forestier par exemple) ceinturant les agglomérations, rejetant ainsi l'agriculture dans des espaces spécialisés à faible densité. Néanmoins, les arbitrages en matière d'eau et d'utilisation des terres labourables en milieu urbain ne sont pas rendus prioritairement au nom de l'environnement (même si certaines frictions notamment en grande périphérie des villes peuvent conduire à une forme d'éloignement de l'agriculture). Ce sont les besoins notamment économiques des urbains qui priment : ainsi, certaines terres sont-elles conservées pour un maraichage de proximité notamment pour tenter d'atténuer les effets de la crise auprès des populations pauvres. En ce sens on peut considérer que le partage des ressources en eau et en terres agricoles est défavorable à la viticulture « de métier » au profit d'autres activités correspondant à des besoins urbains prioritaires, par exemple alimentaires.

Dans ce contexte global, il n'y a pas de changement dans les vecteurs principaux de hiérarchisation de l'offre vinicole et les signes de qualité actuellement majoritaires demeurent bien représentés chez les cavistes. Les vins « nature » et dans une moindre mesure « bio » demeurant des niches. Un équilibre s'établit entre réglementation « amont » (notamment IG et dans une moindre mesure bio) et certification « aval », aucune des 2 optiques ne dominant l'autre. Certes des applications « aval » type Yuka continuent d'exister et sont utilisées en priorité par la frange aisée de la clientèle mais elles sont doublées d'application type « comparateur de prix », incluant parfois des informations RSE relatives aux pratiques de partage de la valeur des entreprises.

Du fait de la crise et sachant que le critère de choix essentiel est pour le consommateur le prix, voire le rapport qualité/prix pour les plus aisés, la recherche (publique ou privée) ne fournit pas significativement de nouvelles techniques de lutte (le retour sur investissement n'étant pas jugé suffisant, notamment en matière de création de nouvelles molécules ou de nouveaux matériels végétaux, et ce malgré l'indifférence vis à vis de l'emploi des biotechnologies modernes).

Sans qu'il s'agisse d'une attitude particulièrement défensive mais clairement non proactive, la filière vignes et vins fait le dos rond face à la faible demande sociétale concernant la diminution des intrants (et ne souhaite pas garantir des teneurs maximales en résidus par exemple, ou traîne des pieds pour s'engager dans la HVE) et ce d'autant plus aisément qu'elle n'est pas aidée par une politique agricole pour le faire.

## Des méta-scénarios aux quatre scénarios pour la filière vigne et vin en 2040

### › L'enchaînement des méta-scénarios

Quatre combinaisons ont été choisies par les membres de la cellule d'animation parmi toutes celles théoriquement possibles pour aboutir à la rédaction de scénarios à la fois cohérents et suffisamment différents pour susciter le débat et la réflexion stratégique.

Distribution	Environnement général (macro-économique & climatique) et économie de la filière	Innovations / variétés, NTIC	Attentes sociétales / intrants
<p>1-1</p> <p>La Grande Distribution s'impose opportunément comme premier caviste de France à la faveur d'une image très vertueuse du vin mondialement diffusée</p>	<p>2-1</p> <p><b>Assembleurs globalisés</b> Dérégulation, investisseurs externes à la filière, changement climatique, suppression des droits de plantation... consacrent le règne des « assembleurs » sous le régime de la globalisation</p>	<p>3-1</p> <p><b>Innovations pour l'environnement</b> Technologies innovantes, formation, réseau filière-recherche répondent aux attentes environnementales des consommateurs</p>	<p>4-1</p> <p>La filière V&amp;V, à l'écoute des attentes sociétales et soutenue par la PAC, se convertit à la réduction des intrants</p>
<p>1-2</p> <p>La Grande Distribution vient - mais trop tard - au secours du vin, disqualifié au plan mondial</p>	<p>2-2</p> <p><b>Production liée au négoce de place</b> Le règne des « assembleurs » est défait par une production très organisée et alliée à un négoce de place dont les intérêts sont opposés à ceux du « négoce assembleur hors-sol »</p>	<p>3-2</p> <p><b>Monitoring</b> Les producteurs dépendent des logiciels pour l'utilisation des traitements phytosanitaires seule voie pour répondre aux attentes environnementales des consommateurs dans un contexte de changement climatique couteux</p>	<p>4-2</p> <p>Le recul du rejet des biotechnologies modernes permet à la filière V&amp;V de s'adapter à la réduction des intrants</p>
<p>1-3</p> <p>La filière Française surfe sur l'image réhabilitée du vin au plan mondial pour son développement export mais manque l'occasion de développer son marché intérieur</p>	<p>2-3</p> <p><b>Assembleurs de vins européens</b> La suppression des droits de plantation et l'autorisation d'assemblages intra-UE facilitent l'émergence d'opérateurs « assembleurs de vins européens »</p>	<p>3-3</p> <p><b>Nouvelles variétés clivantes</b> L'amount, sans les bio qui les refusent, évolue par les variétés résistantes ses problématiques culturelles mais seul un aval concentré accède aux innovations et répond aux attentes des consommateurs</p>	<p>4-3</p> <p>Une adaptation hésitante et variable géographiquement à l'incitation de la PAC à la réduction des intrants</p>
<p>1-4</p> <p>La dépression des marchés intérieur et international, résultat d'un marketing structurellement trop faible, d'un merchandising calamiteux et - cause ou effet - d'une image du vin qui s'est dégradée...</p>	<p>2-4</p> <p><b>« Dé-globalisation »</b> La production tire parti du reflux de la globalisation pour conserver une part conséquente de la valeur ajoutée</p>	<p>3-4</p> <p><b>« Vieilles » molécules</b> La pharmacopée existante est la seule voie accessible pour faire face aux problématiques que rencontre la filière viti-vinicole, laissant la bio orpheline</p>	<p>4-4</p> <p>La réduction des intrants remise à plus tard</p>

### › Les thèmes abordés dans les scénarios

Une fois déterminés les enchaînements entre méta-scénarios permettant de produire les 4 scénarios pour la filière, il est possible de dresser le canevas commun à ces 4 scénarios : en effet, chacun de ces quatre scénarios peut être appréhendé par le biais d'une « grille de lecture thématique », ou « canevas » des scénarios (cf. le tableau détaillé ci-après) constitué de familles de questions qui correspondent, à un ensemble de quelques hypothèses retenues pour construire les 16 méta-scénarios et qui traitent d'une thématique commune.

Selon le scénario envisagé, certaines thématiques exerceront une influence plus ou moins forte, positive ou négative selon les cas, sur le devenir de la consommation mondiale et des échanges internationaux, de la structuration de la filière et de la répartition territoriale des vignobles dans lequel elles s'inscrivent. Et ces thématiques, ou familles de questions, s'enchaîneront ainsi les unes aux autres de manière différente pour exprimer le contenu des divers scénarios.

Les quatre scénarios pour la filière française vigne et vin, présentés ci-après, ont en commun d'aborder des familles de questions. Ces questions peuvent être structurées en trois catégories de thématiques :

- Celles relatives au contexte général : le contexte macro-économique, les attentes sociétales en matière de santé et d'environnement, d'acceptabilité des technologies de l'information et des biotechnologies, et les questions portant sur le changement climatique.
- Celles relatives à la filière et à ses acteurs depuis les techniques de création variétale, la transmission des exploitations, les systèmes de production et la diversification des activités et de sources de revenus pour les producteurs, mais aussi la réglementation spécifique notamment en matière œnologique et d'assemblage internationaux, l'origine des capitaux et des investisseurs, le commerce extérieur, les circuits de distribution physiques et numériques et l'organisation de la concertation dans la filière.
- Enfin, les questions relatives aux produits et aux marchés : avec la demande mondiale et les exportations françaises de vins, l'image du vin, le rôle des prescripteurs, les évolutions de la consommation en France, et les critères de différenciation liés à l'origine ou à la durabilité

Contexte général	Filière & acteurs	Marchés & produits
<b>Contexte macro-économique</b>  <b>Attentes sociales &amp; sociétales</b>  <b>Evolutions climatiques</b>	Échanges internationaux  Capitaux extérieurs  Innovations agrochimie Biotechnologies Applications NTIC  <b>Création variétale</b>  Transmission Systèmes de production Valorisation des co-produits Diversification	Gouvernance de la filière <b>Circuits de distribution</b> lieux d'embouteillage Assembleurs internationaux  compétitivité <b>Pratiques œnologiques</b>  Traçabilité Etiquetage  <b>Consommation française</b>  <b>Signes de qualité</b>
		<b>Demande mondiale de vin</b>  <b>Export vins français</b>  influenceurs d'opinion <b>Image du vin</b>

*In fine*, chacune de ces quatre histoires correspond à une combinatoire unique de réponses apportées à ces familles communes de questions.

## Les quatre scénarios

› Scénario A : Filière nomade pilotée par l'aval

**Mots clés : Vignoble relocalisé, filière libérale, nouveaux produits et consommation expérientielle**

**Opportunités de migration climatique du vignoble hors de ses territoires historiques**

L'économie mondiale a connu des périodes difficiles mêlant crises sanitaires et financières et semble retrouver un calme relatif ; celui-ci incite les dirigeants des pays dominants à rejeter le protectionnisme et à maintenir un système relativement ouvert avec des zones économiques interdépendantes. Pour faciliter les échanges, le secteur viticole fait évoluer ses réglementations directement à l'échelle internationale grâce à des procédures concertées entre l'Union Européenne (UE) et l'Organisation Internationale de Vigne et du Vin (OIV). Les règles d'origine, de provenance, d'assemblage, et celles relatives à la désalcoolisation sont notablement assouplies.

Par ailleurs, le changement climatique s'est poursuivi, entraînant simultanément une augmentation des impacts négatifs (pression pathogène modifiée et erratique, difficulté de gestion des équilibres hydriques, aléas plus fréquents et variabilité accrue des températures et des précipitations,...) dans les territoires viticoles historiques générant des hausses des coûts de production bientôt rédhibitoires et l'identification de nouveaux territoires devenus propices à la culture de la vigne.

D'autant plus facilement que les autorisations de plantation ont été supprimées, des investisseurs extérieurs à la filière voient dans ce mouvement vers ces nouveaux territoires une opportunité pour créer des vignobles dédiés à la production des matières premières destinées aux assemblages internationaux désormais autorisés mais également aux différents débouchés de la bio économie (extraction d'anthocyanes,...). Cette redistribution géographique des vignobles et des lieux d'assemblage et d'élaboration des vins s'accompagne d'une relocalisation des chaînes de conditionnement à proximité des lieux de consommation, afin de mieux adapter à flux tendu l'offre aux demandes.

### **Peu de solutions techniques innovantes au vignoble**

Les vigneron ne peuvent pas suivre le mouvement. En effet, ils ont vainement tenté de s'adapter sur place mais la fréquence et l'ampleur croissantes des aléas ont eu raison de leur courage et de leur trésorerie, malgré les vaines tentatives d'accélérer concentration et spécialisation des exploitations. L'UE qui a consacré ses budgets à la relance économique de l'industrie et au remboursement des coûts sociaux de la crise sanitaire de 2020 au détriment de la Politique Agricole Commune (PAC) n'accompagne plus les viticulteurs ni directement ni via les coopératives vers une viticulture plus respectueuse de l'environnement et adaptée au nouveau contexte climatique. De même, face à d'autres impératifs liés à la souveraineté alimentaire et énergétique, la recherche variétale en viticulture n'a pas été une priorité des 20 dernières années et les résultats obtenus dans la recherche de variétés résistantes aux agressions biotiques et abiotiques sont restés très insatisfaisants. De leur côté, les groupes phytopharmaceutiques ont progressivement cessé d'investir dans la mise au point de produits spécifiques pour un marché viticole en réduction, devenu incapable d'assurer un retour sur investissement correct. Ils se contentent de faire des promotions sur des molécules connues et éprouvées, à large spectre et n'apportent pas de solutions diminuant les intrants, que ce soit avec des produits systémiques micro-dosés ou avec des produits de la phytopharmacie de bio-contrôle. Ainsi, les impasses techniques bloquent le développement du vin bio.

Plus globalement, les liens entre les différentes organisations/acteurs viticoles et les pôles de compétitivité demeurent trop inopérants pour constituer un « cluster » à l'image des grands pôles mondiaux. Au sein de ces pôles, l'offre de formation demeure insuffisamment structurée et innovante, et n'améliore pas la compétitivité de la filière vitivinicole dans un contexte de renchérissement des coûts de production. Le niveau de formation et de compétences (techniques, commerciales, etc.) est insuffisant pour faire face aux défis économiques (technicité, gestion, compréhension de l'organisation des marchés, commercialisation, communication...) dans un environnement complexe, et les vigneron, en retour, peinent à tirer parti des innovations « high-tech ».

Les difficultés rencontrées par les viticulteurs sont loin de susciter l'empathie notamment auprès de leurs riverains de plus en plus intolérants. Les zones d'habitat s'entourent de ceintures vertes maraîchères, vivrières ou forestières à la fois pour favoriser un approvisionnement alimentaire en circuit court et/ou s'isoler des nuisances agricoles. Les viticulteurs âgés ne trouvent plus de successeurs.

### **Les prescripteurs médiatiques pallient la disparition des hypermarchés**

Le modèle autrefois dominant de distribution avec l'emblématique hypermarché a cédé le pas à d'autres formats positionnés sur la proximité : cavistes, vente directe, circuit court ou livraison à domicile (ne pas sortir de chez soi est dorénavant ressenti comme une forme d'achat de proximité !). Ces nouveaux canaux de distribution ne peuvent être valorisants qu'à condition d'être appuyés par une communication, une certaine pédagogie et un minimum de prescriptions explicites. Pour les vins qui avaient bénéficié d'une large exposition en hypermarché, cette évolution rend plus difficile la rencontre massive avec les consommateurs potentiels. Influenceurs et prescripteurs des médias (presse, réseaux sociaux,...) deviennent indispensables pour guider les consommateurs et les mettre en contact avec le produit. Ils peuvent aussi favoriser le développement d'innovations auprès d'un public de plus en plus ouvert à ces nouveautés. Nouveaux lieux de vente et de consommation hors domicile, nouvelles occasions, nouveaux accessoires font évoluer significativement les modes de consommation du vin. Les grands acteurs de l'élaboration et du commerce du vin s'appuient sur eux (et souvent les rémunèrent) pour promouvoir leurs marques et rénover un produit dont l'image a été sensiblement dépréciée par les campagnes anti-alcool.

La consommation régulière ayant disparu avec les derniers *baby-boomers*, le commerce du vin a cherché son salut dans les échanges internationaux vers les pays non traditionnellement consommateurs, l'ouverture des pratiques œnologiques permettant de pénétrer des pays et des segments de population peu ou pas consommateurs d'alcool. En France, économiquement éreintés par les crises successives, les consommateurs restent préoccupés par la précarité de leur pouvoir d'achat. Ils considèrent, dans leur ensemble, que les normes publiques garantissent la sécurité des aliments et ne consentent pas à payer pour des signes de qualités non officiels supplémentaires. Aussi, afficher pour les vins des caractéristiques allant au-delà de ces normes ne constitue pas un facteur efficace de différenciation, sans pour autant que les standards publics environnementaux et sanitaires ne régressent..

Indifférents aux techniques utilisées pour adapter les vignes et les vins au changement climatique, les consommateurs ne souhaitent pas non plus un étiquetage détaillé des pratiques œnologiques, additifs, auxiliaires et résidus ou des biotechnologies utilisées pour la sélection des levures ou des cépages. Les marques simplifient leurs choix en apportant les garanties de produits traçables et une attention au respect de normes sociales (RSE). Les indications géographiques ne sont mises en avant que pour la vente en circuit court et seulement si la signature du « producteur » ne suffit pas.

Débarrassé du carcan du modèle occidental traditionnel codifié au XXème siècle, la consommation du vin et de ses produits dérivés devient, sous la houlette des influenceurs, une expérience multiculturelle sans cesse renouvelée.

#### **Résumé**

Alors que la viticulture ne peut faire face aux impacts du changement climatique dans ses territoires anciens, des investisseurs mettent en place, dans les zones devenues propices, des filières pour élaborer les produits à base de raisin adaptés aux demandes internationales diversifiées mais marquées par les restrictions d'une économie convalescente. Production historique et consommation conventionnelle fondées sur les valeurs culturelles occidentales d'usage et notamment les indications géographiques s'effacent petit à petit. Influenceurs et

prescripteurs pallient le manque d'exposition des vins consécutif au recul de la grande distribution et promeuvent de nouvelles pratiques auprès de consommateurs peu dépensiers et plus sensibles au respect de normes sociales mis en avant par les marques qu'à l'impact environnemental de leur consommation.

› **Scénario B : Production innovante et vertueuse pour des vins d'exportation**

**Mots clé : Pilotage technologique des vignes, pratiques œnologiques spécifiques, e-commerce et circuits courts, marché intérieur en déclin, opportunités à l'export**

**Une viticulture numérique en réponse aux attentes sociétales**

Avec la persistance des déséquilibres économiques et financiers dans le courant de la décennie 2020, le libre-échange est remis en cause en réaction aux dérives de la globalisation. Les accords douaniers ne permettent pas aux pays, producteurs ou consommateurs, de mettre en marché sous leur origine des vins produits à partir de moûts importés, et/ou assemblés à partir de vins importés, et, plus généralement, les pratiques œnologiques demeurent spécifiques et restrictives au sein de l'UE et dans le monde, ce qui exclut toute activité d'assembleur utilisant des vins de diverses origines.

Malgré la crise économique et financière, la pression sociétale sur les conditions de vie au sens large *concept One Health<sup>9</sup> liant santé humaine, santé animale et santé des écosystèmes,*) favorise des types de production agricole et viticole adaptés (réduction des pesticides, engins silencieux) à proximité immédiate des villes et pour satisfaire les préférences pour des vins élaborés dans le respect de l'environnement et sains à la consommation. Les biotechnologies modernes sont acceptées sous réserve qu'elles répondent à ces attentes.

La demande sociétale de durabilité pousse la recherche à fournir de nouvelles molécules et des techniques alternatives aux traitements chimiques. Des dispositifs de traçabilité « du champ à l'assiette » permettent le contrôle et la réglementation de l'obligation d'étiquetage des pratiques et produits utilisés dans les process. Les normes européennes d'étiquetage imposent l'indication des pratiques œnologiques, des additifs, résidus, allergènes, et des OGM, ce qui conduit les groupes de l'agrochimie à proposer des solutions innovantes en matière de précision des itinéraires techniques et des traitements, satisfaisant la demande sociétale de diminution des intrants suivie par la filière.

Contrainte par la situation financière dégradée, l'UE restreint les soutiens à l'agriculture et privilégie le développement de l'économie numérique et des bio & nanotechnologies pour accompagner le secteur. Si l'innovation en matière de création variétale n'apporte pas de solution satisfaisante aux problèmes phytosanitaires, les nouvelles techniques de communication électroniques (NTIC) qui se généralisent, permettent un pilotage de précision facilitant la maîtrise des coûts de production (micro-traitements à la vigne par GPS, pilotage des fermentations par intelligence artificielle à la cave 24h/24) ainsi qu'un suivi des débouchés et des stocks des clients en temps réel. Des programmes de lutte contre les nouveaux bio-agresseurs et les "maladies complexes" de la vigne sont menés avec des technologies fournies sous forme de bouquets d'interventions coordonnées par les groupes de l'agrochimie. Un « bouquet AB » est proposé avec des solutions de bio-contrôle intégrées. Ces plans d'interventions peuvent même être externalisés et réalisés par ces fournisseurs. Quelle que soit leur taille, les vigneron tirent parti de ces innovations, notamment les petits ateliers viticoles des grandes exploitations diversifiées.

<sup>9</sup> Le concept « *One Health* » ou « une seule santé » en français, est mis en avant depuis le début des années 2000, avec la prise de conscience des liens étroits entre la santé humaine, celle des animaux et l'état écologique global. Il vise à promouvoir une approche pluridisciplinaire et globale des enjeux sanitaires.



## Des circuits de distribution de plus en plus spécialisés

Le « localisme » ayant pris le pas sur le « globalisme », l'embouteillage reste proche des zones de production souvent à grande distance des principales places de consommation. Cette situation profite aux acteurs dont la logistique est la plus opérationnelle notamment les opérateurs spécialisés dans le commerce en ligne<sup>10</sup> qui prennent des parts de marché aux circuits physiques (Grande Distribution (GD), cavistes,...) ne disposant pas des compétences et atouts propres à cette activité spécifique. Pour autant, avec la quasi-disparition des buveurs réguliers, et le déclin de la GD pour la distribution du vin, la filière développe d'autres canaux (indépendants des « *pure players* » du *e-commerce*), plus courts et de proximité (vente directe, bars à vin,...), intéressant des consommateurs voulant limiter leurs impacts environnementaux et favoriser des chaînes d'approvisionnement équitables. Pour faciliter la prise en compte de la durabilité, l'UE agréé des applications intégratrices des problématiques « *One Health* » (type Yuka) et promeut un étiquetage des engagements RSE des metteurs en marchés finaux.

Se démarquant de la bio, notamment par le rejet des biotechnologies modernes, la notion de "vin nature" est explicitement définie et réglementée. Les cavistes augmentent leur offre de vins en priorité vers le bio et nature pour se différencier en ciblant les consommateurs de vins portant une attention particulière aux interactions environnement-santé.

## Demande mondiale favorable aux vins français alors que le marché national s'étiolé

A l'approche du terme de la décennie 2030, les évolutions climatiques n'ont pas d'effet notable sur la valeur des vignobles, la hiérarchisation des terroirs ni sur les conditions de compétition entre les régions viticoles. Fortes de leurs positionnements respectifs, celles-ci s'accordent sur une coordination nationale limitant la concurrence inter-régionale pour résister à la pression excessive des demandes sociétales de type environnement ou RSE. Pour autant, les acteurs de l'amont ne disposent pas des moyens ni du savoir-faire pour réaliser les investissements nécessaires à la redynamisation de la demande, alors que le désinvestissement de la GD diminue les occasions d'exposition des vins aux consommateurs et que les nouveaux canaux de proximité et du *e-commerce* ont, eux aussi, des moyens et/ou savoir-faire limités. La communication devient maîtrisée par les influenceurs d'opinions qui orientent les consommateurs vers les vins existants, mais peinent à favoriser le développement d'innovations susceptibles de relancer la consommation nationale du vin.

Le consommateur mondial perçoit le vin comme un facteur positif de santé avec une image culturelle de produit territorialisé et de vecteur d'apprentissage du goût et de la qualité de la vie, ce qui correspond précisément à l'image des vins français. Bien que floues, la typicité et l'AOC sont des signes de différenciation valorisés par les consommateurs du monde entier, en alternative ou en complément des marques. Mais, en France, l'image du vin n'étant pas majorée par un marketing et un merchandising efficaces, la consommation de vin poursuit sa diminution (à domicile et en restauration hors domicile). L'export est donc un passage obligé pour le développement économique de la filière. Du fait de cette contraction du marché national, pour les acteurs travaillant des produits insuffisamment différenciés et/ou présentant un rapport qualité/prix trop faible, notamment pour ceux connaissant une intégration déficiente des innovations, certaines activités non viticoles deviennent plus rentables que l'activité vitivinicole et la valorisation des sous-produits joue un rôle significatif dans l'équilibre économique de ces entreprises (distillation des marcs et lies, extraction des anthocyanes...). En France, la vigne offre peu d'opportunités pour les capitaux extérieurs (autofinancement, besoins de financements limités), et la transmission des exploitations s'effectue, si nécessaire, par recours aux relais bancaires habituels.

---

<sup>10</sup> Acteurs du commerce en ligne généraliste de type Amazon ou « *pure players* » spécialisés en vins et de moindre taille collaborant avec des acteurs locaux de la filière.

## Résumé

Remis en question par des épisodes de déséquilibres économiques et financiers, le libéralisme marque le pas. Ainsi, les accords douaniers et les pratiques œnologiques restrictives excluent toute activité d'assembleur international de vins de diverses origines ; mais les innovations associées aux techniques de communication électroniques servent la filière à la vigne, à la cave et au négoce pour la prise en compte des attentes sociétales : traçabilité accrue, encore moins de résidus, canaux de distribution plus courts et acteurs spécialisés dans le e-commerce prenant des parts de marché aux circuits physiques. Ni ces canaux de distribution, ni les acteurs de la filière ne disposent des moyens ou savoir-faire pour redynamiser la consommation nationale du vin alors que le désinvestissement de la grande distribution diminue les occasions d'exposition des vins aux consommateurs, et que la communication est maîtrisée par les influenceurs d'opinions. En France, son image n'étant pas valorisée par un marketing et un merchandising efficaces, le vin se limite à n'être qu'un produit culturel de qualité de vie dont la consommation diminue. La viabilité économique de la filière est dépendante de l'export.

### › Scénario C : Filière performante et vin plaisir

**Mots clés : Génétique admise, concurrence inter-régionale, assembleurs de moûts/vins de l'UE et merchandising au secours du vin, drogue douce licite culturellement acceptable**

#### Les biotechnologies devenues acceptables face au changement climatique

En France, la situation économique très dégradée concentre l'attention des citoyens et consommateurs au détriment de l'environnement ou du changement climatique, pourtant effectif. Celui-ci favorise notamment le développement de maladies complexes et de nouveaux bio-agresseurs contre lesquels il n'existe pas de solutions phytopharmaceutiques efficaces, et redistribue les zones de production viticole, et partant, la valeur et la hiérarchie des vignobles.

La société rejette majoritairement la globalisation et le libre-échange, y compris dans le secteur vitivinicole dont les marchés s'étaient fortement internationalisés. Elle valorise l'authenticité culturelle des vins, garantie au travers de pratiques œnologiques spécifiques et restrictives et un embouteillage à proximité des zones de production, et en appelle à des contrôles de traçabilité largement assurés par les pouvoirs publics.

En l'absence de solution phytopharmaceutique, les consommateurs acceptent les variétés résistantes obtenues grâce aux biotechnologies, qui priorisent la plasticité vis à vis des changements climatiques (eau, sensibilité aux bio-agresseurs), et visent le « zéro résidu ». Les cahiers des charges des Indications Géographiques (IG) intègrent progressivement ces nouvelles variétés, moins exigeantes en interventions techniques pour la surveillance (y compris digitalisée) et les traitements, modérant ainsi les coûts de production. Les nouvelles variétés étant obtenues par des techniques exclues des cahiers des charges bio, elles ne profitent pas à cette filière, mais restent compatibles avec la production de vins « nature » orientée vers la garantie du « zéro résidu ». La hiérarchisation des signes de qualité n'est pas pour autant modifiée ; les segments « nature » - encore jeune - et « bio » - affaibli par son refus de la génétique - s'étiolent en des marchés de niche.

#### Technicité requise pour l'accès aux aides et développement des nouveaux débouchés

La forte concurrence et la recherche de prix bas au consommateur conduisent certains viticulteurs à produire avec une productivité élevée ; pour atteindre une performance encore meilleure, l'activité vinicole s'accompagne fréquemment de la valorisation de « sous » et « co »-produits (jus,...) et autres sous-produits jus, (marcs et lies, molécules d'intérêt), par

diverses voies de la bio-économie, qui finissent par jouer un rôle significatif dans l'équilibre économique des entreprises. Le niveau de formation de la filière est hétérogène mais s'élève en viticulture car des compétences sont indispensables pour maîtriser la conduite de nouvelles variétés et les techniques d'agro-écologie et la recherche de compétitivité adossée à de hauts niveaux de technicité.

Les nouvelles variétés sont plantées par des exploitations de toutes tailles, mais seules les grandes exploitations, concentrées et spécialisées, parviennent à adapter la vinification et la commercialisation aux nouvelles demandes.

A la faveur de l'innovation et de la création variétale, la viticulture française s'organise et devient un « cluster du vin » de niveau mondial et attractif, regroupant pôles de compétitivité, recherche et formation – notamment publiques -. Cette évolution profite aux entreprises et organisations vitivinicoles, mais l'image spécifique du vin et la complexité de la filière limitent l'entrée de capitaux extérieurs.

Les viticulteurs sont aidés par une PAC « de compromis » qui apparaît quelque peu ambivalente. Bien que d'inspiration libérale : suppression des autorisations de plantation, autorisation des assemblages dans l'UE de vins et moûts des pays tiers et, en l'absence d'instance de régulation nationale et en concordance avec les instances internationales, renoncement à imposer l'étiquetage des principales pratiques œnologiques, additifs, adjuvants, résidus et allergènes, et OGM. Cette PAC maintient des pratiques œnologiques spécifiques et restrictives et une éco-conditionnalité des aides. En conséquence, les producteurs hésitent entre l'ambition d'une adaptation de long terme par une réduction des intrants, au risque d'une baisse de rendement, et l'exigence d'une performance immédiate.

Malgré l'adoption de nouvelles variétés autorisant une moindre utilisation d'intrants et de produits phytopharmaceutiques, des frictions subsistent avec les urbains et « rurbains », qui font valoir leurs besoins économiques et alimentaires pour faire arbitrer notamment le partage des ressources en eau et en terres agricoles souvent en défaveur de la viticulture.

### **La filière vin secourue par la recherche publique en génétique et par la distribution nationale**

La meilleure collaboration décrite entre les scientifiques et la filière intervient pourtant dans un premier temps dans un climat difficile où l'image générale du vin est mauvaise, notamment du fait de l'alcool qu'il contient, et où la consommation de vin dans le monde diminue. Le vin est perçu comme un produit alimentaire potentiellement dangereux pour la santé, voire une drogue. Les consommateurs « mondialisés » s'éloignent de la notion de terroir et des AOC au profit de vins de marque et sans IG. Plus occasionnels et méfiants vis-à-vis de l'entrée de gamme même s'ils restent très attentifs aux prix, ils sont réticents à s'engager dans le haut de gamme et se réfugient dans l'offre diversifiée et les rapports qualité/prix du cœur de gamme.

En France, la consommation de vin stagne : gênée par cette image générale quelque peu entachée, elle est portée majoritairement par des consommateurs occasionnels curieux d'explorer l'ensemble des gammes de prix des vins proposés. Il s'agit d'une consommation délibérément débarrassée de ses attributs alimentaires pour entrer sur certains segments dans une sphère proche des drogues douces légales et culturelles.

Ainsi les consommateurs ne cherchent-ils pas particulièrement d'informations sur l'impact social ou environnemental des vins. Le développement de variétés résistantes a fait baisser la pression sur l'agrochimie et reculer leurs exigences de pratiques environnementales exemplaires, et leur demande d'étiquetage des résidus. Ils confient aux pouvoirs publics ces garanties et les contrôles, même si la traçabilité des interventions au cours des process

d'élaboration se révèle d'une fiabilité approximative pour un coût de contrôle *a contrario* trop élevé.

Si les producteurs français peinent à mettre en place un marketing innovant, la Grande Distribution en revanche, accroît ses performances par un nouveau merchandising efficace (avec des applications pour guider les achats et recruter des consommateurs) et stimule le marché intérieur. Elle augmente ainsi sa valeur ajoutée et dépasse les résistances sociales et psychologiques envers l'artificialisation du monde. Ainsi les clients sont mieux conseillés et plus directement au point de vente ou sur les sites marchands des *pure players* du e-commerce du vin. Le pouvoir des influenceurs extérieurs et prescripteurs médiatiques indépendants décroît.

Face à des marchés internationaux peu réactifs, et profitant de l'efficacité des distributeurs, les metteurs en marché français se focalisent sur le marché intérieur.

La concurrence inter-régionale s'intensifie, chaque région développant une gamme complète de produits (rosé à faible degré, vin effervescent, rouge de longue garde) ; la valeur ajoutée se déplace alors vers le négoce, et de nouveaux opérateurs « assembleurs de vins européens » profitent du changement climatique et de la libéralisation (des plantations et assemblages de vins et moûts intra-UE) pour se fournir dans d'autres pays membres de l'UE. Ces évolutions contribuent à une image améliorée du vin, mais au prix d'un repositionnement (vers les drogues douces licites) et d'une révision sensible du partage de la valeur ajoutée dans la filière...

#### Résumé

Dans un contexte économique difficile et en dépit d'un fond d'image sanitaire du vin dégradé qui repositionne le vin dans une sphère incluant des drogues douces licites, la filière reconquiert son marché intérieur grâce à la recherche publique en génétique viticole - bien soutenue par la profession - et grâce aux efforts marketing orchestrés par la Distribution en aval : elle propose des vins compétitifs (rendements élevés, assemblages de moûts/vins de l'UE) et débarrassés d'attributs négatifs environnementaux par les innovations variétales bien acceptées par les consommateurs. Néanmoins les tensions persistent entre rurbains et viticulteurs. Les producteurs cherchent à compenser l'absence de développement de la consommation en diversifiant leurs sources de revenus grâce aux coproduits mais la concurrence inter régionales s'intensifie arbitrée le plus souvent par le négoce.

› Scénario D : Marché national privilégié autour de filières régionales coordonnées

**Mots clés :** *Coordination inter-régionale, vins non standardisés et sans résidus, IG et labels environnementaux, étiquetage alimentaire*

#### Une panoplie technique diversifiée pour répondre aux attentes sociétales

La période de crise économique et financière intense « post COVID-19 » s'éteint au niveau international à la fin de la décennie 2020 mais laisse des traces importantes notamment au plan social et politique dans les économies développées. Le protectionnisme est *in fine* rejeté et le marché mondial reprend sa progression, mais la pression sociétale impose aux politiques un respect de l'environnement au sens large (cadre de vie, milieux naturels...). Plus sensibilisés et mieux informés sur le développement durable (DD) et la responsabilité sociétale des entreprises (RSE), les citoyens consomment avec le souci de leur impact environnemental et social (y compris « santé »). L'UE continue ainsi à soutenir fortement l'agriculture en soumettant les aides à des conditions de durabilité.

Des solutions techniques sont mises en œuvre pour réduire les tensions potentielles dues à la cohabitation rural/urbain (variétés résistantes, réduction forte des doses de pesticides, engins silencieux, création d'espaces verts forestiers tampons...). L'agriculture et la viticulture

en particulier ne sont ainsi plus systématiquement perçues comme des activités défavorables à l'environnement, leurs éventuelles nuisances et concurrences d'usage sur des ressources limitées comme l'eau étant gérées.

Des progrès techniques ont permis cette évolution et notamment l'innovation variétale qui a priorisé la plasticité vis à vis des variations climatiques (eau, T°, sensibilité aux bio-agresseurs), mais aussi l'association possible de ces obtentions avec des pratiques agro-écologiques ou des pratiques culturales de précision incluant les innovations de l'agrochimie (stimulateurs de défenses naturelles, nouvelles génération de molécules « multi-sites » pour éviter les contournements rapides par les bio agresseurs, forte rémanence, faible résidu...) : ce qui a permis de poursuivre l'objectif global d'une viticulture à la fois « propre » et adaptée au changement climatique. Pour l'obtention de ces variétés, le recours aux nouvelles techniques d'amélioration des plantes (NBT) est toléré, notamment pour amortir les effets du CC sur la variabilité des rendements agricoles, mais les biotechnologies ne sont pas socialement acceptables pour améliorer les levures perçues comme trop proches de l'acte alimentaire. La viticulture bio accepte d'y accéder pour continuer à s'interdire efficacement les produits phytopharmaceutiques systémiques tout en surmontant le risque d'impasse technique (avec aussi l'appui de nouvelles contributions bio compatibles de l'agrochimie), mais les vins « nature » se l'interdisent acquérant ainsi une identité réglementaire. L'adoption de ces innovations techniques permet que le changement climatique ne renchérisse pas les coûts de productions et soit sans conséquence notable sur la valeur des vignobles et la hiérarchisation des terroirs.

### **La filière s'organise pour limiter l'affaiblissement des IG**

Or, dans le même temps, pour fluidifier les échanges la réglementation vinicole se rapproche de la norme agroalimentaire, les accords douaniers internationaux permettent à tous les pays de mettre en marché sous leur « made in » des vins produits sur leur territoire à partir de moûts importés et/ou assemblés à partir de vins importés de toutes provenances y compris sur le territoire de l'UE. In fine, l'aromatisation, le mouillage, ...pratiques sans danger pour le consommateur, se libéralisent également au sein de l'UE et dans le monde. Ces évolutions attirent des investisseurs extérieurs à la filière qui installent notamment une nouvelle catégorie d'acteurs, quasi-exclusivement assembleurs (opérateurs internationaux pour la plupart) utilisant des vins de diverses origines, contribuant ainsi à une délocalisation croissante de l'embouteillage vers les lieux de réexportation et de consommation. La stabilité relative des notoriétés et conditions de concurrence entre bassins viticoles et en leur sein entre IG, est potentiellement compromise par le risque d'accroissement de la mise en concurrence de tous avec tous que font courir ces assembleurs internationaux. Leur logique commerciale repose en effet sur des vins de marque en base de leur pyramide d'offre et, par tranches de prix croissants, des vins à IG sélectionnés au mieux disant et donc substituables entre eux ; et ce, tout en garantissant une maîtrise logistique qui en font des interlocuteurs potentiellement privilégiés de la distribution alimentaire générale à l'international. Pour résister à cette évolution potentiellement délétère, la production s'organise, comme suite à la libéralisation des plantations, pour limiter et circonscrire précisément la concurrence interrégionale dans le cadre d'une coordination nationale, et se rapproche du négoce de place, également menacé. Anticipation et contractualisation permettent à la filière de continuer à travailler des produits suffisamment différenciés, associés à un rapport qualité/prix acceptable pour une large partie des consommateurs qui demeurent sensibles aux vins non « standardisés », alors même que cette standardisation se développe dans le monde sous l'influence croissante des assembleurs internationaux. Cette coordination rencontre opportunément l'évolution de la Grande Distribution qui sent le modèle hypermarché classique (prix attractifs, largeur de la gamme importante, pas de prescription...) menacé. Aussi, les principales enseignes orientent leur politique merchandising vers un investissement nouveau et massif sur le rayon des vins afin de faciliter

le choix d'un consommateur en quête de sens. Dès lors, avec des rayons vin en grandes surfaces mieux conçus, bénéficiant de la mise en place d'applications fixes ou mobiles capables de guider les clients dans ce rayon, la grande distribution accroît ses performances de ventes de vins, notamment en recrutant de nouveaux consommateurs. Mieux conseillés notamment sur le lieu de vente, les clients ont moins besoin des conseils de leaders d'opinion et autres influenceurs, des revues spécialisées ou des réseaux sociaux. Ainsi, les prescripteurs ne jouent-ils plus qu'un faible rôle dans le choix des consommateurs et contribuent moins qu'avant à l'entretien de l'image des vins français sur les marchés internationaux. Les metteurs en marché français se concentrent alors plus fortement sur les marchés français plus accessibles, accompagnés par les efforts des distributeurs. En conséquence, le poids de l'export dans les utilisations commerciales de la filière s'amenuise.

### **Le vin s'intègre dans la norme agroalimentaire**

La traçabilité et l'accès à l'information ayant été étant améliorés par les nouvelles technologies, l'intégration du vin dans la réglementation commune des produits alimentaires s'étend à l'étiquetage des pratiques et des produits utilisés dans les *process*. Ainsi, pour le vin comme dans les autres secteurs, les normes internationales d'étiquetage imposent-elles l'indication des principales PO et de tous les additifs, adjuvants, résidus et allergènes et des OGM. En interférence avec les signes officiels traditionnels de qualité (IG, Bio..), la signalisation d'autres qualités (sans OGM, sans résidus, sans levure exogène..), se développe notamment pour répondre aux attentes « *One Health*<sup>11</sup> » des consommateurs. Certaines IG choisissent d'ailleurs d'en intégrer certains à leur cahier des charges, tandis que les signes tendent à se superposer.... Les AOP et IGP perdent ainsi de leur premium sur le marché pour signaler la qualité. Devant la complexité des informations à synthétiser et notamment la multiplicité des signes à consonance environnementale émanant le plus souvent de l'amont, les consommateurs et *in fine* les autorités communautaires agréent des applications intégratrices des problématiques « *One Health* » (type Yuka) et promeuvent un étiquetage complémentaire synthétique des engagements RSE des metteurs en marchés finaux. La composante « alcool » déclassant automatiquement les vins, le secteur est conduit à « travailler » intensément les autres aspects de la durabilité ... environnement, social... A ce titre, particulièrement dans le secteur viti-vinicole, le recul de l'usage des PPP se distingue et s'émancipe progressivement de la simple signalisation d'une qualité particulière pour acquérir progressivement le statut de norme. Soutenue par des aides éco conditionnelles, la filière vignes et vins accompagne la demande sociétale concernant la diminution des intrants (avec des garanties de teneurs maximales en résidus par exemple, ou en s'engageant volontairement dans des certifications environnementales systémiques).

### **Résumé**

La filière viti-vinicole française concentre ses débouchés sur le territoire national et se structure autour d'un axe liant intimement les producteurs de vins à Indication Géographique (IG), le négoce de place et une grande distribution rénovée utilisant la digitalisation pour devenir un lieu d'accès au conseil. Cette structuration globale s'accompagne en amont d'une réelle coordination des IG au plan national permettant de résister à l'évolution agroalimentaire du secteur dans un contexte de libre échange réinstauré. Ces IG se combinent également avec de nouveaux signes de qualité à ancrage environnemental et social permis par l'essor des techniques de communication électroniques. Pour ce faire, certaines biotechnologies sont acceptées du bout des lèvres afin d'obtenir rapidement des variétés résistantes tant aux maladies qu'aux aléas abiotiques et ainsi tenir à distance les effets du changement climatique, mais aussi viser à respecter une attente sociétale majeure,

---

<sup>11</sup> Cf supra note 1

à savoir la réduction des résidus de produits phytopharmaceutiques dans les vignes (environnement) et dans les vins (santé).

## Enjeux, conséquences, attitudes stratégiques

Pour chaque scénario, il est possible de dégager les enjeux et conséquences pour la filière française vignes et vins, les interprofessions, telle ou telle famille professionnelle : si le scénario se produit, alors,

- qu'est-ce qu'on gagne (en quoi est-ce une opportunité) ?
- qu'est-ce qu'on perd (en quoi est-ce un risque ou une menace) ?

et quelles sont les conséquences ?

Ces quatre visions scénarisées du futur de la filière française vignes et vins, ne s'apparentent en rien à de la prévision. Elles proposent simplement des futurs possibles et crédibles sans considération de probabilité pour leur occurrence. Il appartiendra au Conseil spécialisé de FranceAgriMer de se prononcer sur les attitudes à adopter vis-à-vis des scénarios en choisissant parmi cinq attitudes possibles :

- Proactivité positive : agir dès aujourd'hui pour favoriser l'advenue du scénario.
- Proactivité négative : agir dès aujourd'hui pour défavoriser l'advenue du scénario.
- Réactivité anticipée : se préparer dès aujourd'hui à l'advenue du scénario.
- Veille : ce scénario doit être placé sous surveillance, pour savoir si son advenue se dessine au fur et à mesure du temps.
- Aucune attitude : ce scénario ne présente pas d'intérêt particulier.

C'est à partir de ce positionnement que pourrait s'engager une démarche stratégique.

## Conclusion

En complément de la synthèse qui, après une brève présentation de la méthode mise en œuvre, laisse la part belle aux quatre scénarios, le présent rapport permet un large partage des différents éléments qui le constituent : la réflexion sur la méthode d'actualisation d'une prospective, les hypothèses illustrées chacune par une fiche, leurs relations et les différentes étapes de la scénarisation avec les 32 micro-scénarios, les 16 meta-scénarios et les 4 scénarios globaux. Ce matériel est désormais disponible comme une « pâte à modeler à réfléchir ». Déjà VinIGP, la Confédération des Vins à indication géographique protégée (IGP) de France, a mené en 2022 un travail de déclinaison prospective sur la base de ces nouvelles hypothèses et a amorcé une réflexion stratégique.

L'Institut Agro et FranceAgriMer ont organisé des journées de mise en débat des scénarios, avec les entreprises et les chercheurs de la chaire d'entreprises vigne et vin d'une part et avec les principaux dirigeants des organisations nationales d'autre part. Au cours de ces journées interactives, l'expression des enjeux et des conséquences, des attitudes stratégiques, des propositions d'actions a été recueillie et sera analysée pour identifier les domaines de consensus et les sujets qui restent à préciser.

« Ainsi perçue, la prospective n'est pas une évasion dans le futur mais le moyen, pour les décideurs et les chercheurs, de revenir au présent, mieux armés pour l'infléchir selon nos intentions et nos exigences. (M. Sebillotte, 2002)

## Éléments de bibliographie

### Prospectives Vignes et vins

- Prospective Vignes et vins-Scénarios et défis pour la recherche et les acteurs – sous la direction de Michel Sebillotte – Bilan et perspectives INRA - décembre 2003
- D'une prospective de filière aux décisions stratégiques de l'entreprise; un essai de « prospective stratégique » appliqué aux entreprises de la filière vitivinicole Patrick Aigrain, Guy Dejean, Hervé Hannin, Congrès mondial de la vigne et du vin, Verona 18 juin 2008
- Perspectives d'évolution de la filière vitivinicole dans la région Languedoc-Roussillon à l'horizon 2025 – Analyse Centre d'Études et de Prospective –mars 2013
- Prospective ANIVIN de France – Les Études de FranceAgriMer mai 2014
- Une prospective pour le secteur vignes et vins face au changement climatique – Les synthèses de FranceAgriMer – septembre 2016
- Prospective filière française des vins biologiques – Les Études de FranceAgriMer avril 2017
- Prospective Coopération vinicole française – Les Études de FranceAgriMer juin 2018
- Prospective filière française des vins IGP – Les Études de FranceAgriMer août 2022
- Prospective filière française vignes et vins à l'horizon 2040-45 – Synthèse- Les Études de FranceAgriMer janvier 2023

### Prospectives partagées par Denis LACROIX (IFREMER)

- Industrie 2.0 Jouer la rupture pour une Renaissance de l'industrie française - McKinsey & Company – novembre 2013
- Vers une société post croissance : intégrer les défis écologiques, économiques et sociaux - I. Cassier, K. Marechal, D. Méda, Edts de l'Aube collection Mikros - juin 2018
- Medpro Mediterranean Prospects - Prospective analysis for the Mediterranean region - Centre for European studies - Coordination Rym Ayadi, 2013
- Une analyse des grandes visions prospectives internationales sur le devenir de l'environnement : l'étude ScénEnvi - Responsabilité et environnement janvier 2018
- Le monde à l'horizon 2050 – P. Ratte Futuribles International – mai 2017
- Géopolitique d'une planète dérégulée - JM. Valantin, Seuil Anthropocène octobre 2017
- FUTURPROD - Les systèmes de production du futur - D. Brissaud, ANR 2013
- Aux 4 vents du monde - Petit guide de navigation sur l'océan de la mondialisation – M. Delmas-Marty, Seuil 2016



## Annexe 1 Participants

Titres et qualités à la date de leur participation à l'exercice de prospective

### › Groupe d'experts Phase 1

**Denis LACROIX** : délégué à la prospective auprès de la direction générale de l'Ifremer.

**Olivier MERRIEN** : Directeur général du groupe ICV (Institut coopérative du vin)

**Nathalie OLLAT** : Ingénieure de Recherche HDR – INRAE Directrice UMR Ecophysiologie et Génomique Fonctionnelle de la Vigne

**Christophe RIOU** : Directeur adjoint et directeur scientifique de l'IFV (institut français de la Vigne et du vin)

**Egizio VALESCHINI** Directeur de recherche INRAE

### › Cellule d'animation Phase 2

**Frédéric ANDLAUER** : consultant en stratégie marketing et communication (Andlauer Wineson)

**Michel BOURQUI** : Délégué Général de l'Association Universitaire International du Vin et des produits de la Vigne (AUIV)

**Eric CHADOURNE** : Vigneron, président de la fédération des vins de Bergerac

**Paul FABRE** : Directeur de l'Interprofession des vins du sud-ouest (IVSO)

**Vincent JACUS** : Responsable bonnes pratiques phytosanitaires chez BASF

**Didier JOSSO** : Délégué filière vins et cidre à FranceAgriMer

**Audrey LAURENT** : Chargée d'études économique filière vins et cidre à FranceAgriMer

**Bruno MANZONE** : Vigneron, président du syndicat des AOP Costières de Nîmes

**Olivier MERRIEN** : Directeur général du groupe ICV (Institut Coopératif du vin)

**Sophie PALLAS** : Directrice générale de l'Union des Œnologues

**Blanche RICHARD** : Acheteuse des vins du Beaujolais, de Bourgogne et de Champagne pour Metro (grossiste pour le CHR)

**Serge TINTANÉ** : Viticulteur, président de l'interprofession des vins de France (ANIVIN)

**Nathalie VIET** : Économiste experte de la filière viticole et prospectiviste (Sté EQUONOXE)  
Déléguée générale de la fédération des cavistes indépendants

### › Noyau permanent

**Patrick AIGRAIN** : Chef du service "Analyses et fonctions transversales et multifilières" – FranceAgriMer

**Françoise BRUGIERE** : Cheffe de la Mission Prospective – FranceAgriMer

**Hervé HANNIN** : Institut Agro Montpellier, Directeur de la Chaire "vigne et vin", Directeur du développement de l'Institut des Hautes Études de la Vigne et du vin (IHEV)

**Christian TOUVRON** : Chargé d'études prospectives Mission Prospective – FranceAgriMer

## Annexe 2 104 hypothèses de la prospective Vignes et Vins INRA 2003

### Liste des 104 hypothèses prospective Vignes et Vins - INRA - décembre 2003

Acteurs distribution (y c. internet)	ACD 1	Le poids des MDD dans la filière s'accroît sensiblement <b>Versus</b> : Il n'y a pas d'accroissement sensible du poids des MDD dans la filière
	ACD 2	La Grande Distribution alimentaire généraliste mondiale est le principal canal de distribution pour les vins français <b>Versus</b> : Les circuits de distribution spécialisés en vin se maintiennent et se développent dans le monde
	ACD 3	En France, la production de raisin et de vin est pilotée par les distributeurs sur cahier des charges <b>Versus</b> : En France, la production de raisin et de vin n'est majoritairement pas pilotée par les distributeurs
	ACD 4	En France, les producteurs de vin développent fortement la vente directe par le E-commerce au détriment des ventes de vin en Grande Distribution. <b>Versus</b> : En France, les producteurs de vin n'utilisent que marginalement la vente directe par le E-commerce
	ACD 5	Des échanges de données informatisées (EDI, Internet) se généralisent entre opérateurs de la filière (B2B) <b>Versus</b> : Internet ne modifie pas significativement les circuits de distribution et d'échanges d'informations en business to business (B2B)
Acteurs environnement (agrochimie, fournisseurs, distillateurs, banques, bois & plants)	ACE 1	La propriété d'obtentions végétales est protégée sur les marchés mondiaux par des brevets <b>Versus</b> : La propriété d'obtentions végétales est comme aujourd'hui de type UPOV (Union pour la Protection des Obtentions Végétales) sur les marchés mondiaux, ce qui continue de permettre des transferts de savoir et de recherche non rémunérés
	ACE 2	Des organismes certificateurs des conditions de production du raisin transforment leurs noms en un signal de qualité reconnu par les consommateurs <b>Versus</b> : Des organismes certificateurs des conditions de production du raisin ne transforment pas leurs noms en un signal de qualité reconnu par les consommateurs
	ACE 3	Seuls le Mildiou et l'Oïdium, bénéficient d'actualisation permanente des molécules de traitements de la part de l'agrochimie mondiale - les autres maladies viticoles demeurant orphelines - <b>Versus</b> : Les maladies viticoles aujourd'hui orphelines bénéficient de la création de nouvelles molécules de traitements de la part de l'agrochimie mondiale - le Mildiou et l'Oïdium, ne sont pas les seuls -
	ACE 4	L'externalisation de certaines fonctions culturelles, œnologiques (filtration, préparation à la mise en bouteille, embouteillage), de marketing et logistique, se généralise <b>Versus</b> : L'externalisation de certaines fonctions culturelles, œnologiques, de marketing et logistique, demeure un cas marginal
Acteurs metteurs en marché (y c. coop)	ACM 1	Les entreprises de mise en marché (négoce ou groupement de producteurs) se concentrent fortement en France <b>Versus</b> : Les entreprises de mise en marché se concentrent très peu dans la filière française
	ACM 2	Le négoce français disparaît quasiment de la filière française <b>Versus</b> : Le négoce français se maintient, voire se développe dans la filière française
	ACM 3	Le négoce réinvestit une part importante de la marge en marketing stratégique et opérationnel <b>Versus</b> : Le négoce réinvestit très peu en marketing
	ACM 4	Les opérateurs français investissent fortement sur les vignobles et les structures à l'étranger <b>Versus</b> : Les opérateurs français investissent très peu sur les vignobles et les structures à l'étranger
	ACM 5	Les entreprises du nouveau Monde Vitivinicole demeurent très sensibles à la mobilité des capitaux extérieurs <b>Versus</b> : Les entreprises du nouveau Monde Vitivinicole deviennent peu sensibles à la mobilité des capitaux extérieurs
	ACM 6	La valeur ajoutée, au niveau mondial, se déplace nettement des producteurs de raisins vers les transformateurs-vinificateurs <b>Versus</b> : Les producteurs de raisins s'approprient durablement la valeur ajoutée au détriment des transformateurs-vinificateurs
	ACM 7	Le négoce français intègre une partie conséquente du vignoble national <b>Versus</b> : Le vignoble ne devient que marginalement la propriété du négoce

	ACM 8	Le négoce détenteur de vignobles assure lui-même une part croissante de la vinification <b>Versus</b> : Le négoce détenteur de vignobles externalise cette fonction auprès des coopératives voire de centres de vinification privés
	ACM9	Une nouvelle catégorie d'acteurs, quasi-exclusivement assembleurs, utilisant des vins de diverses origines, prend une place croissante dans le monde vitivinicole <b>Versus</b> : Les accords douaniers en vigueur ne favorisent pas l'émergence de cette catégorie des assembleurs, utilisant des vins de diverses origines, qui occupent une place marginale dans le monde viti-vinicole
Acteurs production	ACP 1	La forme juridique majoritaire des exploitations viticoles est la forme sociétale <b>Versus</b> : Les installations individuelles en viticulture demeurent la règle
	ACP 2	De nombreuses exploitations de faible surface se maintiennent en France <b>Versus</b> : Le nombre d'exploitations de faible surface se réduit fortement en France
	ACP 3	Les producteurs de raisins restent maîtres de la vinification en France <b>Versus</b> : Des opérateurs distincts des producteurs de raisins sont spécialisés dans la vinification et dominent cette fonction
	ACP4	Le poids des utilisations non alcooliques dans la filière vin mondiale devient significatif <b>Versus</b> : Le poids des utilisations non alcooliques dans la filière vin mondiale demeure faible
	ACP5	En Europe, l'occupation de l'espace par la viticulture devient un élément explicite de l'aménagement et de la gestion de certains territoires <b>Versus</b> : En Europe, l'occupation de l'espace par la viticulture, bien que souvent avancée comme un enjeu social, humain, politique, n'est pas réellement un élément explicite de l'aménagement ou de la gestion de ces territoires
Alcool, drogue, santé	ADS 1	La publicité et la distribution des produits alcooliques est fortement libéralisée <b>Versus</b> : La publicité et la distribution des produits alcooliques est fortement encadrée
	ADS 2	Le consommateur mondial perçoit le vin comme un facteur positif de santé <b>Versus</b> : Le consommateur mondial ne perçoit pas le vin comme un facteur positif de santé, voire une drogue
	ADS 3	Les pays traditionnellement consommateurs fixent des seuils de consommation de vin admissibles à des niveaux de plus en plus bas. <b>Versus</b> : Les pays traditionnellement consommateurs stabilisent les seuils de consommation de vin (au niveau actuel) et diversifient les outils de prévention
	ADS 4	La prévention se fonde de plus en plus sur le dépistage systématique de certaines prédispositions des individus <b>Versus</b> : Un dépistage systématique de certaines prédispositions des individus, notamment dans le domaine de la sensibilité à l'alcool, ne se met pas en place
	ADS 5	Les facteurs bénéfiques dans le vin (polyphénols...) en sont extraits, et sont ingérés séparément des autres constituants (notamment l'alcool) <b>Versus</b> : Les facteurs bénéfiques dans le vin (polyphénols...) sont indissociables du « système vin » et ne sont donc pas valorisables séparément
	ADS 6	L'ensemble des boissons est accompagné d'une politique de santé publique assise sur une communication de seuils limites de consommation <b>Versus</b> : Seules les boissons alcoolisées sont accompagnées d'une politique de santé publique assise sur une communication de seuils limites de consommation
	ADS7	Les autorités de santé publique conduisent une politique de consommation de vin et d'alcool qui impose une éducation du citoyen-consommateur et qui lui fournit les informations nécessaires à un usage responsable <b>Versus</b> : Les autorités de santé publique conduisent une politique de consommation de vin et d'alcool exclusivement fondée sur des seuils de consommation acceptables pour tous les consommateurs
Contraintes ou opportunité sur conditions de production	CCP 1	L'AOC limite fortement les améliorations variétales et culturelles au vignoble ainsi que les nouvelles pratiques œnologiques <b>Versus</b> : L'AOC utilise à son profit les améliorations variétales et culturelles au vignoble ainsi que les nouvelles pratiques œnologiques
	CCP 2	Le modèle d'organisation de la vitiviniculture française attire les investisseurs dans le foncier viticole et/ou dans le négoce <b>Versus</b> : Le modèle d'organisation de la vitiviniculture française n'attire pas les investisseurs dans le foncier viticole ni dans le négoce
	CCP 3	La viticulture française répond aux exigences d'une protection phytosanitaire à la fois efficace et propre <b>Versus</b> : La viticulture française ne répond pas aux exigences d'une protection phytosanitaire à la fois efficace et propre
	CCP 4	Des processus d'artificialisation de la production de raisins (y compris l'irrigation) se généralisent dans la filière française et UE <b>Versus</b> : La filière française et UE refuse tout processus d'artificialisation de la production de raisins (y compris l'irrigation)

	CCP 5	Des processus d'artificialisation de la production de raisins (y compris l'irrigation) se généralisent dans les filières vitivinicoles hors de l'UE <b>Versus</b> : Les filières vitivinicoles hors de l'UE ne mettent plus en œuvre qu'à la marge des processus d'artificialisation de la production de raisins
	CCP 6	En France, l'identification parcellaire des vins à indication géographique est mise en place <b>Versus</b> : En France, le renoncement à l'identification parcellaire fragilise la crédibilité des contraintes de rendement attachées aux vins à indication géographique
	CCP 7	L'usage des OGM est effectif dans la filière vitivinicole mondiale <b>Versus</b> : L'usage des OGM (vignes, levures) n'est pas autorisé dans la filière vitivinicole mondiale
	CCP 8	L'UE conserve des pratiques œnologiques plus strictes que le reste du monde <b>Versus</b> : L'UE harmonise ses pratiques œnologiques avec le reste du monde
	CCP 9	L'exaltation des arômes est généralisée <b>Versus</b> : Le levurage et les progrès de la génomique sur les levures ne sont pas utilisés dans le but d'exalter les arômes
	CCP 10	L'amélioration des techniques d'analyse des constituants du vin fournit de nouveaux critères d'évaluation commerciale des produits <b>Versus</b> : L'amélioration des techniques d'analyse des constituants du vin ne modifie pas les critères d'évaluation commerciale des produits
	CCP 11	De graves problèmes phytosanitaires conduisent le nouveau monde à limiter fortement sa production de raisin <b>Versus</b> : Le nouveau monde ne connaît pas de situation problématique (graves problèmes phytosanitaires) le conduisant à limiter fortement sa production de raisin
	CCP 12	Des maladies épidémiques, sans réelles réponses phytosanitaires, induisent une baisse des rendements en France <b>Versus</b> : La France n'est pas touchée par des maladies épidémiques sans réelles réponses phytosanitaires induisant une baisse des rendements
Concurrence, échanges internationaux	CEI 1	En France et dans l'UE, la possibilité de plantation est rendue libre <b>Versus</b> : En France, la possibilité de plantation continue d'être restreinte et liée à des droits de plantation
	CEI 2	Les pays du nouveau monde viticole reproduisent artificiellement les conditions de production des vins de terroir notoires européens en optimisant les relations rendement/qualité <b>Versus</b> : Les pays du nouveau monde viticole présentent des produits à forte différenciation notamment issus de terroirs spécifiques
	CEI 3	Les barrières non tarifaires protégeant le marché communautaire vitivinicole sont abandonnées, <b>Versus</b> : Les barrières non tarifaires protégeant le marché communautaire vitivinicole sont maintenues en réalité malgré les accords OMC
	CEI 4	L'UE se conforme à l'accord douanier mais étiquette spécifiquement les vins non entièrement obtenus sur son territoire <b>Versus</b> : L'UE se conforme à l'accord douanier sans étiquetage spécifique des vins non entièrement obtenus sur son territoire
	CEI 5	Les accords douaniers permettent aux pays producteurs et aux pays consommateurs de mettre en marché sous leur origine, des vins produits à partir de moûts importés et/ou assemblés à partir de vins importés <b>Versus</b> : Les accords douaniers ne permettent pas aux pays producteurs et aux pays consommateurs de mettre en marché sous leur origine, des vins produits à partir de moûts importés et/ou assemblés à partir de vins importés
	CEI 6	Les concurrences entre régions françaises – développant chacune une gamme de plus en plus complète - tendent à se substituer aux concurrences traditionnelles entre types de vins <b>Versus</b> : En France, les concurrences sont d'abord entre types de vins puis entre régions
	CEI 7	En France, le poids du marché intérieur dans les utilisations commerciales de la filière devient mineur <b>Versus</b> : En France, le poids de l'export dans les utilisations commerciales de la filière s'amenuise
	CEI 8	Une surproduction à l'échelle mondiale s'installe notamment dans le « milieu de gamme » <b>Versus</b> : Le « milieu de gamme » ne connaît pas de surproduction à l'échelle mondiale
	CEI 9	Les échanges internationaux de vin s'accroissent en volume et en valeur <b>Versus</b> : Les échanges internationaux stagnent ou régressent
	CEI 10	Les pays neufs ouvrent des marchés nouveaux qui profitent également à la France <b>Versus</b> : Les pays neufs ouvrent des marchés nouveaux qui échappent à la France
	CEI 11	Les possibilités techniques de reformulation permettant la séparation dans l'espace et dans le temps entre la production de raisin et de vin, conduisent à une industrialisation de la vinification <b>Versus</b> : Les possibilités techniques de reformulation permettant la séparation dans l'espace et dans le temps entre la production de raisin et de vin, ne conduisent pas à une industrialisation de la vinification
	CEI 12	Dans le cadre d'une recherche de matière première à bas coût unitaire, l'implantation de vignobles équatoriaux progresse <b>Versus</b> : L'implantation de vignobles équatoriaux ne progresse pas

Consommation, consommation observée et attentes des consommateurs	CON 1	Les consommateurs français reconnaissent pour les vins, des signes de qualité autres que l'AOC <b>Versus</b> : Les consommateurs français ne reconnaissent pas d'autres signes de qualité que l'AOC
	CON 2	Le consommateur de vin français reconnaît dans l'AOC d'autres attributs que la seule garantie d'origine <b>Versus</b> : Le consommateur de vin français ne reconnaît pas dans l'AOC d'autres attributs que la seule garantie d'origine
	CON 3	Le consommateur de vin français qui reconnaît dans l'AOC une garantie d'origine reconnaît également d'autres attributs que la seule typicité (qualité) <b>Versus</b> : Le consommateur de vin français qui reconnaît dans l'AOC une garantie d'origine ne reconnaît pas d'autres attributs que la seule typicité (qualité)
	CON 4	La société demande aux pouvoirs publics de garantir la sécurité sanitaire des aliments et boissons <b>Versus</b> : La société ne demande pas particulièrement aux pouvoirs publics de garantir la sécurité sanitaire des aliments et boissons
	CON 5	Le marché intérieur des pays non traditionnellement producteurs de l'UE se développe <b>Versus</b> : Le marché intérieur des pays non traditionnellement producteurs de l'UE stagne ou régresse
	CON 6	Le consommateur occidental rejette massivement les vins provenant d'un process utilisant des OGM <b>Versus</b> : Le consommateur occidental accepte généralement les vins provenant d'un process utilisant des OGM
	CON 7	Les labels "bio" sont fortement demandés par les consommateurs de vin <b>Versus</b> : Les labels "bio" n'intéressent que marginalement les consommateurs
	CON 8	En France, le consommateur de vins boit de plus en plus de vins étrangers <b>Versus</b> : En France, le consommateur de vins boit très peu de vins étrangers
	CON 9	Les nouveaux marchés extérieurs adoptent le vin attaché à son contexte culturel d'usage <b>Versus</b> : Le vin pénètre de nouveaux marchés sans référence à son contexte culturel d'usage traditionnel
	CON 10	Dans les pays traditionnels, des conditions de consommation nouvelles et moins spécifiques accroissent les marchés <b>Versus</b> : Dans les pays traditionnels, des conditions de consommation nouvelles et moins spécifiques accentuent la réduction des marchés
	CON 11	La consommation de VQPRD en France diminue <b>Versus</b> : La consommation de VQPRD en France continue de progresser, voire stagne
gouvernance mondiale générale	GMG 1	L'OMC perd de son influence au profit d'un autre modèle de développement basé sur la durabilité et le local <b>Versus</b> : L'OMC accroît son influence et induit une diffusion large des nouvelles technologies et une réelle facilitation des échanges commerciaux (tous domaine... AMI, services...)
	GMG 2	L'intégration des PECOS à l'UE conduit à un blocage de son développement, qui ne se poursuit qu'à peine dans la zone euro <b>Versus</b> : L'intégration des PECOS à l'UE est conduite sans blocage de son développement, qui se poursuit avec extension progressive de la zone euro
	GMG3	L'UE restreint fortement les soutiens financiers à l'agriculture <b>Versus</b> : L'UE continue à soutenir fortement l'agriculture en soumettant les aides à des conditions environnementales et de développement
Gouvernance mondiale sectorielle	GMS 1	L'OIV, reconnu par les instances de normalisation alimentaire internationales (Codex alimentarius), fait valoir les spécificités sectorielles <b>Versus</b> : L'OIV, non reconnu par les instances de normalisation alimentaire internationales (Codex alimentarius), ne peut pas faire valoir les spécificités sectorielles
	GMS 2	La définition internationale du vin adoptée est fondamentalement liée à sa constitution finale et largement découplée des process d'élaboration <b>Versus</b> : La définition internationale du vin adoptée est fondamentalement liée davantage aux process d'élaboration qu'à sa constitution finale
	GMS 3	Dans le monde les pratiques œnologiques se libéralisent <b>Versus</b> : Dans le monde, les pratiques œnologiques demeurent spécifiques et restrictives
Information entre acteurs de la filière	IAF 1	L'œnologue au sens français reste la référence sectorielle en matière de garantie de transformation des produits <b>Versus</b> : L'œnologue au sens français n'est plus la référence sectorielle en matière de garantie de transformation des produits
	IAF 2	Le marché du conseil et du développement technique s'internationalise <b>Versus</b> : Le marché du conseil et du développement technique ne s'internationalise pas

	IAF 3	Les professionnels de la filière Vignes & Vins sont impliqués dans le domaine de la formation de leurs (futures) ressources humaines <b>Versus</b> : Les professionnels de la filière Vignes & Vins ne sont pas impliqués dans le domaine de la formation spécifique de leurs (futures) ressources humaines
	IAF4	Les acteurs de la filière Vigne et Vin française s'impliquent dans la production et dans la valorisation des informations nécessaires à leur développement <b>Versus</b> : Les acteurs de la filière Vigne et Vin française ne s'impliquent pas réellement dans la production ni dans la valorisation des informations qui seraient nécessaires à leur développement
Interface filière consommateur (étiquetage, prescription)	IFC 1	Les médias prescripteurs jouent un rôle prépondérant dans le choix des consommateurs <b>Versus</b> : Les médias prescripteurs jouent un faible rôle dans le choix des consommateurs
	IFC2	Les normes internationales d'étiquetage reconnues imposent l'indication de tous les additifs, adjuvants, résidus et allergènes <b>Versus</b> : Les normes internationales d'étiquetage reconnues n'imposent pas l'indication de tous les additifs, adjuvants, résidus et allergènes
	IFC3	Les normes internationales d'étiquetage reconnues imposent l'indication des <u>principales</u> pratiques œnologiques <b>Versus</b> : Les normes internationales d'étiquetage reconnues n'imposent pas l'indication des principales pratiques œnologiques
	IFC 4	L'UE harmonise les taxes (TVA, accises,...) en application du principe de taxation au titre alcoométrique <b>Versus</b> : Dans l'UE, les taxes (TVA, accises,...) ne sont pas harmonisées en application du principe de taxation au titre alcoométrique
	IFC5	L'UE accepte l'étiquetage de mentions valorisantes sur des vins sans Indication Géographique <b>Versus</b> : L'UE continue de refuser l'étiquetage de mentions valorisantes sur des vins sans Indication Géographique
	IFC 6	La filière valorise commercialement les externalités positives liées à la vigne <b>Versus</b> : La filière n'investit pas dans la valorisation des externalités positives liées à la vigne
	IFC 7	L'offre mondiale se réduit à un nombre limité de types de vins dont les caractéristiques sont reconnues par les consommateurs <b>Versus</b> : L'offre mondiale se diversifie à un nombre croissant de types de vins
	IFC8	Les normes internationales d'étiquetage reconnues imposent l'indication de l'utilisation d' OGM, sur les vignes et/ou sur les levures <b>Versus</b> : Les normes internationales d'étiquetage reconnues n'imposent pas l'indication de l'utilisation d' OGM, sur les vignes et/ou sur les levures
Indication géographique, appellation	IGA 1	En France, le contrôle du cahier des charges des produits à IG est assuré par des organismes indépendants <b>Versus</b> : En France, le contrôle du cahier des charges des produits à IG reste du ressort des syndicats locaux
	IGA 2	La production de vin d'AOC représente l'immense majorité de la production française <b>Versus</b> : La production de vin d'AOC représente une partie minoritaire mais conséquente (30-50%) de la production française à côté de laquelle coexiste une partie majoritaire tolérant certains degrés d'artificialisation des conditions de production
	IGA 3	Le fort poids relatif des transformateurs dans l'agro-alimentaire tend à réduire le concept d'AOP à celui d'IGP <b>Versus</b> : Malgré le fort poids relatif des transformateurs dans l'agro-alimentaire, le concept d'AOP ne se réduit pas à celui d'IGP
	IGA 4	L'intervention publique européenne renforce sa protection internationale des IG (VQPRD, VDP) par accords bilatéraux <b>Versus</b> : L'intervention publique européenne en maintenant ses exigences fortes en matière d'étiquetage et pratiques œnologiques, ne parvient pas à renforcer sa protection internationale des IG (VQPRD, VDP)
	IGA 5	Bien qu'autorisé pour l'ensemble des vins, l'usage des OGM demeure interdit pour la production de vins d'AOC <b>Versus</b> : L'usage des OGM est autorisé au plan réglementaire général, et également pour la production de vins d'AOC
	IGA 6	En France, la référence à des facteurs humains demeure consubstantielle à la définition de l'Appellation d'Origine Contrôlée <b>Versus</b> : En France, la référence à des facteurs humains cesse d'être consubstantielle à la définition de l'Appellation d'Origine Contrôlée
	IGA 7	Les AOC modifient leurs conditions de production pour revendiquer le caractère naturel de leurs produits <b>Versus</b> : Les AOC n'intègrent pas de nouvelles conditions de production qui leur permettraient de revendiquer le caractère naturel de leurs produits
	IGA 8	La notion de terroir, en dépit de ses imprécisions, diffuse largement au sein de la communauté vitivinicole internationale <b>Versus</b> : La notion de terroir ne s'impose pas au sein de la communauté vitivinicole internationale

	IGA 9	Les IG du Nouveau Monde incluent dans leurs définitions des conditions restrictives de production <b>Versus</b> : Les IG du Nouveau Monde se développent sans référence à des conditions restrictives de production (culturales et/ou œnologiques)
Régulation du fonctionnement du marché, de la filière	RFM 1	La légitimité de l'intervention économique de l'organisation interprofessionnelle est reconnue au plan mondial dans le domaine de la vitiviniculture <b>Versus</b> : La légitimité économique de l'organisation interprofessionnelle n'est pas reconnue au plan mondial dans le domaine de la vitiviniculture
	RFM 2	L'intervention publique européenne supprime toute régulation quantitative des marchés au profit de l'intervention structurelle <b>Versus</b> : L'intervention publique européenne revient à une réelle régulation quantitative des marchés
	RFM 3	Le poids de la coopération dans la filière comme première instance de régulation quantitative et qualitative s'accroît <b>Versus</b> : Le poids de la coopération dans la filière comme première instance de régulation quantitative et qualitative décroît
	RFM 4	La contractualisation pluriannuelle entre producteurs de raisins et metteurs en marché est largement développée <b>Versus</b> : La contractualisation pluriannuelle entre producteurs de raisins et metteurs en marché est marginale
Recherche innovation	RIN 1	La filière vitivinicole française est reconnue pour ses avancées technologiques en matière de préservation de l'environnement <b>Versus</b> : La filière vitivinicole française n'est pas notoirement reconnue pour ses avancées technologiques en matière de préservation de l'environnement
	RIN 2	Les entreprises privées ont le leadership sur la recherche mondiale <b>Versus</b> : Les secteurs publics exercent le leadership sur la recherche mondiale
	RIN 3	La recherche publique française valorise bien les recherches et les brevets spécifiques de la filière vitivinicole <b>Versus</b> : La recherche publique française ne valorise pas bien les recherches et les brevets spécifiques de la filière vitivinicole
	RIN 4	Une moindre écotoxicité des traitements est obtenue majoritairement par un raisonnement des techniques culturales <b>Versus</b> : Une moindre écotoxicité des traitements est obtenue majoritairement par création de nouvelles molécules
	RIN 5	Les problèmes phytosanitaires liés à la culture de la vigne sont majoritairement réglés par la création de cépages résistants obtenus par transgénèse et/ou croisements interspécifiques <b>Versus</b> : Les problèmes phytosanitaires liés à la culture de la vigne sont majoritairement réglés par l'application de traitements chimiques
	RIN 6	Les techniques modernes de séparation, purification, conservation, recomposition, permettent techniquement la reformulation du vin <b>Versus</b> : Les techniques modernes de séparation, purification, conservation, recomposition, ne permettent pas techniquement la reformulation du vin
	RIN 7	La vigne demeure un mauvais modèle expérimental en biologie végétale <b>Versus</b> : La vigne apparaît comme un bon modèle expérimental en biologie végétale, notamment pour l'étude des phénomènes de maturation et de réserves, du fait de sa durée de vie
	RIN 8	En France, la recherche vitivinicole est le fait de pôles régionaux de plus en plus autonomes <b>Versus</b> : En France, la recherche vitivinicole est de plus en plus coordonnée nationalement

## Annexe 3 Fiches hypothèse

### › Thème : Acteurs distribution (y c. internet) (ACD) – 7 hypothèses

ACD 7 En France, la production de raisin et de vin est pilotée par les distributeurs sur cahier des charges. **Versus** : *En France, la production de raisin et de vin n'est majoritairement pas pilotée par les distributeurs*

ACD 8 Avec des rayons vin en supermarché mieux conçus (d'aspect plus joli, et bénéficiant de la mise en place d'applications fixes ou mobiles capables de guider les clients au rayon vin), la Grande Distribution accroît ses performances de ventes de vins. **Versus** *Avec la fin du modèle hypermarché et le développement des points de vente près de chez soi (vente directe, bars à vin, vente locavore,...), la part de la Grande Distribution dans la distribution de vin diminue.*

ACD 9 La Grande Distribution participe à la création de valeur pour la filière V&V. **Versus** *La Grande Distribution participe à limiter la création de valeur pour la filière V&V (par ses modes d'achat, au moins disant – quels que soient les efforts de la production : qualité produits, développement durable...)*

ACD 11 La spécialisation des cavistes s'effectue vers le bio-nature... et des segments peu représentatifs des Signes de qualité majoritaires qui manquent de ce fait de promotion **Versus** : *Les signes de qualité actuellement majoritaires demeurent bien représentés chez les cavistes*

ACD 13 La logistique du dernier km et du dernier mètre (Amazon, Alibaba, drive piétons...) s'avère décisive pour la compétitivité **Versus** : *La logistique du dernier km et du dernier mètre (Amazon, Alibaba, drive piétons...) ne constitue qu'un élément parmi d'autres (non spécifiquement décisif) de la compétitivité*

ACD 351 Les metteurs en marché (cave coopératives viticoles, négoce), les distributeurs, les vignerons eux-mêmes, innovent en matière d'approches commerciales diversifiées sur le marché intérieur pour être moins dépendant des barrières douanières, tarifaires, sanitaires, etc... rencontrées à l'export. **Versus** : *Malgré sa sensibilité à divers aléas (barrières douanières, tarifaires, sanitaires, etc. ...) l'export continue d'être le canal privilégié de mise en marché des vins et spiritueux français et les opérateurs n'innovent pas spécialement pour de nouvelles approches commerciales sur le marché intérieur.*

ACD 352 L'expérience vécue durant la période de la covid-19 affecte durablement les habitudes de consommation et joue en défaveur des restaurants, notamment en matière de vins les consommateurs achetant désormais les belles bouteilles chez les cavistes (et non plus au restaurant). **Versus** : *Les belles bouteilles sont vendues et consommées au restaurant.*

67 Pour les vignerons, l'activité viticole demeure la plus rentable des activités. **Versus** : *Certaines activités non viticoles - agricoles ou non – deviennent significativement plus rentables que l'activité viticole pour les vignerons*

70+75 De nombreux petits ateliers viticoles se maintiennent en France **Versus** : *Le mouvement de concentration spécialisation des exploitations viticoles s'accélère.*  
Commentaire recto : les petits ateliers viticoles peuvent être isolés ou faire partie d'une exploitation diversifiée.

Commentaire verso : les exploitations viticoles spécialisées récupèrent les parcelles ou les droits de plantation des petits ateliers qui disparaissent.

73 Les adhérents des coopératives acceptent des contraintes pour atteindre des objectifs de produits spécifiques (qualité raisins, mode de culture HVE par exemple, ...) **Versus** : *Les adhérents des coopératives n'acceptent pas de contraintes et renoncent à produire des produits spécifiques.*



77 Le modèle "exploitation familiale" perdure. **Versus** : *Le modèle "exploitation familiale" recule.*

Commentaire : dans une exploitation familiale, l'exploitant est propriétaire des moyens de production ou titulaire du fermage

343 L'œnotourisme est une nouvelle manière de découvrir le vin qui bénéficie de la recherche croissante d'authenticité, de retour aux sources du réel et du plaisir (tendance forte chez les jeunes citadins qui souhaitent prendre du recul par rapport au mode de vie contraignant qui leur est imposé). **Versus** : *L'œnotourisme ne se développe pas, ou peu.*

348 La cohabitation rurbain / agriculteur (y compris viticulteur) se dégrade et se traduit par la création d'espace "vert" (forestier par exemple) ceinturant les agglomérations et rejetant l'agriculture dans des espaces spécialisés à faible densité. **Versus** : *Les précautions prises et la mise au point de mode de conduite adaptés (variétés résistantes, alimentation du bétail limitant les odeurs, 0 pesticides, engins silencieux,...) permettent une agriculture (et une viticulture) à proximité immédiate des villes voire dans les villes, sous forme de jardinage généralisé.*

En France, la production de raisin et de vin est pilotée par les distributeurs sur cahier des charges.

**Extrait d'article (Revue Viticole Internationale de Novembre 1999)**

« Le négociant Pierre Chainier, le Syndicat des vins d'Amboise et Carrefour viennent de signer un accord qui lie pour la première fois toute une appellation et une enseigne de la grande distribution. Les quarante caves particulières et les deux caves coopératives de l'appellation Touraine-Amboise (400 hectares répartis sur huit villages) devraient d'ici 2002, écouler un million de bouteilles chaque année chez Carrefour, soit plus de 50% de la production totale de l'appellation.

Deux vins seront commercialisés dès 2000 : un rosé et un rouge d'assemblage (gamay, cot, cabernet-franc) sous une étiquette signée Pierre Chainier représentant le château d'Amboise.

Tous les vigneron ne vendront pas chaque année leurs produits à Carrefour, qui agrée les vins sur dégustation, mais ils s'engagent à respecter le cahier des charges « *contrat filière vins agriculture durable Carrefour* » permettant la traçabilité et la maîtrise de « *pesticides et engrais toxiques* ». Un accord signé pour trois ans renouvelables. »



**Carrefour lance une gamme de vins en conversion vers le bio**

Article de Chantal Sarrazin publié le 15/07/21 sur le site Rayon Boissons



**Via sa filiale Maison Johanès Boubée, le groupe Carrefour signe une toute nouvelle gamme de vins en conversion vers l'agriculture biologique à sa signature Augustin Florent. Un pas de plus vers le verdissement de son offre MDD.**

Sur le terrain du bio et des vins « verts », Carrefour prend une fois de plus la concurrence de vitesse. L'enseigne, au travers de sa filiale Maison Johanès Boubée, est en effet la première à signer une gamme de vins en conversion vers l'agriculture biologique sous sa marque Augustin Florent. (...) Carrefour, de son côté, aligne quatre références qui résultent de partenariats avec l'amont. À savoir, un blaye-côtes-de-bordeaux élaboré en association avec la cave coopérative des Vignerons de Tutiac, un buzet mis au point avec sa consœur des Vignerons de Buzet, un cahors avec la Maison Rigal et, pour finir, un bourgueil réalisé avec Alliance Loire. Avec chacune de ces structures, le distributeur a signé des conventions pluriannuelles de conversion au bio. Les vigneron adhèrent à ces caves, qui s'engagent dans cette transition, sont soutenus économiquement pendant trois ans, durée minimale pour obtenir le label AB. (...) « À date, nous accompagnons cinq fournisseurs en conversion bio, dont deux qui ont d'ores et déjà fait leur première récolte sur du bio, précise de son côté Jean-Philippe Limite, directeur marchandises de la filiale vins de Carrefour. Nous les aidons à passer du conventionnel à une viticulture en bio. Nous valorisons cette démarche en nous engageant sur des volumes, soit 4 750 hl. » La sortie de cette nouvelle gamme intervient six mois seulement après l'annonce du lancement de la démarche « Agir pour une viticulture responsable ». Pour rappel, cette dernière synthétise les cahiers des charges des principales certifications agro-environnementales et concerne à date une quarantaine de références à marque Augustin Florent. Ce n'est qu'un début. Les produits cœur de marché de l'enseigne vont peu à peu migrer dans cette démarche. Entre cette dernière, le bio et maintenant la conversion vers l'agriculture biologique, Carrefour cultive de plus en plus la fibre verte au rayon vin.

**Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus**

**Versus :** En France, la production de raisin et de vin n'est majoritairement pas pilotée par les distributeurs.

Avec des rayons vin en supermarché mieux conçus (d'aspect plus joli, et bénéficiant de la mise en place d'applications fixes ou mobiles capables de guider les clients au rayon vin), la Grande Distribution accroît ses performances de ventes de vins.

## On a visité le nouveau magasin Monop' dont le concept va être déployé en 2020

Claire Sicard | Publié le 27/01/2020

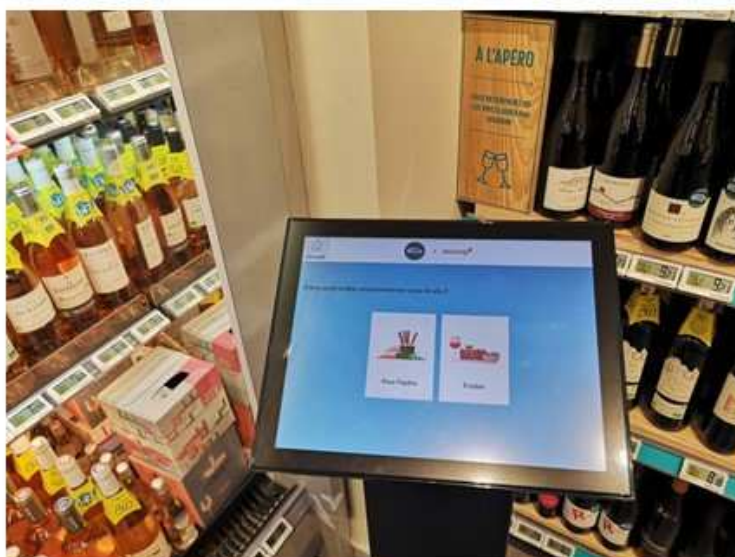
**BUSINESS  
INSIDER  
FRANCE**

### La cave à vin a été simplifiée et repensée avec la startup Le Petit Ballon...

La cave à vin, avant la rénovation, comptait 250 références différentes : "Les clients étaient perdus et prenaient trop de temps à choisir", nous précise Olivier Rego. La moitié a disparu puisque seulement 125 vins sont maintenant proposés à la vente. Repensée avec l'aide de la startup spécialiste du vin le Petit Ballon, les produits sont rangés en quatre catégories : les vins à prix doux, les vins bio, les vins pour l'apéro et les vins pour la table.

Un quart des vins proposés sont des exclusivités sélectionnées par le Petit Ballon. La moyenne du prix de vente d'une bouteille est aux alentours de 10 euros selon l'enseigne. En diminuant son offre de moitié, le magasin a quand même vu le chiffre d'affaires de sa cave s'améliorer grâce à cette nouvelle présentation.

### ... pour vous aider à choisir facilement le vin qui vous convient



Business Insider France/CS

Devant la cave à vins, un écran tactile permet de faciliter le choix de son vin si on hésite encore. Je choisis quel vin je veux boire ou ce que je vais manger, quel type de vin (rouge, blanc...), quel est mon budget et pour quelle occasion : trois vins différents sont alors proposés.

### Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** : Avec la fin du modèle hypermarché et le développement des points de vente près de chez soi (vente directe, bars à vin, vente locavore...), la part de la Grande Distribution dans la distribution de vin diminue.

La Grande Distribution participe à la création de valeur pour la filière Vigne & Vin.

Article d'Alexandre Abellan publié le 31/03/2021 sur le site [www.vitisphere.com](http://www.vitisphere.com)  Vitisphere

## Deux négociants ciblés pour leurs ventes à bas prix de vins de Bordeaux

**Deux syndicats de viticulteurs viennent de manifester leur révolte face aux opérations promotionnelles qui se multiplient dans la grande distribution ce printemps. Le négoce bordelais condamne ces actions.**

(...) Montant en tension, la mobilisation des vigneron bordelais se cristallise sur les offres promotionnelles déployées ce printemps par la grande distribution. La dernière en date étant un Bordeaux à 1,97 € proposé par la foire aux vins de Carrefour (pour 3 bouteilles achetées). « *On dirait une provocation* » soupire Franck Ballester, le directeur de la FDSEA33, qui souligne que les enseignes « *continuent à faire de la pub sur des prix les plus bas possibles. Ils savent que les gens vont aujourd'hui à l'économie, mais oublient de préciser que derrière ça casse le vignoble.* »

La casse étant économique dans l'immédiat, en matière de rentabilité de l'activité viticole, et menaçant la compétitivité future des exploitations, les empêchant d'investir dans la transition écologique nécessaire pour l'avenir. « *Quand un vin est vendu à ce prix-là, l'achat aux producteurs se fait à 700-800 euros le tonneau. A ce niveau, ce n'est pas rémunérateur pour le viticulteur et il est impossible de mener à bien une démarche environnementale* » résume Vincent Bougès. (...)

La casse est également commerciale, avec une perte de valorisation de l'appellation. Les enseignes « *rennent dans la tête des consommateurs que les vins de Bordeaux se vendent moins de 1,70 €. En dessous de 2,5 à 3 € TTC au consommateur, ce n'est pas une production pérenne* » dénonce Jean-Samuel Eynard, le président de la FDSEA33, qui note que « *quand on voudra revenir à ces prix, ces hausses seront impossibles* ».

Dans son inhabituellement long communiqué, la fédération des négociants « *tient à rappeler que la situation que nous connaissons est difficile pour l'ensemble de la filière bordelaise et que chercher des boucs émissaires et prendre à partie certaines maisons de négoce comme cela a été le cas la nuit dernière, montre à quel point les mécanismes et les raisons de la situation que nous connaissons aujourd'hui sont incompris par certains.* » Bordeaux Négoce rappelle l'historique de la crise commerciale des vins de Gironde : « *l'offre de l'AOC bordelaise est depuis 2018 largement supérieure à la demande des marchés en France et à l'export* », ce qui « *entraîne mécaniquement, pour une partie de l'offre bordelaise, des cours à la baisse. Personne ne s'en réjouit, tout le monde le subit, mais il est illusoire de penser que le Négoce pourrait à lui seul maintenir artificiellement ce marché à l'équilibre.* »

Se plaçant toujours dans le constat, Bordeaux Négoce ajoute que « *ces cours bas, cumulés avec les mécaniques promotionnelles des enseignes GD notamment en période de Foire aux vins, permettent à l'ensemble des distributeurs, qui se livrent une guerre féroce sur les prix, de mettre en avant des promotions attractives pour le consommateur à côté de marques de l'AOC bordelaise valorisées, de châteaux et de grands crus.* » (...)

### Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** : La Grande Distribution participe à limiter la création de valeur pour la filière Vigne & Vin (par ses modes d'achat, au moins disant – quels que soient les efforts de la production : qualité produits, développement durable...).

La spécialisation des cavistes s'effectue vers le bio-nature... et des segments peu représentatifs des Signes de qualité majoritaires qui manquent de ce fait de promotion.

**MANIFESTE** Collectif des Cavistes Alternatifs – 01/01/2015

NOUS, CAVISTES ALTERNATIFS,

[www.cavistes-alternatifs.com](http://www.cavistes-alternatifs.com)



Hommes et Femmes, différents, mais unis par des valeurs communes, nous exerçons notre métier de caviste avec la volonté de proposer des produits authentiques, élaborés dans le respect de l'environnement et de défendre des vigneron attachés à leurs terres, soucieux de produire des vins les plus naturels possible. Chaque jour nous souhaitons apporter à nos clients une écoute, un conseil et le juste prix de la qualité.

Derrière ces engagements il y a l'envie farouche de sauvegarder notre terre, de préserver notre santé et celle de nos enfants, de nous engager aux côtés de celles et ceux qui, comme nous, veulent construire un avenir meilleur. En cela, nous nous considérons comme une alternative à l'univers des vins de grande consommation.

Nous sommes tous indépendants, nous sélectionnons nos vins selon nos goûts, nos envies et notre personnalité. C'est ainsi que loin de l'uniformisation, nous voulons vous emmener sur d'autres sentiers, à la découverte de vigneron authentiques et de cuvées confidentielles.

L'association des cavistes alternatifs a pour vocation de défendre ces valeurs d'écologie, de culture, de convivialité et de diversité, de vous éclairer sur le métier de caviste indépendant et sur les produits que nous aimons, afin de vous montrer qu'il existe d'autres moyens de consommer le vin : avec plus de naturel, de proximité et de transparence.

## CAVISTES ALTERNATIFS

Cavistes, de France et de Belgique, réunis par des valeurs communes : l'humain, la transparence, la convivialité, la volonté de travailler de façon indépendante et unique. Les vins que nous proposons sont eux aussi uniques : reflet de leur terroir, des hommes et femmes qui y vivent et travaillent. Parce que nous pensons qu'il doit exister une alternative à la production de masse, parce que nous croyons qu'on peut proposer des vins intéressants, divers, issus d'une agriculture propre, à un juste prix.

**DES VINS PROPRES** : Cette notion recouvre les vins biologiques, biodynamiques ou naturels. Si ces deux premiers sont définis par l'UE, pour les troisièmes c'est plus compliqué.

Néanmoins on peut s'accorder sur le fait qu'ils englobent : une culture bio ou biodynamique à la vigne, des vendanges manuelles, l'utilisation des levures indigènes pour la fermentation (levures présentes naturellement sur la baie des raisins), l'utilisation d'aucune techniques « brutales » pour le vin (Osmose inverse, flash pasteurisation,...) ni d'aucun intrant œnologique lors de la vinification à part pas, ou peu de soufre.

**À RAISON** : Nous nous attachons à mettre en avant ces vins « propres » pour notre santé, et celle de nos/vos enfants, d'abord. Un vin « conventionnel » peut contenir plus de cinquante additifs différents, sans garantie réelle de leur totale innocuité. Pour le goût. Plus proches de leurs sols, plus vivants, moins gommés par les artifices œnologiques, ces vins respirent. Pour leur peu d'impact environnemental. Parce que nous souhaitons continuer à boire du vin, avec plaisir, en étant responsables et attentifs à la terre que nous laisserons aux générations futures.

### Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** : Les signes de qualité actuellement majoritaires demeurent bien représentés chez les cavistes.

La logistique du dernier km et du dernier mètre (Amazon, Alibaba, drive piétons...) s'avère décisive pour la compétitivité.

**Editorial Vignovin – Janvier 2019** par Emmanuel Brugvin



## Le vin à la conquête du « dernier kilomètre »

Plusieurs opérateurs du e-commerce se lancent dans des formules de livraison de vin à domicile en un temps record pour satisfaire le consommateur.

[www.vignovin.com](http://www.vignovin.com)

Certains restent convaincus que la bataille de la vente en ligne s'effectuera dès que le verrou du « dernier kilomètre » les séparant du domicile du particulier sera résolu. Les initiatives se multiplient en 2019. (...)

**Cdiscount très actif** – (...) Dans le courant du premier trimestre 2019, Cdiscount satisfera sur Paris dans l'après-midi les commandes de ses clients passées avant midi. Un livreur sonnera à leur porte ou déposera leur colis dans un point relais. (...) Cdiscount fera partir les commandes de son entrepôt de Blanquefort en Gironde. Son prestataire de service Dartess confiera les colis à Chronopost qui les mettra dans le TGV. Une fois récupérés à Paris-Montparnasse par Géopost, filiale de la poste, les cartons arriveront au destinataire. Les clients auront souscrit un abonnement annuel de 29 € par an pour bénéficier de ce service.

**Initiative européenne** – Sur Bologne, en Italie, le logisticien Interporto Bologna a lancé une solution de e-commerce en circuit court de produits alimentaires locaux livrés aux ménages. Le test, repris aujourd'hui en Emilie-Romagne par sa spin-off IB Innovation, a plutôt bien fonctionné avec le vin et bénéficie d'un programme d'essai européen baptisé Camarg doté de 2 M€ par Bruxelles. (...) En cas de succès, la formule pourrait être dupliquée dans l'Hexagone et d'autres régions méditerranéennes d'Europe.

**Multiplication des initiatives** – D'autres distributeurs prennent le taureau par les cornes sur la région parisienne. La capitale présente deux avantages : une consommation de vin plus importante par habitant et une plus forte concentration de population qu'ailleurs. En avril dernier, Dartess inaugurerait sa propre plateforme à Orly. (...)

**Réplique des distributeurs** – Franprix teste une formule de casiers fermés par des serrures connectées que le client peut déverrouiller grâce à un code pour récupérer sa commande. (...) certains fourbissent leurs armes pour proposer des solutions de livraison dans les 15000 points relais de France. Des casiers à serrures connectées devraient bientôt y voir le jour.

**Drive piéton** – Carrefour City a lancé le drive piéton (...) à Paris. Leclerc en compte 3 à Lille et Aurillac. Carrefour en compte 15 à Paris, Lyon et Saint-Etienne, Cora 2. Auchan a ouvert la voie dès 2014 à Paris et compte investir les Hauts de France. Intermarché vise Paris (...)

**Course de vitesse** – Sur Paris, Lavinia.fr honore la commande de ses clients en 90 minutes passée avant 16h30 pourvu que le produit soit en stock. Coût : 20 € pour la première bouteille, 1 € pour les suivantes. Le groupe (...) s'est associé à Amazon qui livre ses clients « premium » (49 €/an). Les coûts de personnalisation des cartons suivant les commandes restent énormes auxquels s'ajoutent ceux d'une assurance contre la casse qui couvre la valeur des bouteilles.

**Aujourd'hui, les initiatives se multiplient avec un modèle économique en gestation encore fragile. Le client ne bénéficie pas encore d'un service où le livreur frappe à sa porte dès qu'il passe commande sur son smartphone. Mais on s'en approche.**

Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** : La logistique du dernier km et du dernier mètre (Amazon, Alibaba, drive piétons...) ne constitue qu'un élément parmi d'autres (non spécifiquement décisif) de la compétitivité.

Les metteurs en marché (cave coopératives viticoles, négoce), les distributeurs, les vignerons eux-mêmes, innovent en matière d'approches commerciales diversifiées sur le marché intérieur pour être moins dépendant des barrières douanières, tarifaires, sanitaires, etc... rencontrées à l'export.

Article d'Arthur Frydman publié le 03/04/2021 sur le site [www.lepoint.fr](http://www.lepoint.fr)

**Le Point.fr**

## La gueule de bois des exportations de vins français

**Brexit, taxes Trump et surtout Covid... Le marché des vins et spiritueux français trinque, révèle le nouveau rapport de l'office agricole FranceAgriMer.**

En 2019, les exportations françaises de vins et spiritueux avaient atteint un niveau exceptionnel (+ 5,9 % sur un an). Aujourd'hui, l'heure est plutôt à l'inquiétude générale en France, premier pays exportateur en valeur au niveau mondial. Après cinq années de croissance continue, l'année 2020 et ce début 2021 sont marqués par une chute brutale de la valeur des bouteilles de vin françaises à l'export avec une baisse du prix moyen, en repli de 6%, soit une perte sèche de plus d'un milliard d'euros. En conséquence, les exportations boivent la tasse et accusent un net recul de 11 % en valeur, à 8,7 milliards d'euros. En volume également, les ventes de vins français à l'étranger dégringolent de près de 5 % comme le décrypte la dernière enquête de l'organisme public FranceAgriMer. Selon cette dernière, les volumes exportés atteignent un des niveaux les plus bas jamais observés sur le marché de ces quinze dernières années. Il faut remonter aux données de 2009, après la crise financière de 2008 pour retrouver des chiffres similaires. Du côté des importations, même constat. Elles ont elles aussi baissé, tant en valeur (- 11 %) qu'en volume (- 13 %). Un nouveau coup de semonce regrettable pour la filière viti-vinicole française.

### Taxes américaines et pandémie : deux facteurs clés

Comme le décrypte le bilan dressé par FranceAgriMer, avant même l'apparition du virus, les exportateurs hexagonaux ont souffert de l'effet Brexit au Royaume-Uni, mais surtout des taxes américaines. En effet, depuis octobre 2019, l'ancien président Donald Trump imposait sur les vins français à leur entrée sur le territoire une surtaxe de 25 %. Des représailles qui faisaient suite au conflit Airbus-Boeing qui oppose l'Europe et les États-Unis depuis octobre 2004 devant l'OMC sur les aides publiques versées aux deux groupes, jugées illégales. Ces taxes douanières ont été suspendues par l'administration Biden pour quatre mois, soulageant ainsi toute la filière française qui chiffrait les pertes liées à cette mesure à plus de 400 millions d'euros. Cependant, la principale cause de la gueule de bois des exportations françaises résulte de toute évidence de la crise sanitaire qui, après la Chine, a gagné l'Europe puis l'Amérique. Les confinements successifs imposés partout à travers le globe ont conduit à la fermeture des bars, des restaurants, des hôtels, des discothèques ainsi qu'à l'annulation de tout l'événementiel tels que les concerts et les festivals, ou encore à l'interdiction temporaire de la vente d'alcool dans certains pays. Dans cette conjoncture économique instable, l'ensemble des catégories de vin a été concerné par le ralentissement des exportations, en volume, comme en valeur. ( ... )

### Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** : *Malgré sa sensibilité à divers aléas (barrières douanières, tarifaires, sanitaires, etc. ...) l'export continue d'être le canal privilégié de mise en marché des vins et spiritueux français et les opérateurs n'innovent pas spécialement pour de nouvelles approches commerciales sur le marché intérieur.*

L'expérience vécue durant la période de la covid-19 affecte durablement les habitudes de consommation et joue en défaveur des restaurants, notamment en matière de vins les consommateurs achetant désormais les belles bouteilles chez les cavistes (et non plus au restaurant).



## La crise sanitaire modifie la façon de consommer du vin au restaurant

Article de Justine Gravé publié le 13 novembre 2021 sur [www.reussir.fr/vigne](http://www.reussir.fr/vigne)

**D'après une enquête menée par Wine Paris & Vinexpo Paris auprès de 1 000 restaurateurs, de nouvelles façons de consommer le vin en restauration ont émergé depuis le début de la crise sanitaire, tandis que d'autres se sont renforcées.**

Pendant près de neuf mois, les mesures sanitaires en vigueur pour lutter contre l'épidémie de la Covid-19 ont empêché les Français et les Françaises de se rendre au restaurant. Pour autant, le bilan n'est pas si catastrophique. 72 % des établissements interrogés par Wine Paris & Vinexpo Paris en juillet dernier estiment avoir « fidélisé une nouvelle clientèle », surtout locale, grâce à la vente à emporter. « 60 % d'entre eux ont maintenu cette nouvelle activité post-confinement, alors qu'ils étaient moins de 10 % à la pratiquer avant la crise », peut-on lire dans les résultats de l'enquête. Dans cette nouvelle façon de consommer, le vin n'est pas en reste. « Près de 80 % de la clientèle a commandé un vin ou un spiritueux pour accompagner un plat ».

Un développement de la vente au verre depuis la réouverture des restaurants 62 % des restaurateurs ont déclaré avoir vendu du vin rouge à emporter, 30% des vins rosés et les blancs, et 25 % des champagnes et effervescents. Avec la réouverture au public, les restaurants ont constaté un nouvel engouement pour le vin servi au verre. « 83 % des restaurateurs le déclarent à nouveau comme le format le plus demandé devant la vente de bouteille », pointe l'étude. Ils sont toutefois plus de la moitié (56 %) à estimer que les boissons alcoolisées ont une part moindre dans leur chiffre d'affaires qu'avant l'avant crise. Le retour à la normale n'est donc pas encore tout à fait une réalité.

**Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus**

**Versus** Les belles bouteilles sont vendues et consommées au restaurant.



Thème : Acteurs environnement (agrochimie, fournisseurs, distillateurs, banques, bois & plants) (ACE) - 5 hypothèses

ACE 22 Des organismes certificateurs des conditions de production du raisin transforment leurs noms en un signal de qualité reconnu par les consommateurs **Versus** : *Des organismes certificateurs des conditions de production du raisin ne transforment pas leurs noms en un signal de qualité reconnu par les consommateurs*

ACE 25 Le secteur vitivinicole attire de nombreux investisseurs externes à la filière (grands groupes financiers, assurances, etc) **Versus** : *La technicité de la culture limite l'attrait de la vigne pour les capitaux extérieurs.*

ACE 31 Les grands groupes de l'agrochimie apportent des solutions alternatives satisfaisant à l'objectif de diminution des intrants. **Versus** : *Les fournisseurs de l'agrochimie n'apportent pas de solution à la demande sociétale de diminution des intrants.*

ACE 33 Un enseignement « philo des sciences » traitant la place de la science, enseignant la biodynamie,... est introduit. **Versus** : *Aucun enseignement « philo des sciences » traitant la place de la science, enseignant la biodynamie,... n'est introduit.*

ACE 34 Des solutions sont apportées à l'essentiel des problématiques d'ordre pathogène connues par la culture de la vigne. **Versus** : *La vigne rencontre des problématiques d'ordre pathogènes difficiles à gérer.*

Des organismes certificateurs des conditions de production du raisin transforment leurs noms en un signal de qualité reconnu par les consommateurs.

Quelques logos de « marques de certificateurs »  
communiqués aux consommateurs.....



**VINEALIS**  
boire bon

VITICULTURE  
**TERRA  
VITIS**  
RESPONSABLE



Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

Faillite de la marque et de l'A.O. par court-circuit ?

**Versus** Des organismes certificateurs des conditions de production du raisin ne transforment pas leurs noms en un signal de qualité reconnu par les consommateurs.

Le secteur vitivinicole attire de nombreux investisseurs externes à la filière (grands groupes financiers, assurances, etc.).

**[ALERTE ROUGE SUR LE VIN] LES INVESTISSEURS RACHÈTENT LES VIGNOBLES FRANÇAIS ET FONT FLAMBER LES PRIX**

novethic

Marina Fabre Publié le 28 décembre 2018

**De plus en plus de patrons du CAC40 achètent des domaines français. "Un moyen facile de s'anoblir", selon un expert, mais ce phénomène fait aussi flamber les prix de certains vignobles portant ainsi préjudice à l'installation de jeunes vigneron. À l'occasion des fêtes de fin d'année, Novethic vous propose toute la semaine de plonger sans modération dans le monde du vin.**

Le vignoble français, une poule aux œufs d'or. Depuis la fin des années quatre-vingt, plusieurs domaines des régions viticoles ont été rachetés par des investisseurs, que ce soit des banques, des mutuelles, des acteurs institutionnels ou des grands patrons français.

Dernier cas le plus médiatisé, le rachat par François Pinault, fondateur du groupe Kering, du domaine Clos-de-Tart, à Moret-Saint-Denis en Bourgogne. Il vient s'installer en face des vignes de Bernard Arnault, PDG de LVMH qui possède le Clos des Lambrays.

**"Les grands patrons ont trouvé un moyen facile de s'anoblir"**

"Avec les châteaux viticoles, les grands patrons ont trouvé un moyen facile de s'anoblir", raconte au Monde Benoist Simmat, auteur de Les Caves du CAC40. "Faute d'avoir une particule, ils ont au moins un château", ajoute-t-il.

Mais ces rachats ont des conséquences sur les prix du foncier viticole. En deux ans, les vignes du Haut-Médoc ont augmenté de 6 %, atteignant ainsi les 80 000 euros l'hectare. En Provence, le prix de l'hectare de vigne est passé de 20 000 à 70 000 euros en quelques années. Des prix mirobolants qui freinent la succession entre agriculteurs.

**Les financiers "font du business avec les terres"**

En juin, la Confédération paysanne a ainsi occupé le domaine viticole de Vincent Bolloré à la Croix Valmer dans le Var, en dénonçant l'accaparement des terres par des financiers "qui font du business avec les terres". "Ce phénomène porte préjudice à l'installation, notamment des plus jeunes et met en péril la vitalité des territoires et l'emploi. La terre doit aller en priorité à celles et ceux qui la travaillent et qui en ont besoin pour vivre", demande le syndicat.

L'enjeu de l'accaparement des terres agricoles par des grands investisseurs pose la question de la préservation du terroir français. À cet égard, une mission d'information sur le foncier agricole a été rendue le 5 décembre dernier par deux députés. L'un d'eux, Emmanuel Potier (PS) milite pour une nouvelle loi foncière, plus ambitieuse, qui passerait par la reconnaissance de la terre comme bien commun de la nation.

**Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus**

**Versus** : *La technicité de la culture limite l'attrait de la vigne pour les capitaux extérieurs.*

Les grands groupes de l'agrochimie apportent des solutions alternatives satisfaisant à l'objectif de diminution des intrants.

### **Bayer : "l'affaire Monsanto nous a poussés à accélérer notre transformation"**

Extraits d'un article issu du magazine Management écrit par François Lecompte et publié le 28/09/2021 sur le site [www.capital.fr](http://www.capital.fr)



**(...) Rétrospectivement, ce rachat de Monsanto apparaît plutôt comme une erreur stratégique...**

Non, parce que le marché agricole était déjà très concentré, avec la constitution de deux pôles très puissants, l'un américain (suite à la fusion de Dow et DuPont), l'autre chinois (acquisition de Syngenta par ChemChina). En définitive, il ne restait que Bayer et Monsanto (...) Nous sommes convaincus de l'avenir de l'agriculture et des enjeux cruciaux que cela implique pour la société. C'est le défi que nous avons la volonté de relever : apporter des solutions aux agriculteurs tout en satisfaisant les attentes sociétales de réduction d'usage des produits phytosanitaires. Nous y parviendrons grâce aux expertises associées de Bayer et de Monsanto, en apportant des réponses combinatoires, c'est-à-dire en associant des produits phytosanitaires, des semences, des produits de biocontrôle et, enfin, l'agriculture numérique.

#### **Concrètement, quelles sont ces réponses ?**

Nous travaillons sur quatre grands axes de développement. D'abord les produits phytosanitaires, qui recouvrent les herbicides (contre les mauvaises herbes), les fongicides (pour traiter les maladies dues aux champignons) et les insecticides (pour lutter contre les ravageurs), dont l'agriculture aura toujours besoin. Mais nous travaillons aussi sur les semences, afin de rendre celles-ci plus résistantes, par exemple aux phénomènes climatiques et aux maladies, ce qui permettra de réduire d'autant l'utilisation de produit phytosanitaire. Nous développons également des produits de biocontrôle, c'est-à-dire des produits de protection des cultures à base de substances naturelles comme les bactéries ou les micro-organismes, même si, sans désherbage, elles ne sont pas encore très performantes. Enfin, nous travaillons sur l'agriculture de précision : le numérique permet aux agriculteurs, grâce à l'analyse de données de leurs champs, de prendre les bonnes décisions en matière de semences ou d'utilisation d'intrants, mais aussi aux chercheurs de faire de la modélisation et de mieux cibler les développements futurs. Cette transformation, qui a déjà commencé, sera longue. Il faut en moyenne dix ans pour développer un produit phytosanitaire ou une semence. (...)

#### **L'agriculture biologique se développe aujourd'hui de manière significative. Quel rôle peut jouer Bayer dans cette transformation ?**

Les produits de biocontrôle sont destinés à l'agriculture biologique, mais pas uniquement. Nous travaillons beaucoup sur des approches combinatoires. Par exemple, un agriculteur qui utilise des fongicides pour traiter une maladie fait aujourd'hui trois passages. Demain, on pourra lui donner la possibilité de ne traiter que deux fois et de faire le troisième passage avec un produit naturel. Dans ce cas, il ne fera pas du bio, mais de l'agriculture raisonnée, avec une baisse significative des pesticides. Je crois particulièrement au développement de l'agriculture raisonnée et notre ambition est de fournir des solutions innovantes pour tous les types d'agriculture.

**Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus**

**Versus** Les fournisseurs de l'agrochimie n'apportent pas de solution à la demande sociétale de diminution des intrants.

Un enseignement « philo des sciences » traitant la place de la science, enseignant la biodynamie,... est introduit.

## Anthroposophie, biodynamie, médecine, éducation : une ambition ésotérique globale ?

Article publié en ligne le 1<sup>er</sup> février 2020 sur le site [www.afis.org](http://www.afis.org)



C'est au début du XX<sup>e</sup> siècle qu'un nouveau courant ésotérique, l'anthroposophie, voit le jour. Cette doctrine, ou spiritualité, a été fondée par le philosophe Rudolf Steiner (1861-1925) avec pour but de « restaurer le lien entre l'Homme et les mondes spirituels ».

( ... ) Pour l'anthroposophie, « le monde matériel n'est qu'une manifestation visible du spirituel qui lui est antérieur ».

L'anthroposophie est devenue un mouvement international et ses préceptes se déclinent dans bien des domaines (éducation, art, santé, agriculture, religion...) avec de nombreux relais économiques et politiques. La Société anthroposophique universelle a été fondée en 1923 par Rudolf Steiner. Près d'un siècle plus tard, elle compterait 44 000 membres à travers le monde. Elle reconnaît elle-même que tout un réseau d'entreprises peut être compris « comme faisant partie d'un mouvement anthroposophique » tout en précisant qu'aucune ne dépend « d'un quelconque pouvoir central ». On y retrouve les banques Triodos et GLS fondées et dirigées par des anthroposophes, l'entreprise Weleda, numéro un des cosmétiques biologiques en France et en Allemagne, ou encore les laboratoires Wala qui commercialisent « 900 médicaments anthroposophiques pour quasiment toutes les phases de vie et toutes les indications ».

Application directe de la philosophie de Rudolf Steiner, l'agriculture biodynamique se donne pour but de « sauvegarder et même d'accroître la fertilité de la terre et la qualité des produits agricoles » grâce à un travail « fait en plein accord avec les lois du vivant » mettant en jeu des « forces nombreuses et variées qui ne proviennent pas seulement d'interactions matérielles ». Elle a recours à des « préparations biodynamiques » et prend en compte les « rythmes cosmiques » (voir l'article de Jean-Jacques Ingremeau « Biodynamie. Cultiver avec la Lune : superstition ou technique validée ? »). La popularité de la biodynamie a incité certains entrepreneurs à la décliner dans d'autres domaines que l'agriculture (voir l'article de Jérôme Quirant « On n'arrête pas le progrès : un adjuvant biodynamique pour le béton... »).

Dans la galaxie anthroposophique, la médecine anthroposophique occupe une place particulière (voir l'article de Jean-Paul Krivine « La médecine anthroposophique »).

L'anthroposophie, ce sont aussi plusieurs milliers d'établissements scolaires mettant en œuvre la pédagogie imaginée par Rudolf Steiner. Ils font régulièrement l'objet de controverses à propos d'épidémies de rougeole qui se développent en leur sein (voir l'article de Jean-Paul Krivine « Les écoles Steiner et la vaccination »).

### Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** *Aucun enseignement « philo des sciences » traitant la place de la science, enseignant la biodynamie,... n'est introduit.*

Des solutions sont apportées à l'essentiel des problématiques d'ordre pathogène connues par la culture de la vigne.

Article de Marie-Dominique Guihard publié le 28/05/2020 sur le site [mon-viti.com](http://www.mon-viti.com)



## Les UV, un nouveau moyen de lutte prometteur pour la vigne

**Plusieurs projets visent à utiliser les ultraviolets comme moyen de lutte contre les pathogènes de la vigne, soit comme un stimulant de défense, soit comme un produit curatif.**

Dans un avenir sans doute assez proche, serez-vous étonné de voir des engins d'un genre nouveau passer dans les rangs de vigne ? Ces appareils attelés au tracteur comme des rogneuses émettent des ultraviolets (UV) sur les rangs de vigne en végétation. Il s'agit d'une solution alternative aux produits chimiques pour lutter contre les pathogènes. L'idée a émergé il y a sept ans, lorsque Laurent Urban et Jawad Aarouf, respectivement écophysiologiste et physiopathologiste à l'université d'Avignon, ont découvert que des flashes d'UV augmentaient la résistance des plantes aux pathogènes. (...) Depuis cinq ans, une équipe de recherche internationale et multidisciplinaire dirigée par David Gadoury de Cornell AgriTech, station expérimentale de l'université de Cornell à New York, analyse la possibilité d'appliquer la lumière ultraviolette dans le but de désinfecter la vigne pour lutter contre les champignons responsables de l'oidium. Ils expliquent : « Les agents pathogènes se développent à la surface des feuilles et sont donc très exposés aux rayons UV. Et ils sont capables de réparer rapidement l'ADN endommagé par l'exposition constante aux rayons UV, ce qui garantit leur survie. En 2011, des chercheurs de l'Institut norvégien de recherche en bioéconomie (...) ont découvert que les champignons responsables de l'oidium "éteignaient" ce mécanisme de réparation la nuit. Ils ont donc décidé de profiter de cette "faiblesse" en exposant les champignons à une petite quantité de lumière UV la nuit, afin de tuer l'agent pathogène sans endommager les plantes. Pour transférer ces résultats du laboratoire au champ, une équipe multidisciplinaire a été créée et a défini les longueurs d'onde, les doses de lumière UV nécessaires pour les différentes cultures, tout en développant des systèmes d'éclairage et d'application efficaces et économiquement intéressants. » (...) En vigne, le premier essai commercial a démarré dans les vignobles de Bully Hill Vineyards, situés dans l'État de New York. (...) Du côté des Français, l'approche est totalement différente. Il s'agit de déclencher un mécanisme naturel de défense de la plante et non de vouloir un effet direct sur le pathogène. (...) Les cépages concernés ont été d'abord ceux du Bordelais et de la région Paca. (...) « En vigne, l'application d'UV permet de diminuer de moitié voire de trois quart les produits phytosanitaires, affirme Yves Matton cofondateur d'UV Boosting, sans que cela ait un impact sur le rendement ou la qualité. (...) En recevant des UV, les plantes ainsi stimulées mettent en place des défenses immunitaires de la même façon qu'elles le déclenchent pour un pathogène. Mais ces émissions d'UV n'entraînent pas de changement métabolique important. Il s'agit principalement d'un mécanisme de préparation à la lutte, qui n'épuise donc pas la plante. » (...) Cette technique, mis à part l'obligation de réaliser de nombreux passages, paraît « soft » vis-à-vis de l'environnement. Aucun impact n'est possible avec les micro-organismes du sol car l'appareil n'atteint que les feuilles. Et l'énergie consommée pour l'émission d'UV est beaucoup moins importante qu'avec un pulvérisateur. Les premières machines ont été livrées fin 2019 dans le Bordelais, la Champagne, le Val de Loire et la Bourgogne. (...)

Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** La vigne rencontre des problématiques d'ordre pathogènes difficiles à gérer.

› Thème : Acteurs metteurs en marché (y c. coop) (ACM) – 9 hypothèses

ACM 36 Les coopératives orientent les viticulteurs vers une viticulture plus respectueuse de l'environnement (y compris pour répondre aux besoins d'adaptation aux conséquences du changement climatique). **Versus** : *Les coopératives incitent les viticulteurs à produire toujours plus et ne facilitent pas particulièrement de meilleures pratiques de production.*

ACM 37 Les nouvelles régions viticoles sont viables du fait de l'installation de nombreuses entreprises en amont et en aval de la production. **Versus** : *Les nouvelles régions viticoles, où la culture de la vigne devient possible en raison du changement climatique, ne sont pas viables faute d'entreprises en amont et en aval, présentes et organisées entre elles.*

ACM 38 Des marques de vin françaises sont capables de créer de la valeur ajoutée à un niveau comparable à l'AOC et rivalisent avec la qualité perçue des châteaux. **Versus** : *Aucune marque de vin française n'est capable de créer de la valeur ajoutée à un niveau comparable à l'AOC, la France se spécialise dans une viticulture artisanale tournée vers le petit domaine ou château.*

ACM 39 La création de valeur par la marque passe d'abord par la qualité organoleptique des produits et l'innovation. **Versus** : *La création de valeur par la marque est principalement assurée par la communication et le marketing.*

ACM 42 Faute d'instance de régulation nationale, la suppression des droits de plantation permet au négoce, par l'augmentation de l'offre de raisin ou de vins, voire de matière première, qu'elle entraîne, de jouer la concurrence intra et inter-régionale et de déplacer la chaîne de valeur ajoutée à son profit. **Versus** : *La production s'organise pour que la libéralisation des plantations n'entraîne pas une concurrence effrénée arbitrée par le négoce.*

ACM 51 Une nouvelle catégorie d'acteurs, quasi-exclusivement assembleurs, utilisant des vins de diverses origines, prend une place croissante dans le monde vitivinicole **Versus** : *Les accords douaniers en vigueur ne favorisent pas l'émergence de cette catégorie des assembleurs, utilisant des vins de diverses origines, qui occupent une place marginale dans le monde viti-vinicole*

ACM 52 L'embouteillage se délocalise vers les lieux de réexportation et de consommation (ex. en Allemagne et aux Pays-Bas) : cf. Hard Discount, gains de coûts industriels, partage de la valeur ajoutée sur base du bilan carbone,... **Versus** : *L'embouteillage reste proche des zones de production auxquelles il confère un gain de valeur ajoutée.*

ACM 54 Les coopératives viticoles restent strictement liées à leur territoire d'origine, participent à son aménagement, et en tirent une légitimité sociale et sociétale. **Versus** : *Les coopératives viticoles n'ont plus de lien au territoire, se développent hors de leur région, voire à l'étranger, et deviennent un regroupement de personnes autour d'un projet en vue de construire sa valeur ajoutée sur son efficacité économique.*

ACM 350 La Valeur ajoutée des distributeurs augmente au niveau de la distribution ce qui stimule la valorisation des vins sur le marché des consommateurs. **Versus** : *la VA du vin reste captée par les acteurs de l'amont ce qui ne permet pas les investissements nécessaires au recrutement de nouveaux consommateurs et à la diffusion de signaux commerciaux et culturels sur les marchés à la consommation suffisants pour redynamiser la demande.*

Les coopératives orientent les viticulteurs vers une viticulture plus respectueuse de l'environnement (y compris pour répondre aux besoins d'adaptation aux conséquences du changement climatique).

### Extrait du site internet des Vignerons de Tutiatic

(Coopérative de la Haute Gironde)

#### S'engager pour une viticulture durable

Depuis de nombreuses années, les Vignerons de Tutiatic s'emploient à développer une viticulture toujours plus respectueuse de l'environnement tout en optimisant la performance économique des exploitations.

Cette initiative a été retenue dans le cadre du Projet CASDAR (initié par le Ministère de l'Agriculture et de l'Environnement) et a débouché sur la plantation d'un vignoble expérimental qui permet de réaliser des essais dans la préservation de la biodiversité et des ressources naturelles, et la réduction des intrants.

Dès que les nouvelles pratiques s'avèrent intéressantes sur le plan environnemental et économique, elles sont mises en place chez nos adhérents, telles que les semis d'inter-rangs et la plantation de haies aux abords des parcelles, la confusion sexuelle pour lutter contre la prolifération des tordeuses et de la vigne ou la mise en place de l'Agriculture Biologique pour une partie de nos vignerons.



### ESTANDON

COOPÉRATIVE EN PROVENCE

betlane+desseauve  
**EN MAGNUM**  
LE VIN PLUS GRAND

L'union de coopératives et caves viticoles [Estandon](#), qui a rejoint en 2019 l'association "Pour une agriculture du vivant", vient de se lancer dans un vaste projet d'agroforesterie en plantant près de 700 arbres dans les parcelles de trois de ses adhérents. Peuplier noir, frêne, érable, saule ou encore mûrier, ce sont au total vingt-huit essences d'arbres qui sont venues rejoindre les pieds de vignes lors de cette première phase de plantation (...) S'il s'inscrit dans la démarche "sol vivant" préconisée depuis plusieurs années par le responsable technique d'Estandon, Stephan Reinig (enherbement des inter-rangs, paillage des sols avec des déchets végétaux, etc.), ce projet vise également à lutter contre les aléas climatiques, notamment la sécheresse, en stockant l'eau en profondeur grâce aux racines des arbres. La coopérative est également moteur dans la création d'un groupe de travail sur le même sujet porté par le cluster Provence Rosé qui rassemble des membres de l'entreprise Racine, d'Estandon et du Cabinet d'agronomie provençale dirigé par Laurence Berlemont. La raison d'être de ce groupe est de partager les bonnes pratiques de sol vivant en Provence. Par exemple, il a été remarqué qu'un enherbement maîtrisé et bien pratiqué permet de structurer les sols, de les protéger contre le ravinement lors de fortes pluies, de ramener la vie dans le sol et de mieux conserver l'eau, surtout pendant les périodes de sécheresse.



**NOUS LES  
VIGNERONS  
DE BUZET**

#### des hommes et des femmes au service du vivant

Les Vignerons de Buzet, ce sont 160 viticulteurs et 90 salariés réunis en coopérative **pour engager tout un territoire dans une viticulture**

**novatrice au service du vivant** et vous offrir un vin toujours meilleur.

Notre cohésion fait notre force pour que **des territoires comme le nôtre se transforment massivement en des terres résilientes, vivantes, préservées et fertiles.**

L'échange avec des partenaires animés de ces mêmes valeurs est primordial pour nous.

Nous sommes membres du mouvement « Pour une Agriculture du Vivant »



**Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus**

**Versus:** Les coopératives incitent les viticulteurs à produire toujours plus et ne facilitent pas particulièrement de meilleures pratiques de production.



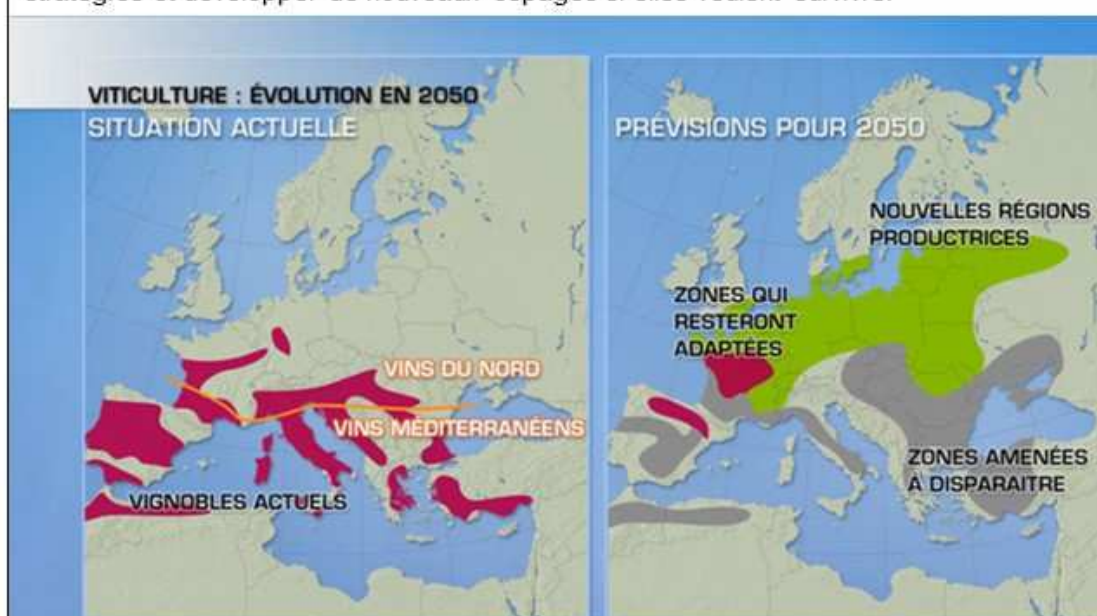
Les nouvelles régions viticoles sont viables du fait de l'installation de nombreuses entreprises en amont et en aval de la production.

## VERS UNE NOUVELLE GÉOGRAPHIE VITICOLE ?

Extrait d'un article publié le 31 janvier 2018 par Gaëlle sur le site [vinotrip.com](http://vinotrip.com)



La carte des vignobles est amenée à changer par le fait climatique, le savez-vous ? (...) En effet, ce changement climatique imposera progressivement une redistribution de la géographie viticole. Les zones nordiques sont normalement trop froides et trop humides pour la production de vignes, la limite septentrionale des vins de qualité se situant au niveau des régions françaises de Bourgogne et d'Alsace. Et pourtant, plus le climat se réchauffe, plus cette limite va se déplacer vers des régions plus au Nord, profitant ainsi à des pays aujourd'hui non producteurs. Les régions productrices vont quant à elles devoir adapter leurs stratégies et développer de nouveaux cépages si elles veulent survivre.



Des investisseurs commencent à parier sur la création de vignobles au Royaume-Uni, comme au Pays-Bas, en Pologne, en Russie ou dans le sud de la Suède, tandis que l'Australie commence à transférer ses vignobles vers la Tasmanie. Le climatologue américain Lee Hannah annonce la mort prochaine d'une partie du vignoble méditerranéen et français (Bordelais, Provence, Languedoc-Roussillon, Vallée-du-Rhône...), la réduction de la zone viticole européenne d'au moins 40%. L'impact du réchauffement climatique ne se réduira bien évidemment pas qu'aux zones européennes, la réduction des vignobles d'Argentine, du Chili, des Etats-Unis ou de l'Afrique du Sud étant aussi à prévoir. (...)

**Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus**

**Versus** Les nouvelles régions viticoles, où la culture de la vigne devient possible en raison du changement climatique, ne sont pas viables faute d'entreprises en amont et en aval, présentes et organisées entre elles.

**Des marques de vin françaises sont capables de créer de la valeur ajoutée à un niveau comparable à l'AOC et rivalisent avec la qualité perçue des châteaux.**

**Drinks International** a dévoilé sa liste très attendue des marques de vin les plus admirées au monde en 2021. Les marques ont été choisies par une académie composée des plus grands experts mondiaux du vin, y compris les acheteurs, les sommeliers, les grossistes, les propriétaires de bars, les maîtres du vin, les écrivains et les éducateurs de 48 pays différents.

Familia Torres d'Espagne a grimpé au 1<sup>er</sup> rang du classement après avoir impressionné notre académie avec la qualité et la constance de ses vins. Il a également reçu la marque de vin la plus admirée en Europe. Catena, une cave familiale de Mendoza qui a la réputation de produire certains des meilleurs Malbec au monde, a terminé 2<sup>ème</sup>, conservant sa couronne comme la marque de vin la plus admirée en Amérique du Sud. Une autre marque espagnole, Vega Sicilia, a terminé 3<sup>ème</sup>. La marque australienne Henschke s'est classée 4<sup>ème</sup>, remportant le prix régional de la marque de vin la plus admirée en Australasie. La puissance chilienne Concha y Toro est arrivée ensuite, complétant les cinq premières positions.

Les marques européennes ont figuré 29 fois sur la liste, **dont la France avec 11 marques**, l'Espagne avec huit et l'Italie avec six.

1	Spain	Familia Torres	26	Italy	Gaja
2	Argentina	Catena	27	Chile	Montes
3	Spain	Vega Sicilia	28	Chile	Cono Sur
4	Australia	Henschke	29	USA	Jackson Family Wines
5	Chile	Concha y Toro	30	New Zealand	Craggy Range
6	Australia	Penfolds	31	France	Château Margaux
7	France	Domaine de la Romanée-Conti	32	Spain	Campo Viejo
8	Spain	CVNE	33	France	Château Haut-Brion
9	Italy	Antinori	34	South Africa	Nederburg
10	Lebanon	Château Musar	35	France	Château Mouton-Rothschild
11	France	E. Guigal	36	South Africa	Bruce Jack
12	France	Château Lafite	37	Spain	Bodegas Abadal
13	Chile	Errazuriz	38	Portugal	Esporão
14	New Zealand	Felton Road	39	USA	Gallo Family Vineyards
15	New Zealand	Villa Maria	40	Italy	Sassicaia
16	Australia	Yalumba	41	France	Louis Latour
17	Italy	Planeta	42	Australia	McGuigan
18	France	Château Cheval Blanc	43	Spain	Ramón Bilbao
19	France	M. Chapoutier	44	New Zealand	Oyster Bay
20	France	Château d'Yquem	45	Hungary	Royal Tokaji
21	USA	Ridge	46	USA	Beringer
22	Portugal	Symington	47	Spain	Raventós Cordoniu
23	France	Château Petrus	48	Chile	Santa Rita
24	Italy	Frescobaldi	49	Italy	Tignanello
25	France	Château Palmer	50	Spain	La Rioja Alta

### Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** : Aucune marque de vin française n'est capable de créer de la valeur ajoutée à un niveau comparable à l'AOC, la France se spécialise dans une viticulture artisanale tournée vers le petit domaine ou château.

La création de valeur par la marque passe d'abord par la qualité organoleptique des produits et l'innovation.

Publié le 22/04/2012 sur le blog Wine'n'co <http://winenco.blogspot.fr>

## La petite leçon de marketing de Yellow Tail

(...) La marque Yellow Tail a été lancée en 2001 par les Casella, une famille d'origine sicilienne ayant immigré en Nouvelles Galles du sud (en Australie) en 1957. (...) marque « Yellow Tail » au positionnement marketing original. En effet, les vignes de la famille n'ont pas la réputation des vins de la vieille Europe et ne peuvent prétendre toucher la même cible de connaisseurs. Ainsi, il est décidé de ne pas concurrencer les vins français ou italiens sur leurs points forts, à savoir la qualité, la complexité du produit, le prestige du vignoble ou l'utilisation de termes d'œnologie. La marque Yellow Tail se présentera comme une marque « fun », facile d'accès et destinée à des nouveaux consommateurs de vin (...). Ce positionnement novateur, original et différenciant sera parfaitement décliné à travers le mix marketing et ses fameux « 4P » (price, product, promotion, place). (...) les qualités du vin de cette marque n'ont pas la prétention de rivaliser les vins hauts de gamme. Il conviendra de valoriser ses autres attributs, au premier rang desquels, l'emballage. Le packaging du produit est ainsi fait d'une étiquette aux couleurs attrayantes et facilement identifiables, avec une grille de lecture extrêmement simple pour quiconque ne connaît pas bien le vin. On peut y voir la marque Yellow Tail et le nom du cépage de la bouteille (...). Enfin on peut voir le logo de la marque, un Kangourou à la queue jaune (yellow tail) ainsi qu'une référence à l'origine australienne du vin. Le positionnement prix est en cohérence avec un vin de cette catégorie, c'est à dire à moins de 10 dollars américains. De même, la politique de « Promotion » est en cohérence avec le positionnement défini. La marque organise par exemple des concours de dégustation afin d'attirer le consommateur vers ses produits dans les grandes surfaces et permettre ainsi aux distributeurs de maximiser leur chiffre d'affaire sur une durée limitée dans le temps. Par ailleurs, l'avantage des bouteilles Yellow Tail concernant sa distribution (...) est qu'elles sont facilement identifiables parmi le flot d'étiquettes blanches en rayon. Elles peuvent aisément être rassemblées en « bloc marque », alors que les rayons des vins avaient plutôt l'habitude d'être segmentés par origine des vins, par cépages ou par ordre alphabétique... Ce mix cohérent et maîtrisé a ainsi permis à la marque australienne de vendre 1 million de bouteilles aux USA la première année de son lancement (...). Cette stratégie de Yellow Tail a été prise en exemple par Chan Kim et Renée Mauborgne (...) dans leur théorie de l'Océan bleu (...) une nouvelle façon de penser la façon de positionner son produit/ son entreprise par rapport à la concurrence. Plutôt que de rester dans "l'océan rouge", c'est à dire d'essayer de rivaliser avec la concurrence actuelle sur un espace de marché connu et de se destiner à une demande déjà existante voire mature, il convient de plonger dans l'océan bleu. Ceci consiste à créer un nouveau segment de marché qui façonnera une nouvelle demande, et sera capable de rendre la concurrence obsolète (...). Yellow Tail s'est clairement positionné sur un segment de marché inexploité, créateur de valeur et capable de désarçonner la concurrence. La marque australienne a su être innovante tout en prenant en compte les attentes actuelles des consommateurs. On peut voir ici un bel exemple de comportement novateur validé par des études consommateurs. Son succès est aussi dû à une maîtrise d'outils indispensables comme le marketing, le merchandising, la communication et à une bonne relation avec les distributeurs. Et le vin français dans tout cela ? Vous me direz que nos vins valent mieux que du vin industriel marketé de A à Z ? Je vous répondrai que la qualité de nos produits n'empêche pas une modernisation de nos techniques de vente à l'exportation (je mets de côté ici les grands crus français que l'on peut assimiler à des marques) et que je n'appelle pas à une modification des vins français sur le fond mais sur la forme. De là à proposer une étiquette de bouteilles de vin avec un coq à la queue bleue, blanche ou rouge dessus, il n'y a qu'un pas dans un océan bleu...

Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** : La création de valeur par la marque est principalement assurée par la communication et le marketing.

Faute d'instance de régulation nationale, la suppression des droits de plantation permet au négoce, par l'augmentation de l'offre de raisin ou de vins, voire de matière première, qu'elle entraîne, de jouer la concurrence intra et inter-régionale et de déplacer la chaîne de valeur ajoutée à son profit.

## Plantations de vignes. Les vigneron contre la libéralisation



Article de Morgan Bourven, publié le 25/10/2020 sur le site [www.quechoisir.org](http://www.quechoisir.org)

**Mise à jour du 27 octobre 2020** : Le Parlement européen a voté, vendredi 23 octobre, la prolongation des autorisations de plantations de vignes jusqu'en 2050. Ce vote fait suite à la décision du Conseil européen des ministres de l'Agriculture, les 19 et 20 octobre, de soutenir la prolongation du dispositif des autorisations de plantations viticoles jusqu'en 2040. Les discussions doivent maintenant se poursuivre au sein du trilogue européen (Parlement, Conseil et Commission). « *La prolongation du dispositif en vigueur depuis 2016 au-delà de 2030 semble bien engagée* », s'est félicitée la Confédération nationale des producteurs de vins et eaux-de-vie de vin à appellations d'origine contrôlée (CNAOC), dans un communiqué.

Les vigneron remontent au front pour protéger le système de régulation des plantations de vignes. Après avoir lutté, en 2009, contre la dérégulation de leur secteur, arrachant un répit de quelques années, ils s'inquiètent de la réforme en cours de la Politique agricole commune (PAC), qui prévoit de nouveau son abolition. (...)

Depuis un demi-siècle, la vigne française a grandi en fonction des besoins du marché, pour éviter la surproduction. Les autorisations de nouvelles plantations étaient délivrées au compte-goutte. Lors de la précédente révision de la PAC, en 2008, l'Union européenne avait tenté de faciliter l'accroissement des surfaces cultivées, mais la France avait tenu bon, obtenant que les droits de plantation perdurent jusqu'à 2030. Avec un compromis : il est désormais possible de créer des vignes, à hauteur de 1 % par an de la superficie du vignoble (soit 8 000 hectares environ). (...) Si la filière s'inquiète 10 ans avant l'échéance, c'est que les négociations sur la future réforme de la PAC ont déjà débuté. (...) D'autant qu'il faut convaincre les pays sans tradition viticole de l'intérêt de cet encadrement. « *On ne coûte pas cher à l'Europe, mais on a besoin d'outils pour conserver notre niveau économique et ne pas scier la branche sur laquelle on est assis* », résume Thiébault Huber, président de la Confédération des appellations et des vigneron de Bourgogne (CAVB).

### LE DANGER : UNE BAISSÉ DE QUALITÉ

La principale crainte des viticulteurs est la surproduction, avec des industriels plantant des milliers d'hectares de vignes. Cela mettrait en péril l'équilibre du secteur et de ses 85 000 exploitations, d'une taille moyenne de 10 hectares. « *Nous avons 20 000 hectares potentiels en Bourgogne et en octroyons 100 à 120 par an*, précise Thiébault Huber. *Vous imaginez l'impact d'une dérégulation ? Elle favorisera les gros et tirera la qualité vers le bas !* » Le vignoble de Cognac (78 000 hectares) pourrait, lui, voir sa superficie multipliée par huit. « *Sans limitations, on aurait un afflux de vins dans le commerce* », alerte Maxime Toubart, président du Syndicat général des vigneron de la Champagne. Or, « *il est essentiel d'avoir des vins de qualité et un débouché pour chaque bouteille produite* ».

### Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** *La production s'organise pour que la libéralisation des plantations n'entraîne pas une concurrence effrénée arbitrée par le négoce.*

Une nouvelle catégorie d'acteurs, quasi-exclusivement assembleurs, utilisant des vins de diverses origines, prend une place croissante dans le monde vitivinicole.

**La Winerie Parisienne : un assemblage inédit (en attendant les vignes)  
La jeune société qui faisait jusqu'à présent des vins « parisiens » (à partir de l'achat de vins du Bordelais et de Provence) devient, à partir de ce millésime, négociant vinificateur d'un vin à l'assemblage multi-régions.**

*Terre de Vins*

30 sept 2016 - Frédérique Hermine

Julien Bengué et Adrien Pélissié ont fait des études de commerce ensemble, ont monté un club de dégustation à l'université... et se sont perdus de vue, l'un travaillant dans l'innovation (Maddyness), l'autre faisant le tour du monde du vin, notamment en Californie, en Australie, en Afrique du Sud, à Hong Kong... « Plutôt côté Nouveau Monde pour l'ouverture d'esprit après avoir passé cinq ans au Kedge à Bordeaux » précise Adrien. De retour dans l'Hexagone, il travaille pour le concours *Réinventer Paris* sur un projet de renouveau d'un écosystème artisanal, bière, chocolat et pourquoi pas vin. Les deux compères se recroisent par hasard et se mettent à rêver à un vignoble professionnel et commercial dans les environs de Paris (les vignes actuelles sont considérées comme des espaces verts et ne peuvent s'inscrire que dans un cadre associatif). En attendant de replanter, les deux vigneron en herbe décident de trouver des partenaires pour élaborer leurs premiers vins baptisés **Grisant** : un blanc (60% sauvignon blanc, 30% sauvignon gris et 10% sémillon), un rouge (80% merlot, 20% cabernet sauvignon) à partir de vins bordelais, et un rosé (50% cinsault, 50% grenache) vinifié chez un producteur provençal.

Prochaine étape dans quelques jours avec la vinification du prochain millésime : les deux vigneron sans terre ont sélectionné des parcelles et organisé les vendanges qui seront acheminées bientôt vers la capitale dans des caquettes de 10-20 kg transportées en camions réfrigérés. Via leur œnologue et responsable technique – le troisième larron, Julien Brutis, qui a travaillé notamment à l'Angélus, Latour-Martillac et Terra Vecchia en Corse – ils ont récupéré du matériel en Champagne, en Sancerre et même à Saint-Emilion.

Ils vont rentrer en cave syrahs et grenaches de la vallée de l'Agly, en Roussillon, du tannat du Lot & Garonne, merlots et cabernets du Bordelais et cinsaults, grenaches de Provence. Tous ces raisins vont être vinifiés et élevés pendant un an en fûts de chêne (dont un tiers de fûts neufs) avant d'être assemblés. « L'idée est d'élaborer un assemblage inter régions qui n'existe pas ailleurs avec un profil aromatique gourmand, explique Adrien. Nous sommes déjà présents dans les *Repaire de Bacchus*, chez une dizaine de cavistes indépendants parisiens et dans des lieux atypiques... comme nous ».

Les vins sont vendus entre 9 et 15 € dans une belle bouteille ventrue. La première production portait sur 50 000 bouteilles (15 000 de blancs, autant de rouges et 20 000 de rosés) ; la prochaine n'est pas encore définie. Entre-temps, la Winerie Parisienne a déménagé des locaux trop étroits du 11<sup>ème</sup>, rue de Montreuil, dans un entrepôt de 1200 m<sup>2</sup> à Montreuil-sous-Bois. Mais il ne sera plus vinifié et embouteillé à Paris. « C'est le concept qui compte » assure Adrien.

### Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** : Les accords douaniers en vigueur ne favorisent pas l'émergence de cette catégorie des assembleurs, utilisant des vins de diverses origines, qui occupent une place marginale dans le monde viti-vinicole.

L'embouteillage se délocalise vers les lieux de réexportation et de consommation (ex. en Allemagne et aux Pays-Bas) : cf. Hard Discount, gains de coûts industriels, partage de la valeur ajoutée sur base du bilan carbone,...

## L'embouteillage reste dans l'aire d'appellation

Jeudi 01 juin 2017 par Marion Sepeau Ivaldi



**L'UMVIN est à nouveau déboutée. Le Conseil d'Etat a confirmé la légalité du cahier des charges des Côtes de Bergerac qui oblige, notamment, à un embouteillage dans l'aire de production.**

C'est une nouvelle victoire pour les producteurs d'AOP qui choisissent d'obliger à l'embouteillage dans l'aire d'appellation. Par un rendu datant du 22 mai, le Conseil d'Etat a rendu caduque la demande d'abrogation du cahier des charges de Côtes de Bergerac (datant de 2014) formulée par l'UMVIN. Le même jour, la plus haute juridiction a rendu un avis identique pour les Banyuls blanc et rimage et avait adopté le jugement similaire pour les vins doux naturels l'an dernier. Autant dire qu'il est désormais clair que la jurisprudence, façonnée par le jugement de la Cour européenne de justice en 2000 à propos des vins de la Rioja, est plus que validée.

### Pour faciliter les contrôles

Pour rappel, l'UMVIN a attaqué un certain nombre d'appellations qui avaient choisi de restreindre le lieu d'embouteillage à l'aire d'appellation. Le négoce juge en effet que ce choix est contraire aux règles de la concurrence. Mais, il existe trois causes qui peuvent justifier l'embouteillage dans l'aire de production : la conservation des caractéristiques organoleptiques du produit, la préservation de la réputation et la facilité des contrôles. Pour les Côtes de Bergerac, c'est cette dernière cause qui aura influencer le rendu du Conseil d'Etat. "Nous sommes très satisfaits de ce jugement. Il était important que la mise en bouteille dans l'aire de production soit reconnue comme un moyen de suivre la qualité des produits" réagit Pierre-Henri Cougnaud, directeur de la Fédération des vins de Bergerac. Ce dernier souligne également que la décision de limiter l'embouteillage à l'aire d'appellation avait été prise pour garantir la qualité et non une défiance au négoce. "D'ailleurs, en 2014, il n'y avait pas de négociants qui achetaient des Côtes de Bergerac. Aujourd'hui, non plus".

Le rendu du Conseil d'Etat abroge cependant une partie du cahier des charges des Côtes de Bergerac. Il s'agit de l'obligation d'embouteiller à la propriété. Jugé trop restrictif, ce point est donc supprimé. Cette décision ne bouscule pas la Fédération des vins de Bergerac. "Nous faisons confiance aux opérateurs" souligne Pierre-Henri Cougnaud.

Contactée, l'UMVIN n'a pas donné suite aux sollicitations de Vitisphere.

*Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus*

**Versus** : *L'embouteillage reste proche des zones de production auxquelles il confère un gain de valeur ajoutée.*

Les coopératives viticoles restent strictement liées à leur territoire d'origine, participent à son aménagement, et en tirent une légitimité sociale et sociétale.



Extrait de : « **Fusions des coopératives viticoles et ancrage territorial** » par Marie-Claude

BÉLIS-BERGOIGNAN, Professeur de sciences économiques GREThA, Université Montesquieu

Bordeaux IV, et Nathalie CORADE, Maître de conférences en économie EGERIE, École Nationale des Ingénieurs des Travaux Agricoles de

Bordeaux, publié dans la **Revue d'Économie Régionale & Urbaine 2008/1 (mars)** et consultable sur le site internet **www.cairn.info**



#### L'ancrage territorial, facteur de lock-in spatial

(...), la structure coopérative en elle-même limite les stratégies de croissance. La circonscription territoriale qui définit l'aire territoriale sur laquelle la coopérative peut puiser ses ressources (surfaces) limite la capacité d'extension de la surface viticole et ce, à partir de deux phénomènes : celui de la non-élasticité des surfaces sur un territoire donné, celui de la concurrence sur une même aire territoriale de plusieurs coopératives. En effet, dans les zones à forte présence de l'activité viticole, ce qui est le cas en Gironde par exemple, il n'est pas rare qu'un même espace soit partagé par plusieurs coopératives. De surcroît, elles ont souvent à faire face à la concurrence de caves particulières quand il ne s'agit pas de grands châteaux à la notoriété bien affirmée. Se surajoutent les risques classiques, encourus par les coopératives, de départ de coopérateurs tentés par l'aventure individuelle jugée souvent, plus valorisante et valorisable.

Ainsi, la faiblesse voire l'absence de capacité à accroître leurs rendements ou leurs surfaces, à augmenter le nombre des adhérents, à développer la production sont autant de limites à la mise en œuvre de stratégies de croissance. Pour les coopératives étudiées, elles ont pour la plupart enregistré, avant la fusion, des déperditions notables de leurs adhérents (allant parfois jusqu'à 20 %) dans un contexte de quasi-stagnation de leurs surfaces viticoles et de leur production en volume. La réduction du nombre des adhérents, à la fois conséquence des difficultés rencontrées et tentative de les dépasser par l'amaigrissement de la structure productive, a révélé leurs insuffisances dans le nouveau contexte de la demande.

Ces coopératives ont donc connu le sort, classique, des activités agricoles en général et des activités de terroir en particulier, de liaisons à la terre et à une origine géographique pénalisantes. Dès lors, leur ancrage territorial s'est mué en un enfermement, proche d'un authentique lock-in spatial (RALLET et TORRE, 2004). Avec BOSCHMA (2005), on notera que ce lock-in spatial est aussi cognitif, puisque l'accès à de nouveaux marchés suppose des compétences et aptitudes inédites, et organisationnel, puisque son dépassement suppose aussi la transformation de l'organisation coopérative.

Néanmoins, cette situation n'est pas apparue comme irrémédiable, les fusions apparaissant comme susceptibles d'aider à la surmonter. Les entretiens conduits auprès des dirigeants de structures issues de ces fusions ont corroboré l'idée que ces dernières constituent, en premier lieu, le moyen de déverrouiller, tout au moins partiellement, le lock-in spatial. Notamment, parce qu'elles peuvent permettre d'élargir l'échelle des réseaux partenariaux, qu'il s'agisse des réseaux de clientèle et de distribution, ou des réseaux de fournisseurs.

#### Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** : Les coopératives viticoles n'ont plus de lien au territoire, se développent hors de leur région, voire à l'étranger, et deviennent un regroupement de personnes autour d'un projet en vue de construire sa valeur ajoutée sur son efficacité économique..

La valeur ajoutée des distributeurs augmente au niveau de la distribution ce qui stimule la valorisation des vins sur le marché des consommateurs.

Article d'Alexandre Abellan publié le 06/08/2019 sur le site [www.vitisphere.com](http://www.vitisphere.com)



Vitisphere

## "Il n'y a pas un viticulteur pour venir demander un transfert de valeur ajoutée"

**Pour illustrer auprès des parlementaires son idée de la valorisation au sein du circuit de commercialisation, le président des centres E. Leclerc a pris en exemple les évolutions de la filière viticole en bonne intelligence avec la grande distribution.**

Se posant en « mouton noir » des parlementaires et du gouvernement, Michel-Édouard Leclerc, le président de l'Association des Centres Distributeurs Édouard Leclerc (Acedelec), a défendu sa vision de la valorisation de l'agriculture française pendant trois heures, ce 24 juillet, devant la commission d'enquête de l'Assemblée Nationale sur « *la situation et les pratiques de la grande distribution et de leurs groupements dans leurs relations commerciales avec les fournisseurs* ».

En appelant à ses souvenirs d'adolescence, quand des viticulteurs languedociens incendiaient des chais pour sanctionner de trop faibles cours, le distributeur estime que les opérateurs de la filière vin « *se sont pris en main ; ils ont arraché les mauvaises vignes, fait de la qualité, travaillé les AOC et développé des labels.* » Certes, « *tous ne sont pas Crésus, mais il n'y a pas un viticulteur pour venir demander aux distributeurs, même à l'occasion des foires au vin, de faire un transfert de valeur ajoutée de l'aval vers l'amont. Nous travaillons bien ensemble, parce que chacun a pris sa part dans le processus de création de valeur. Le rôle du distributeur est précisément de promouvoir le travail de l'agriculteur sur la valeur* » martèle Michel-Édouard Leclerc, semblant n'avoir convaincu que modérément les parlementaires un an après les États Généraux de l'Alimentation.

### "Création de valeur"

« *Ce genre d'exercice est, je l'avoue, futile et contre-productif. On peut se tacler mutuellement le temps d'une audition, mais au final il faudra bien que tout ce petit monde (industriels, distributeurs, paysans) se retrouve dès le lendemain pour collaborer* » souligne Michel-Édouard Leclerc sur son blog. Regrettant que « *la fonction commerciale, aux yeux de nombreux représentants de la nation, n'est que parasitaire, et ne participe pas du processus de création de valeur* », le distributeur estime que « *chacun doit prendre ses responsabilités* ».

### Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** : La VA du vin reste captée par les acteurs de l'amont ce qui ne permet pas les investissements nécessaires au recrutement de nouveaux consommateurs et à la diffusion de signaux commerciaux et culturels sur les marchés à la consommation suffisants pour redynamiser la demande.



› Thème : Acteurs production (ACP) – 5 hypothèses

ACP 67 Pour les vigneron, l'activité viticole demeure la plus rentable des activités. **Versus :** *Certaines activités non viticoles - agricoles ou non – deviennent significativement plus rentables que l'activité viticole pour les vigneron*

ACP 70+75 De nombreux petits ateliers viticoles se maintiennent en France **Versus :** *Le mouvement de concentration spécialisation des exploitations viticoles s'accélère.*

Commentaire recto : les petits ateliers viticoles peuvent être isolés ou faire partie d'une exploitation diversifiée.

Commentaire verso : les exploitations viticoles spécialisées récupèrent les parcelles ou les droits de plantation des petits ateliers qui disparaissent.

ACP 73 Les adhérents des coopératives acceptent des contraintes pour atteindre des objectifs de produits spécifiques (qualité raisins, mode de culture HVE par exemple, ...)

**Versus :** *Les adhérents des coopératives n'acceptent pas de contraintes et renoncent à produire des produits spécifiques.*

ACP 77 Le modèle "exploitation familiale" perdure. **Versus :** *Le modèle "exploitation familiale" recule.*

Commentaire : dans une exploitation familiale, l'exploitant est propriétaire des moyens de production ou titulaire du fermage

ACP 354 Les intérêts de la pépinière et de la filière viticole française convergent du fait d'une coordination nationale. **Versus :** *Les intérêts de la filière vins française ne n'orientent pas la stratégie de la filière des bois et plants.*

Pour les vignerons, l'activité viticole demeure la plus rentable des activités.

Article publié le mercredi 28 janvier 2015 sur le site [www.intervignes.com](http://www.intervignes.com)

## La viticulture, un secteur d'activité qui serait très rentable... ?



Surprise : le secteur « culture de la vigne » apparaît dans le « top ten » d'un classement portant sur la rentabilité par secteur d'activités. Publié par le « Journal du Net », ce classement répertorie les 25 secteurs d'activité français qui ont enregistré un taux de rentabilité nette supérieur à 5% en 2013, à partir des données collectées par « BVDInfo », une société spécialisée dans le marketing informationnel et financier.

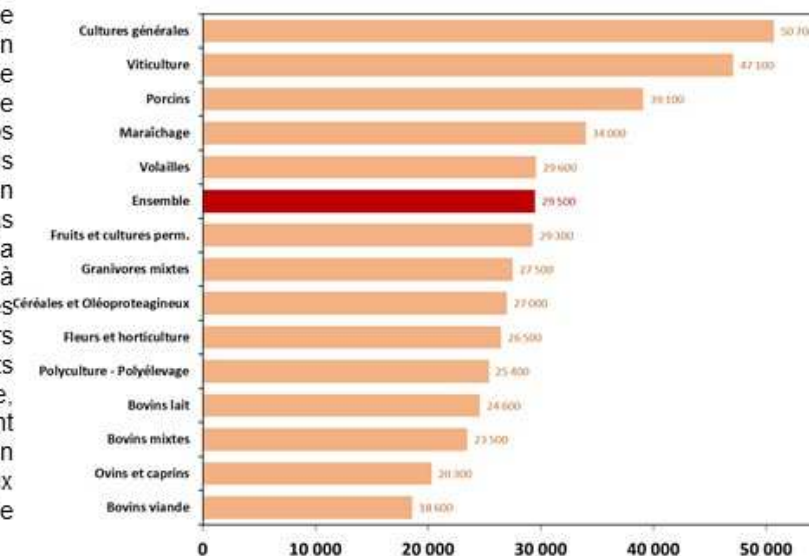
Le secteur "culture de la vigne" ressort à la neuvième place sur 142, avec un taux de rentabilité moyen de 10,8% pour l'année 2013. Cet indicateur étant obtenu en divisant le résultat net moyen, soit 119.000€, par le chiffre d'affaires moyen, établi à 1.103.000 €. La viticulture se placerait ainsi derrière la "location de terrains et autres biens immobiliers", "l'assurance" ou encore "le commerce de détail d'appareils électroménagers".

Ces chiffres sont issus d'un échantillon de 1.171 entreprises du secteur, dont le code « Naf » Insee est « 01.21Z ». Une activité qui correspond à « la production de raisins de cuve et de raisins de table dans des vignobles » et qui ne comprend donc pas la production de vins.

Ont par ailleurs été exclus de l'étude les secteurs d'activité "des sièges sociaux" et des "holdings".

La dispersion des revenus par agriculteur est très grande au sein de l'agriculture française. En effet, le RCAI par unité de travail agricole non salariée s'échelonne de 69 500 euros par an pour les 10 % les plus élevés, à 8 400 euros par an pour les 10 % les plus bas (en moyenne sur dix ans), la valeur moyenne se situant à 29 500 euros par an. Les exploitations orientées vers les productions de ruminants (viande bovine, viande ovine, production laitière) dégagent des revenus qui sont, en moyenne, inférieurs à ceux des unités viticoles ou de grandes cultures.

### Revenus par agriculteurs



RCAI moyen par an et par Unité de travail non salariée (UTA) (en euros constants 2019), calculé sur dix ans (2010-2019).  
Sources : SSP - Réseau d'Information Comptable Agricole France / Traitement : INRAE, UMR SMART-LERECO

### Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

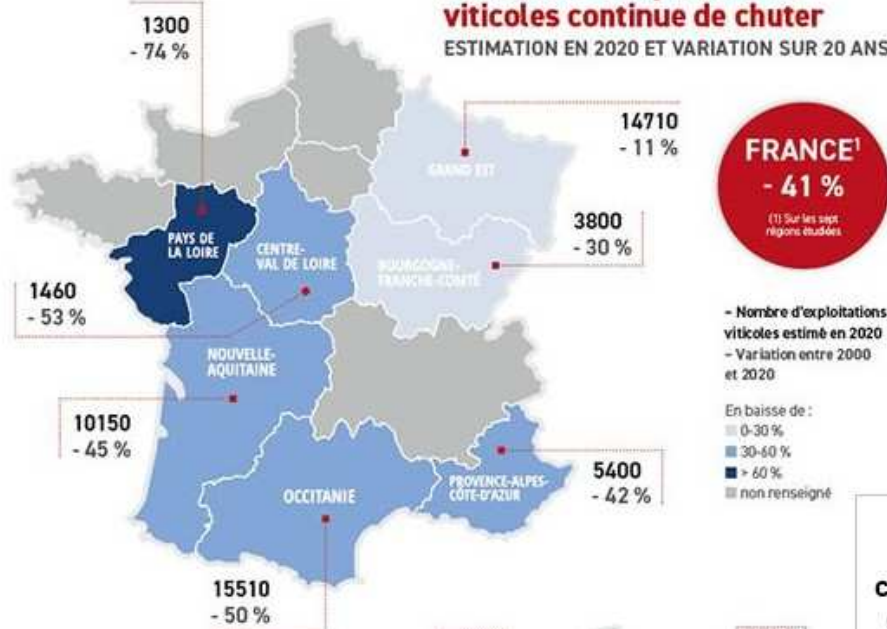
**Versus** : Certaines activités non viticoles - agricoles ou non – deviennent significativement plus rentables que l'activité viticole pour les vignerons.

De nombreux petits ateliers viticoles se maintiennent en France.

Commentaire recto : Les petits ateliers viticoles peuvent être isolés ou faire partie d'une exploitation diversifiée.

**Le nombre d'exploitations viticoles continue de chuter**

ESTIMATION EN 2020 ET VARIATION SUR 20 ANS



**FRANCE<sup>1</sup>**  
- 41 %  
(1) Sur les sept régions étudiées

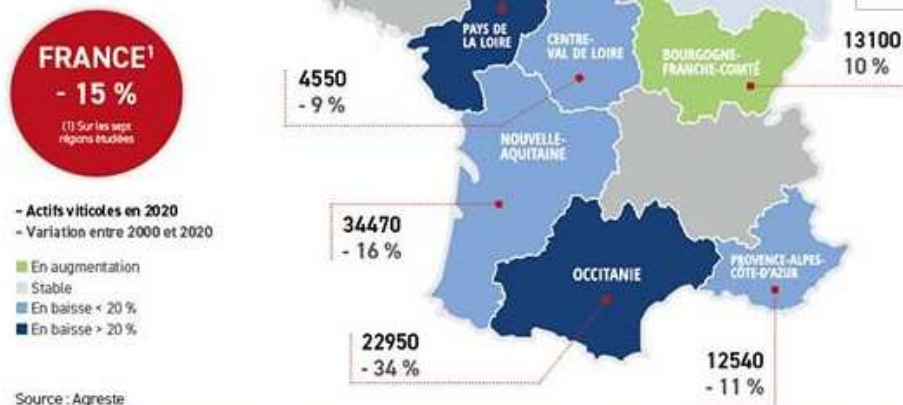
- Nombre d'exploitations viticoles estimé en 2020  
- Variation entre 2000 et 2020

En baisse de :  
 ■ 0-30 %  
 ■ 30-60 %  
 ■ > 60 %  
 ■ non renseigné

Extrait de l'article  
**« La France continue de perdre des exploitations viticoles »** par Séverine Favre  
 publié le 30/08/2021 sur le site [www.mon-viti.com](http://www.mon-viti.com)

**Les actifs viticoles moins nombreux**

ESTIMATION EN 2020 ET VARIATION SUR 20 ANS



**FRANCE<sup>1</sup>**  
- 15 %  
(1) Sur les sept régions étudiées

- Actifs viticoles en 2020  
- Variations entre 2000 et 2020

■ En augmentation  
 ■ Stable  
 ■ En baisse < 20 %  
 ■ En baisse > 20 %

Source : Agreste

**Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus**

**Versus** : Le mouvement de concentration spécialisation des exploitations viticoles s'accélère.

Commentaire verso : Les exploitations viticoles spécialisées récupèrent les parcelles ou les droits de plantation des petits ateliers qui disparaissent.

Les adhérents des coopératives acceptent des contraintes pour atteindre des objectifs de produits spécifiques (qualité raisins, mode de culture HVE par exemple, ...).



## Les coops à fond dans la HVE

Les Vignerons Coopérateurs décernent leurs trophées de l'engagement aux cinq premières coopératives ayant 90 % de leur surface soit en HVE, soit en bio.

Par [Bertrand Collard](#) Le 07 janvier 2020

C'est parti pour la haute valeur environnementale et le bio en coop. Ce 7 janvier, les Vignerons coopérateurs (ex-CCVF) remettront leurs cinq premiers trophées aux cinq premières coopératives ayant 90 % de leur surface en bio ou en HVE. Les lauréats sont la cave de Ribeauvillé et l'Union Alliance en Alsace, les Vignerons de Correns et les Caves du commandeur dans le Var et la Cave coopérative l'Avenir dans l'Aude. Correns est en bio ; les quatre autres en HVE.

### Engagement respecté

Par cette initiative, les Vignerons coopérateurs veulent montrer qu'ils mettent en œuvre l'engagement qu'ils ont pris devant le ministre de l'Agriculture lors de leur congrès fin juin de faire en sorte que 50 % des coopératives soit certifiées HVE ou bio d'ici cinq ans. Le président des Vignerons coopérateurs assure que l'engouement pour la HVE est très vif chez les coopérateurs. « *Des milliers d'exploitations sont engagées. L'an prochain à la même date, nous aurons plus d'une centaine de coopératives ayant plus de 90 % de leurs surfaces certifiées. Les coopérateurs ont déjà fait beaucoup de progrès. Souvent, il suffit de mettre les bonnes informations dans les bons logiciels pour obtenir la certification.* »

### 5 €/hl

Interrogé sur le coût et les bénéfices de cette certification, Boris Calmette a répondu : « *en Occitanie, nous évaluons le coût à 3 €/hl. En début de campagne, nous avons souhaité obtenir 5 €/hl de plus pour un vin certifié HVE. Pour l'instant, nous les tenons sur les IGP Pays d'Oc. Il est légitime de récupérer le bénéfice de nos efforts.* ». Qu'en sera-t-il lorsque la HVE se généralisera ? Boris Calmette ne se fait pas trop d'illusion : « *ce sera une condition d'accès au marché* », répond-il.

Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** : Les adhérents des coopératives n'acceptent pas de contraintes et renoncent à produire des produits spécifiques.

Le modèle "exploitation familiale" perdure.

## Le modèle d'exploitation familiale menacé par la fiscalité

Lundi 16 septembre 2019 par Juliette Cassagnes



**Les outils fiscaux pour aider à la transmission des exploitations viticoles ne répondent plus aux enjeux actuels. Olivier Augeraud, expert-comptable associé du groupe BSF, membre d'AGIRAGRI, nous explique pourquoi.**

### **Vitisphere : Pourquoi cette thématique de la fiscalité de la transmission des exploitations agricoles est-elle actuellement au cœur de l'actualité ?**

**Olivier Augeraud** : Parce que (...) l'impossibilité de plus en plus fréquente de financer la transmission du foncier dans un cadre familial est une réalité que le législateur ne peut plus éluder ! Les vigneronns qui veulent transmettre à un membre de leur famille n'ont souvent d'autre choix que de vendre car la transmission est devenue trop coûteuse. L'inflation de la valeur vénale des terres dans certaines régions conduit à une situation totalement déconnectée de la capacité financière de l'entreprise viticole qui doit financer une transmission tous les 25 à 30 ans ! Si le législateur ne change rien, le modèle d'exploitation familiale tel qu'on le connaît est réellement menacé. Leur décroissance est d'ailleurs déjà commencée ; elle s'accélère dans tous les vignobles. La chronologie est de plus défavorable : la génération des baby-boomers arrive à la retraite ; les départs vont s'accélérer dans les années à venir. Perdre ces modèles familiaux, c'est perdre tout un savoir-faire, une diversité de production, des acteurs importants de l'économie locale générateurs d'emplois, en bref, l'équilibre des territoires. (...)

### **Vitisphere: Comment en est-on arrivé là ?**

Les valeurs vénales des terres ont flambé et ont atteint des niveaux totalement déconnectés de leur rentabilité. C'est d'abord le fait d'investisseurs « extérieurs » qui ont des stratégies patrimoniales de placement. La pression foncière, parfois très forte près des villes, en est également responsable. Dans le même temps les propriétés se sont agrandies en s'endettant pour atteindre une taille critique sur un marché aujourd'hui mondial. Les dispositifs fiscaux d'aide à la transmission adoptés par le passé n'ont pas évolué au rythme des besoins et ne suffisent plus aujourd'hui ; la fiscalité doit orienter l'économie. Nous sommes réellement à un tournant.

### **Vitisphere: Que faudrait-il alors ?**

Pour permettre aux familles de rester sur leur exploitation, il faut, en s'inspirant de certains partenaires européens, exonérer de droits de mutation à titre gratuit et sous conditions, les transmissions du foncier affecté durablement à l'exploitation familiale. Si le foncier est vendu à une personne extérieure ou si les engagements sont non tenus, alors oui, des droits de mutation devraient être rappelés avec intérêt de retard. Cette exonération doit viser tous les cas de détention du foncier, qu'il soit inscrit à l'actif de la structure qui exploite ou loué avec baux à long terme ou via un GFA. Il ne s'agit pas de faire un cadeau aux viticulteurs mais simplement de les laisser transmettre leur entreprise ! L'Etat doit de toute urgence mettre en place une réelle stratégie nationale de conservation du foncier... et de ceux qui le travaillent encore. C'est un enjeu stratégique pour la France.

### **Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus**

**Versus** : *Le modèle "exploitation familiale" recule.*

*Commentaire* : *dans une exploitation familiale, l'exploitant est propriétaire des moyens de production ou titulaire du fermage.*

Les intérêts de la pépinière et de la filière viticole française convergent du fait d'une coordination nationale.

Article publié le 09/11/2017 sur le site [www.mon-viti.com](http://www.mon-viti.com)

### La pépinière viticole française dévoile la création d'une marque collective du matériel végétal français



La pépinière viticole française a tenu son 15e congrès annuel les 24, 25 et 26 octobre 2017 à Carcassonne. Lors de ce congrès, tous les présidents des Syndicats régionaux de la pépinière se sont notamment engagés dans **la création d'une marque collective**.

La pépinière viticole française est une des rares productions avec certification sous contrôle d'État via FranceAgriMer. Le respect de la réglementation en vigueur assure d'ores et déjà une traçabilité et une qualité sanitaire des plants de niveau élevé. Cependant, Pierre-Denis Tourette, secrétaire général de la FFPV, explique : « *Nous devons aller au-delà avec un modèle audacieux et visionnaire basé sous certification privée.* »

Ainsi, en juin 2017, le conseil d'administration de la FFPV a voté à 96 % (à bulletin secret) la création d'une marque collective basée sous 3 critères :

1. une sélection française ;
2. des vignes mères de greffons et vignes mères de porte-greffes cultivées en France ;
3. des greffages, pépinières plein champ et cultures hors sol produits en France.

Le tout sera défini par un cahier des charges en cours d'élaboration par la profession, en concertation avec le CNIV. L'objectif est de lancer cette marque en 2018 avec la production des premiers plants certifiés en 2019 - 2020.

#### Les objectifs de cette marque

Les buts annoncés de cette marque collective sont nombreux :

- Renforcer les atouts génétiques et sanitaires en complément de la marque ENTAV-INRA®, socle sanitaire du cahier des charges.
- Valoriser l'engagement sanitaire de la pépinière française.
- Renforcer la traçabilité.
- Sécuriser la viticulture en garantissant les process de production.
- Accroître la prospection des vignes mères et des pépinières à l'encontre des maladies connues et émergentes.
- Valoriser le plant de vigne français, mondialement reconnu.

Pierre-Denis Tourette précise : « *Cette marque sera assortie d'une certification délivrée par un organisme privé indépendant pour asseoir toute crédibilité. C'est le volontariat qui fera la force de cette marque. Elle permettra de rendre la filière pépinière plus pro active vis-à-vis des problèmes sanitaires et de valoriser les efforts consentis par cette profession.* »

Pour Jean-Marie Barillère, Président du CNIV : « *Cette marque sera une réponse aux problématiques sanitaires croissantes qui deviennent préoccupantes, avec l'extension de la flavescence dorée et la disparité constatée dans la mise en œuvre des contrôles en Europe.* »

#### Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** Les intérêts de la filière vins française ne n'orientent pas la stratégie de la filière des bois et plants.

› Thème : Alcool, drogue, santé (ADS) – 5 hypothèses

ADS 80 Le consommateur mondial perçoit le vin comme un facteur positif de santé et avec une image culturelle de produit territorialisé et de vecteur d'apprentissage du goût et de la qualité de la vie. **Versus** : *Le vin est perçu par le consommateur comme un produit alimentaire défini par son état final et potentiellement dangereux pour la santé, voire comme une drogue.*

ADS 82 Davantage soucieux de leur santé et de leur ligne, de plus en plus de français optent pour la sobriété, ce qui pousse la filière à s'adapter avec des vins à faible teneur en alcool, de nouveaux produits de qualité offrant "le goût de l'alcool mais sans alcool",... qui sont achetés par les consommateurs français. **Versus** : *Les vins désalcoolisés ne connaissent pas, ou peu, de succès auprès des consommateurs français.*

ADS 83+88 Les autorités de santé publique de la plupart des pays se rallient au concept de modération. **Versus** : *La tolérance 0 mise en avant par les autorités de santé publique s'impose.*  
Commentaire recto : Les aspects négatifs de la consommation (alcool, cancer, pesticides,...) s'effacent devant les aspects positifs (polyphénols, hédonisme, culture gastronomique,...)

ADS 89 La consommation française de vin se stabilise. **Versus** : *La consommation française de vin poursuit sa diminution.*

Commentaire : toutes causes santé, bien-être, mode de vie, ...

ADS 92 La filière V&V accompagne la demande sociétale concernant la diminution des intrants (avec des garanties de teneurs maximales en résidus par exemple, ou en s'engageant volontairement dans la HVE). **Versus** : *Défensive et non proactive, la filière V&V subit la demande sociétale concernant la diminution des intrants (et ne souhaite pas garantir des garanties de teneurs maximales en résidus par exemple, ou traîne des pieds pour s'engager dans la HVE).*

Le consommateur mondial perçoit le vin comme un facteur positif de santé et avec une image culturelle de produit territorialisé et de vecteur d'apprentissage du goût et de la qualité de la vie.

FONDATION  
POUR LA CULTURE  
ET LES CIVILISATIONS DU VIN

#### Extrait du site internet

<http://fondation.laciteduvin.com/fr/la-fondation-pour-la-culture-les-civilisations-du-vin>

### **Le vin, patrimoine culturel, universel et vivant**

Au cœur de la vie des hommes depuis des millénaires, la vigne et le vin ont sculpté nos terres, investi nos traditions, influé sur nos pratiques sociales et envahi nos imaginaires. Langage universel, le vin traverse les frontières, les siècles, les croyances... Symbole d'accueil et de partage, source de convivialité et de plaisir, le vin a inspiré les arts de la table des civilisations anciennes et contemporaines. Il fait partie intégrante du repas gastronomique des Français, inscrit au patrimoine culturel immatériel de l'humanité par l'Unesco depuis 2010.

### **Le vin a façonné les paysages, l'art de vivre, le savoir et l'identité même du peuple français.**

Mais le vin ne saurait se limiter à cette unique pratique sociale. Porteur de valeurs, de connaissances et de civilisations, il dépasse largement le contexte du repas gastronomique. En particulier, le vin a façonné les paysages, l'art de vivre, le savoir et l'identité même du peuple français. En reconnaissance de son empreinte si particulière, la France a officiellement intégré le vin dans son patrimoine culturel, gastronomique et paysager par la publication de la loi n° 2014-1170 du 13 octobre 2014 d'avenir pour l'agriculture, l'alimentation et la forêt.

### **Défendre, sauvegarder, valoriser et transmettre cet inestimable patrimoine**

C'est pour protéger, promouvoir et partager les innombrables facettes culturelles, historiques et symboliques du vin qu'a été créée la Fondation pour la culture et les civilisations du vin. Elle a pour objet la défense, la valorisation et la transmission de la dimension culturelle et intellectuelle du vin. La Fondation s'attache à rendre accessible ce patrimoine universel et vivant au plus grand nombre d'entre vous en offrant un regard renouvelé et innovant. Sa volonté est ainsi de sauvegarder l'héritage du vin, d'exposer et de valoriser son influence sur les sociétés passées et d'aujourd'hui. La Fondation se charge également du dialogue avec les communautés artistique et scientifique dans la perspective d'animer et d'entretenir les liens entre vin et culture.

### **La défense, la valorisation et la transmission de la dimension culturelle et intellectuelle du vin.**

Pour nourrir sa vision globale et orienter ses actions, elle puise dans le savoir, l'expertise et l'expérience d'individus venant d'horizons différents mais dont le regard est tourné vers un échange incessant entre le vin et l'homme : le Comité d'orientation culturelle. Forte de ces missions essentielles, la Fondation pour la culture et les civilisations du vin a été reconnue d'utilité publique le 11 décembre 2014.

### **La Fondation & La Cité du Vin**

Pour mener à bien ses missions, la Ville de Bordeaux, maître d'ouvrage et propriétaire du bâtiment de La Cité du Vin, a mis ce dernier à disposition de la Fondation pour la culture et les civilisations du vin pour une période de 12 ans, jusqu'en 2028. La Fondation est ainsi en charge de l'exploitation et du développement de ce premier site culturel au monde dédié à la découverte des dimensions patrimoniales du vin.

Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** : *Le vin est perçu par le consommateur comme un produit alimentaire défini par son état final et potentiellement dangereux pour la santé, voire comme une drogue.*



D'avantage soucieux de leur santé et de leur ligne, de plus en plus de français optent pour la sobriété, ce qui pousse la filière à s'adapter avec des vins à faible teneur en alcool, de nouveaux produits de qualité offrant "le goût de l'alcool mais sans alcool",... qui sont achetés par les consommateurs français.

## Le « vin » sans alcool, un goût qui se cherche pour un secteur en devenir

Le Monde.fr

Par Rémi Barroux Publié le 31 mai 2021

**Les breuvages sans alcool ou faiblement alcoolisés attirent une nouvelle clientèle de plus en plus attentive à son bien-être et à sa santé. Encore confidentiel, ce marché prometteur est alimenté par des boissons sans cesse améliorées.**

« Plus léger », « plus frais », « plus responsable », voire « moins nocif ». Les boissons sans alcool à base de vin – attention, on ne peut dire ou écrire « vin sans alcool », car un vin doit en contenir au minimum 8,5 % –, et les vins moins alcoolisés – ça, on peut le dire – ne manquent pas d'attraits. De là à les préférer aux classiques flacons ? Encore faut-il qu'ils soient bons.

Difficile, aujourd'hui, de quantifier ce que représente le secteur des « vins » zéro degré ou faiblement alcoolisés. Les statistiques du monde viticole ne distinguent pas cette catégorie. Mais, assure Mathilde Boulachin, à la tête des Domaines Pierre Chavin, à Béziers (Hérault), précurseurs de ces boissons – dix ans d'histoire dans ce secteur –, la progression est réelle. « Leur part dans notre chiffre d'affaires est passée de 20 % en 2019 à 30 % l'année suivante », avance la cofondatrice de la marque, qui en produit 1,5 million de bouteilles chaque année, sur un total de 5 millions, et exporte 80 % de ces boissons peu ou pas alcoolisées. Plusieurs gammes sont proposées, souvent dans les trois couleurs et en bulles : Ôpia (bio, 0 degré), vendue exclusivement chez Monoprix, Pierre Zéro ou encore Le Petit Chavin. La marque Nicolas, avec près de 500 cavistes en France, se convertit petit à petit, même si, explique son directeur marketing, Christopher Hermelin, « la vente reste anecdotique », tout en évoquant « un marché en devenir ». « Il y a un concours de circonstances avec le Covid-19, un besoin de bien-être, d'authenticité. » Et les vins à faible teneur en alcool semblent entrer dans cette catégorie.

Nicolas a lancé, fin 2020, une gamme « sans » qui joue sur ces convergences : sans sulfite, sans pesticide, sans alcool. Quelque 340 produits (sur 3 600 références au total), tous types de boissons confondues, parmi lesquelles les sans alcool ne seraient que quelques unités. Pas de quoi décourager les explorateurs de cette nouvelle planète, comme Sébastien Thomas, cofondateur de la marque Moderato, lancée le 1er septembre 2020.

« Les vins sont de plus en plus forts, et les apéros prennent de plus en plus de place. Or, l'envie de boire moins alcoolisé progresse, les modes de vie évoluent avec une plus grande attention à ce que l'on consomme », explique ce quadragénaire issu d'une famille de viticulteurs de la région de Cognac (Charente).

( ... )

Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** Les vins désalcoolisés ne connaissent pas, ou peu, de succès auprès des consommateurs français.

Les autorités de santé publique de la plupart des pays se rallient au concept de modération.

Extrait d'un article de Laure Ducos publié le 21/10/2021 sur le site [www.midilibre.fr](http://www.midilibre.fr)

**Midi Libre**

## Interdiction totale de l'alcool au volant : l'Europe veut durcir les mesures pour atteindre une tolérance zéro

**Le Parlement européen a souligné que l'alcool était en cause dans 25 % des décès sur la route. Il préconise d'autres mesures strictes pour atteindre ses objectifs en matière de sécurité routière.**

Le 6 octobre dernier, **le Parlement européen a adopté à une large majorité des mesures en matière de sécurité routière** : limitation de vitesse, interdiction totale de l'alcool au volant, le téléphone portable...

La résolution sur la sécurité routière a été adoptée par 615 voix pour, 24 contre et 48 abstentions. Les députés ont rappelé qu'environ **22 700 personnes meurent** sur les routes de l'Union européenne et qu'environ **120 000 sont grièvement blessées chaque année**.

Les objectifs de l'Union européenne en termes de taux de mortalité sur les routes n'ont pas été atteints. Le nombre de morts n'a baissé que de 36 % entre 2010 et 2020 contre les 50 % prévus. Et **l'objectif de zéro mort en 2050** ne pourra pas être atteint si rien n'est fait.

Les députés lancent ainsi un appel à la mobilisation et à l'harmonisation dans les 27 pays membres.

### L'alcool proscrit au volant

Selon l'étude de la Commission, **l'alcool serait en cause dans environ 25 % des accidents mortels et 15 % pour la drogue**.

Le Parlement européen invite la Commission européenne à introduire une **tolérance zéro** en termes d'alcool et de drogue au volant et ainsi de l'harmoniser à tous les pays de l'Union.

On ne pourra peut-être bientôt plus boire un seul verre avant de conduire.  
(...)

### Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** *La tolérance 0 mise en avant par les autorités de santé publique s'impose.*

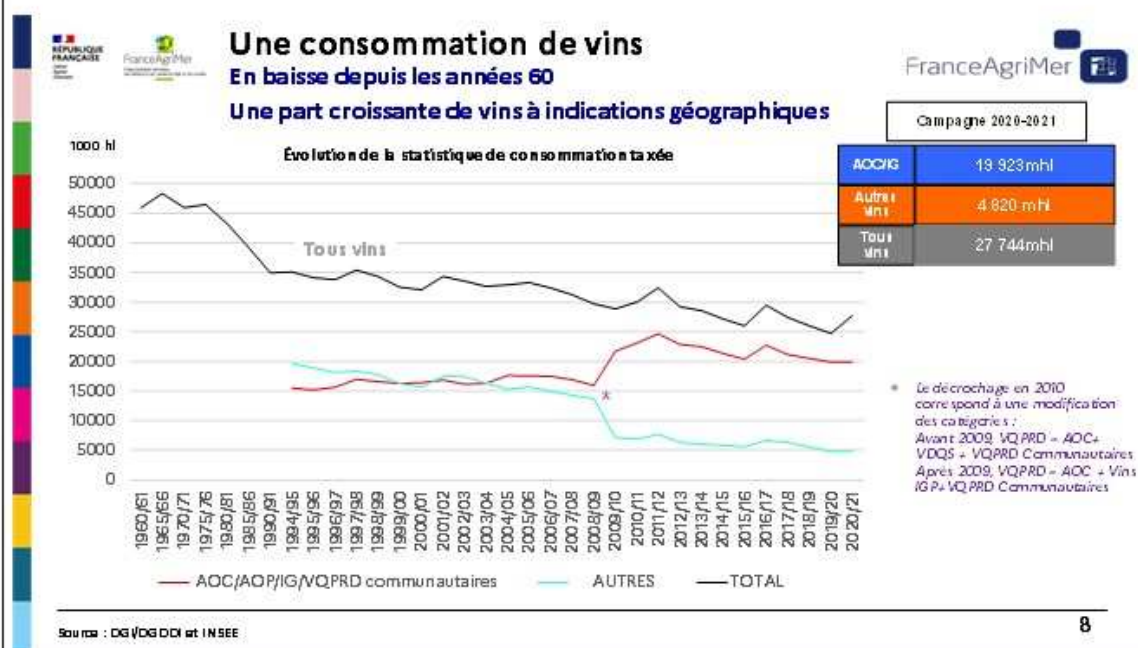
*Commentaire recto : Les aspects négatifs de la consommation (alcool, cancer, pesticides,...) s'effacent devant les aspects positifs (polyphénols, hédonisme, culture gastronomique,...).*

La consommation française de vin se stabilise.

Source : FranceAgriMer

L'indicateur utilisé pour approcher la consommation des Français est le volume taxé au titre des accises lorsque le vin est conditionné pour être mis à la consommation. Une partie de ces vins sont achetés par des étrangers qui le ramènent pour le consommer dans leur pays surtout quand le différentiel de taxes stimule ce flux : vignobles frontalier comme la Champagne ou l'Alsace, ventes dans les hyper marché et cash and carry de Calais, à la sortie du tunnel sous la Manche. La consommation des touristes en France est également affectée aux français mais leur consommation quand ils se rendent à l'étranger n'est pas connue. En tendance, les évolutions de cette statistique sont représentatives de celles de la consommation des Français.

Ici, nous pouvons voir que la consommation française est en baisse, elle atteint 58,2 litres /an/habitant pour 2008/2009, des volumes taxés, contre 48% 10 ans auparavant.



### Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** La consommation française de vin poursuit sa diminution.

Commentaire : toutes causes santé, bien-être, mode de vie, ...

La filière V&V accompagne la demande sociétale concernant la diminution des intrants (avec des garanties de teneurs maximales en résidus par exemple, ou en s'engageant volontairement dans la HVE).

Extrait de l'article d'Alexandre Abellan publié le 23 mai 2019 sur le site [www.vitisphere.com](http://www.vitisphere.com)

## Filière vin et ministre de l'Agriculture au diapason de la réduction phyto



### Rappel des engagements environnementaux pris par la filière vin en janvier 2018

« Nous souhaitons favoriser un environnement de travail préservant davantage la santé et la sécurité des travailleurs, salariés ou employeurs à la vigne et dans les caves. Nous voulons limiter l'exposition aux produits phytosanitaires avec comme engagement principal de ne plus utiliser d'ici à 5 ans des produits nécessitant le port d'équipement de protection individuelle après les délais de réentrée (EPI).

Nous demandons que les Autorités Françaises ne renouvellent pas les Autorisations de Mise sur le Marché de ces produits [...]

Nous visons à terme la sortie des produits phytosanitaires, sous réserve de trouver des voies alternatives fiables nous garantissant le maintien d'une production de qualité équivalente au niveau actuel.

La route que nous traçons pour les 5 ans à venir est la suivante :

- Dans chaque région viticole, promouvoir, faciliter la certification des entreprises vitivinicoles, quelle soit HVE, Bio ou autres, avec un objectif de 50 % des exploitations certifiées HVE à 2025.
- D'ici à 3 ans, dans tous les vignobles, ne plus utiliser d'herbicides chimiques sur au moins 50% de la surface (hors vignobles en forte pente). A terme, un objectif de sortie des herbicides.
- De n'utiliser que des matériels de pulvérisation limitant la quantité de produits et les phénomènes de dérive (avoir renouvelé dans les 5 ans 66 % du matériel peu performant).
- De privilégier l'usage de produits phytosanitaires alternatifs.
- De modifier nos cahiers des charges d'indications géographiques afin de permettre un mode de conduite différent, économe en produits phytosanitaires, et, sur une partie de la surface des exploitations un encépagement avec de nouvelles obtentions résistantes aux principales maladies que sont le mildiou ou l'oidium.

Les principales conditions de succès de tels engagements sont :

- Une aide à l'investissement au changement du parc de pulvérisateurs (coûts à quantifier).
- Une aide au changement de pratiques culturales par une subvention d'exploitation les 5 premières années.
- De rendre possible les modifications de cahier des charges.
- Un effort accru dans notre politique d'obtention de nouveaux cépages résistants aux maladies (coûts de ces programmes à quantifier). »

### Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** Défensive et non proactive, la filière V&V subit la demande sociétale concernant la diminution des intrants (et ne souhaite pas garantir des garanties de teneurs maximales en résidus par exemple, ou traîne des pieds pour s'engager dans la HVE).

› Thème : Changement climatique (CC) – 6 hypothèses

CC 106+322+319 Les innovations dans les pratiques viticoles et œnologiques permettent l'adaptation au changement climatique **Versus** : *Malgré les innovations, les pratiques culturelles et œnologiques ne permettent pas l'adaptation au changement climatique*

CC 311 Les viticulteurs accèdent aux financements publics et/ou privés nécessaires pour supporter les lourds investissements à la vigne induits par l'adaptation au changement climatique à long terme **Versus** : *Les viticulteurs n'accèdent pas aux financements publics ou privés nécessaires pour supporter les lourds investissements à la vigne induits par l'adaptation au changement climatique à long terme (irrigation, restructuration du parcellaire, replantation,...).*

CC 312+313 Le changement climatique induit une croissance des coûts de production (réponse à une pression pathogène croissante, difficulté de gestion des équilibres hydriques des aléas plus fréquents et d'une variabilité accrue des températures et des précipitations,...). **Versus** : *Le changement climatique ne se traduit pas par une croissance des coûts de production.*

CC 317 Le changement climatique accélère la perte de légitimité de la représentation professionnelle classique **Versus** : *Ni le rythme ni les modalités de renouvellement des représentants professionnels ne sont affectés par le changement climatique*

CC 325 Le changement climatique entraîne une redistribution géographique des zones de production et/ou renouvelle les conditions de compétition entre les régions viticoles en modifiant la valeur des vignobles et la hiérarchisation des terroirs. **Versus** : *Le changement climatique ne modifie pas la valeur des vignobles et la hiérarchisation des terroirs, les conditions de compétitions entre les régions viticoles n'évoluent pas de son fait.*

CC 356 Les citoyens/consommateurs acceptent les biotechnologies (OGM, NBT,...) pour faciliter l'adaptation au changement climatique. **Versus** : *Malgré l'argument d'adaptation au changement climatique, les citoyens/consommateurs n'acceptent pas le recours aux biotechnologies (OGM, NBT,...).*

Les innovations dans les pratiques viticoles et œnologiques permettent l'adaptation au changement climatique.

Mediaterre.org – Source : [www.mediaterre.org/actu,20200503180915,2.html](http://www.mediaterre.org/actu,20200503180915,2.html)

## Réchauffement climatique : un vignoble expérimental pour la viticulture de demain

par Jeremy Brouttier



Il est de réputation que la France est considérée comme le pays de vin. Dans le sud ouest de la France - terre viticole, la Cave des Vignerons de Buzet dans le Lot-et-Garonne (47) est novatrice pour relever les défis liés au réchauffement climatique. Ils repoussent les limites de la culture de la vigne en testant la résilience de leurs vignes, tout en développant une viticulture plus respectueuse des sols et de la biodiversité. Les premiers pieds de vigne de ce vignoble du futur ont été plantés en mars 2019, soit 17 hectares de vignoble dit "New age". Ce vignoble, appelé "New age", est testé et pensé pour aboutir à un vignoble sans aucun intrant (même ceux autorisés en bio), auto-fertile, sans-pesticides, et capable de se passer de l'intervention humaine.

D'ici 2050, nous pouvons nous attendre à une hausse des températures de 2°C en moyenne, d'après un rapport du GIEC (groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat). Un changement considérable pour les vignes qui devront affronter une hausse des températures, des périodes de canicules ou de fort intempérie. Le changement climatique va fragiliser la vigne, développer des maladies et compromettre les récoltes futures. D'où le défi de la transition agro-écologique et les vignobles "New age" d'anticiper ces contraintes.

Le projet est soutenu financièrement par la région Nouvelle Aquitaine dans le cadre du programme public Viterev qui a pour objectif de sortir des pesticides dans la viticulture et d'aller vers une transition agro-écologique. En effet, la viticulture est un des fleurons de l'économie de Nouvelle Aquitaine. La vigne et le vin structurent, animent et dynamisent toute une partie de la région bordelaise et lot-et-garonnaise en outre. C'est pourquoi la transformation de la viticulture permettant de concilier les attentes sociétales, le respect de l'environnement, l'adaptation au changement climatique de ses vins est un enjeu territorial fort que ce soit au niveau régional qu'au niveau local.

Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** Malgré les innovations, les pratiques culturales et œnologiques ne permettent pas l'adaptation au changement climatique.

Les viticulteurs accèdent aux financements publics et/ou privés nécessaires pour supporter les lourds investissements à la vigne induits par l'adaptation au changement climatique à long terme.

Article publié le 12 octobre 2018 sur le site [innovin.fr](http://innovin.fr)

## VitiREV, un projet de territoire pour une viticulture respectueuse de l'environnement



Suite au lancement par l'Etat du dispositif intitulé « Territoires d'innovation de grande ambition » (TIGA), doté d'une enveloppe de 450 M€ sur une période de dix ans, la Région Nouvelle-Aquitaine a été retenue en janvier dernier pour élaborer un projet collectif de territoire autour de la viticulture durable et de la sortie des pesticides. L'enjeu principal est de rester à l'horizon 2050 une terre agricole, viticole, dynamique et attractive pour ses habitants, les entreprises et leurs salariés ainsi que pour les touristes attirés par cette destination. La viticulture en Nouvelle-Aquitaine est un des fleurons de notre économie régionale. C'est aussi une activité qui a façonné nos territoires et forgé notre culture. **La vigne et le vin structurent, animent, et dynamisent** ainsi une grande partie de la région. C'est pourquoi la transformation de la viticulture en Nouvelle-Aquitaine permettant de concilier les attentes sociétales, le respect de l'environnement, l'adaptation au changement climatique et la préservation de la typicité de ses vins est un enjeu territorial fort aussi bien au niveau régional que local. Il s'agit donc d'**impulser les changements nécessaires** pour modeler les territoires viticoles de demain qui devront **créer de la valeur, respecter l'environnement et répondre aux attentes des citoyens**.

### Les objectifs de VitiREV

- **Améliorer la compétitivité des entreprises** du secteur agricole confrontées à de nombreux défis tant économiques, sociaux, qu'environnementaux et de celles de l'ensemble de la chaîne de valeur de la filière agricole sur le territoire.
- **Renforcer l'attractivité des territoires** en maintenant un tissu économique dense et dynamique, en soutenant l'innovation et les start-up, en proposant aux habitants et aux touristes un environnement préservé.
- **Améliorer la vie des citoyens et des agriculteurs** en réduisant leur exposition aux intrants chimiques agricoles, en les intégrant au cœur d'une gouvernance de territoire, en leur permettant de travailler, de vivre au sein de territoires durables ou de consommer des produits issus de pratiques respectueuses de l'environnement.

**INNOVIN est un partenaire fortement engagé dans VitiREV.** Nous travaillons à identifier et intégrer dans le projet les innovations que nous accompagnons au quotidien. Dans la logique de co-construction de cette dynamique territoriale, tous les porteurs de projet, dont la thématique est liée aux ambitions du projet VITIREV, sont appelés à se faire connaître afin de participer à la construction de solutions pour des territoires viticoles durables d'excellence, et bénéficier de l'effet de levier apporté par cette grande opportunité.

### Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** Les viticulteurs n'accèdent pas aux financements publics ou privés nécessaires pour supporter les lourds investissements à la vigne induits par l'adaptation au changement climatique à long terme (irrigation, restructuration du parcellaire, replantation,...).

Le changement climatique induit une croissance des coûts de production (réponse à une pression pathogène croissante, difficulté de gestion des équilibres hydriques des aléas plus fréquents et d'une variabilité accrue des températures et des précipitations,...).

## Changement climatique : un plan d'adaptation présenté par la filière viticole



Publié le 26/08/2021 par lefigaro.fr avec l'AFP

La filière viticole française a présenté sa feuille de route pour adapter les vignobles de l'Hexagone au changement climatique, jeudi au ministre de l'Agriculture. Fruit d'un travail de réflexion mené depuis 2017, ce rapport présenté à Julien Denormandie propose une quarantaine d'actions articulées autour de sept axes, selon un communiqué conjoint de l'Inao (Institut national de l'origine et de la qualité), FranceAgriMer, l'Inrae et l'institut français de la vigne et du vin.

*«Améliorer la connaissance des zones viticoles, agir sur les conditions de production, favoriser un matériel végétal adapté, agir sur les pratiques œnologiques, suivre les évolutions du marché et garantir la production, renforcer la recherche, le développement, le transfert et la formation, contribuer à l'atténuation du changement climatique»*, forment l'ossature de cette stratégie d'adaptation, selon le communiqué.

La filière s'est notamment appuyée sur les travaux de l'institut de recherche agronomique Inrae, qui pilote depuis 2012 un programme baptisé «Laccave», sur l'adaptation du vignoble au climat de demain, ainsi que *«sur les contributions de plus de 600 acteurs de terrain représentant l'ensemble des bassins viticoles»*. *«L'objectif est de permettre, grâce à l'innovation, de sauvegarder la valeur, la spécificité et la diversité des régions viticoles, des AOP et des IGP»*, ont indiqué les acteurs de la filière.

Outre les dangers que fait peser le changement climatique directement sur les récoltes - bourgeonnement précoce rendant la vigne vulnérable au gel, sécheresses extrêmes -, le réchauffement climatique menace la spécificité des crus français, donnant des vins plus lourds, plus riches en alcool et moins subtils.

La France est le deuxième producteur de vin au monde (46,6 millions d'hectolitres en 2020) juste derrière l'Italie. Et le premier exportateur en valeur avec 8,7 milliards d'euros de ventes en 2020, selon l'Office international de la vigne et du vin.

**Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus**

**Versus** *Le changement climatique ne se traduit pas par une croissance des coûts de production.*



Le changement climatique accélère la perte de légitimité de la représentation professionnelle classique.

## Les vignerons seraient-ils climato-sceptiques ? Les effets du changement climatique analysés par les vignerons dans les appellations d'origine protégée d'Anjou et d'Alsace

Cahiers Agricultures

Extraits d'un article de recherche de Geneviève Teil (UMR SADAPT, INRAE, AgroParisTech, Université Paris-Saclay) publié en ligne le 30 avril 2020 sur le site [www.cahiersagricultures.fr](http://www.cahiersagricultures.fr)

### Résumé

Malgré l'accélération de l'évolution climatique depuis les années 1980 et les prévisions alarmantes pour la production vinicole, surtout dans les régions d'appellation d'origine protégée (AOP), les quelques enquêtes menées auprès d'agriculteurs et de viticulteurs depuis la fin des années 1990 témoignent d'une paradoxale relative indifférence au changement climatique. Une enquête menée dans deux vignobles français corrobore les études précédentes tout en montrant que si les viticulteurs sont d'accord avec les chercheurs sur un ensemble de changements survenus dans les raisins et les vins, ils les attribuent moins au réchauffement climatique qu'au changement technique survenu depuis le milieu des années 1980. Cette divergence ne relève pas d'un climato-scepticisme et d'un problème d'identification des causes objectives du changement, mais d'une différence d'objectivation de la situation par les chercheurs et les vignerons.

### 5 Une situation alarmante ?

Ce n'est pas parce que les vignerons n'attribuent pas les changements qu'ils observent aux mêmes causes que les chercheurs qu'ils sont indifférents aux transformations en cours. Tout au contraire, ils en font une analyse critique souvent assez minutieuse, pour mieux les éviter ou s'y adapter, que ce soit à court ou à long terme, lorsqu'ils plantent des vignobles. Peu importe que les changements observés dans les raisins et les vins soient jugés d'origine climatique ou technique ; leur activité d'adaptation constamment relancée les intègre dans le raisonnement de leurs itinéraires techniques à court comme à long terme.

La qualité et la typicité des vins d'AOP est-elle menacée ? Les personnes interrogées lors de cette enquête répondent presque unanimement « non ». Elles ne nient pas le changement climatique, elles le relativisent. Mais le consensus a aussi ses francs tireurs, et ses essais de cépages méridionaux en Alsace par exemple. Ils sont pour l'instant plutôt vus comme des petits plaisirs de vigneron, voire des atteintes à l'identité alsacienne, que comme des actions visionnaires.

Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** Ni le rythme ni les modalités de renouvellement des représentants professionnels ne sont affectés par le changement climatique.

Le changement climatique entraîne une redistribution géographique des zones de production et/ou renouvelle les conditions de compétition entre les régions viticoles en modifiant la valeur des vignobles et la hiérarchisation des terroirs.

### La vigne française obligée de s'adapter aux bouleversements climatiques

Publié le 18/11/2016 par Lefigaro.fr avec l'AFP

LE FIGARO

Économie

Le champagne délocalisé en Grande-Bretagne? Des cépages grecs implantés en France? Le changement climatique oblige la viticulture française à préparer sérieusement l'avenir, après une année 2016 traumatisante sur le plan météo. (...) Au total, en 2016, la vendange française a baissé de 10%, une des plus faibles récoltes des 30 dernières années. (...) Les effets du changement climatique sont différents selon les régions. Manque d'eau et exacerbation des sécheresses au sud, multiplication des aléas dans les vignobles septentrionaux. (...) Selon les experts, le réchauffement menace surtout les 360 AOC qui font la renommée mondiale des vins français. Corsetés par un cahier des charges (cépage, conduite de la vigne, vinification, goût, alcool) et une zone d'implantation stricts, ces vignobles ont peu de marge pour s'adapter. "On est en train de parler de survie de certaines appellations", a prévenu cette semaine un responsable de l'INAO, Jacques Gautier, lors d'une audition parlementaire à Paris. Quatre scénarios pour assurer la pérennité de la vigne française ont été ainsi élaborés par l'organisme public FranceAgriMer, l'INRA et l'INAO. Dans le premier, "conservateur", tout reste en l'état, sauf l'irrigation qu'il s'agit d'améliorer. Il est viable au moins jusqu'en 2050 "si le réchauffement global n'excède pas 2 degrés", explique Jean-Marc Touzard, chercheur à l'INRA. Mais il aboutit à un vin différent, plus fort en alcool, dont on ignore s'il plaira au consommateur.- Assyrtiko et Chouchillon - "Si on va vers 4 ou 5 degrés de température de plus, la viticulture rentre dans un autre monde", ajoute l'expert: des cépages plus résistants devront être plantés tous les 15-20 ans au lieu de 50 actuellement. Le deuxième scénario, "innovant", parie justement sur de nouveaux cépages et des pratiques œnologiques correctives pour désalcooliser, afin de maintenir le profil gustatif des vins. Donc de gros investissements. Le troisième, "nomade", parie sur une liberté de plantation (plus en altitude, ou plus au nord) tout en promettant au consommateur de maintenir à l'identique le goût et l'alcoolisation. C'est celui qui bouscule le plus les AOC et le lien étroit qu'ils entretiennent avec leur terroir jalousement défendu. La quatrième hypothèse, "libérale", prévoit ouverture des pratiques œnologiques et libéralisation des plantations. Le vin se produirait alors certainement sous des marques, et perdrait l'unité de temps et de lieu qui fait la distinction des jus français. La maison de champagne Taittinger a déjà acheté fin 2015 des terres dans le Kent (sud de l'Angleterre) pour y produire d'ici 7 ou 8 ans un vin effervescent haut de gamme. Et 21 nouveaux cépages adaptés aux températures plus chaudes ou plus résistants aux maladies, dont le célèbre Assyrtiko cultivé sur le volcan écrasé de soleil de Santorin en Grèce, ou le Verdejo de Valladolid en Espagne, devraient bientôt recevoir un feu vert officiel pour être plantés en France, hors zones AOC. De vieux cépages, récemment redécouverts, comme le chouchillon (Loire) ou l'Onchette (Isère), ont aussi été sélectionnés.

### Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** Le changement climatique ne modifie pas la valeur des vignobles et la hiérarchisation des terroirs, les conditions de compétitions entre les régions viticoles n'évoluent pas de son fait.

Les citoyens/consommateurs acceptent les biotechnologies (OGM, NBT,...) pour faciliter l'adaptation au changement climatique.

Article de Derek Perrotte publié le 30 avril 2021 sur le site [www.lesechos.fr](http://www.lesechos.fr)

**Les Echos**

## **Agriculture : Bruxelles ne veut pas bloquer l'innovation biotechnologique**

**Un rapport de la Commission européenne juge que les végétaux issus de mutagenèse présentent d'importantes opportunités et des risques limités. Un cadre assoupli pour ces biotechnologies est en réflexion.**

Non, les NBT (pour « new breeding techniques » ou « nouvelles techniques d'amélioration des plantes ») ne sont pas des OGM, organismes génétiquement modifiés, et ne doivent pas être encadrées comme telles. C'est la conclusion, nette, d'un rapport dévoilé jeudi par la Commission européenne et guetté par tous les acteurs des biotechnologies. Il ouvre la voie à ce que certains produits agricoles au génome modifié, par mutagenèse ou cisgenèse, échappent tout ou partie aux règles drastiques encadrant en Europe les OGM depuis 20 ans. (...) Au terme de son étude, la Commission plaide pour l'élaboration d'« *un nouveau cadre juridique pour ces biotechnologies* ». (...) L'étude invite, sur fond de « Green Deal », à faire toute leur place à ces biotechnologies qui « *peuvent contribuer à des systèmes alimentaires plus durables, en rendant les plantes plus résistantes aux maladies et au changement climatique, en améliorant leurs qualités nutritionnelles et en réduisant l'usage d'engrais et de pesticides* ». « *Tout en gardant la sécurité des consommateurs et de l'environnement comme principe directeur, il est temps d'avoir un dialogue ouvert* », a expliqué jeudi Stella Kyriakides, la commissaire européenne à la Santé. Les professionnels ont salué cette position. Pour Rachel Blumel, directrice générale de l'Union française des semenciers, « *la réglementation actuelle soulève des problèmes d'interprétation qui ne créent pas un climat de confiance* » et entraîne de « *longues et coûteuses démarches d'homologation* ».

L'Europe accuse dès lors un déficit de compétitivité sur ces marchés d'avenir, déplorent les exploitants. « *Alors que les attentes et les défis en matière d'agriculture et d'alimentation ont rarement été aussi élevés, les nouvelles techniques d'édition du génome ont la capacité à apporter des réponses accessibles à tous les agriculteurs* », ont insisté, jeudi dans un communiqué commun, les producteurs de grandes cultures en France.

A l'opposé, les ONG, et des eurodéputés écologistes, ont vivement dénoncé un rapport qu'ils accusent d'être dicté par les lobbys, très actifs sur ce dossier. « *La Commission suggère de rompre avec des décennies régies par le principe de précaution* », déplore « Friends of the Earth ». Pour Greenpeace France, « *les semenciers veulent éviter l'obligation de traçabilité et d'étiquetage car ils savent que les consommateurs n'en veulent pas dans leur assiette* ».

Comme toujours quand se mêlent les sujets de la science et de l'agriculture, les avis sont, à Bruxelles aussi, marqués et opposés. (...) « *Certains considèrent que cette technologie relève des OGM, ce que je réfute, c'est totalement faux [...] Il faut être courageux* », a expliqué mi-avril le ministre de l'Agriculture Julien Denormandie, « *fervent défenseur des recherches variétales* ». Jeudi, le ministère de la Transition écologique a toutefois estimé que « *quel que soit leur statut futur, ces produits doivent être évalués, étiquetés et tracés.* »

### Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** Malgré l'argument d'adaptation au changement climatique, les citoyens/consommateurs n'acceptent pas le recours aux biotechnologies (OGM, NBT,...).

› Thème : Contraintes ou opportunité sur conditions de production (CCP) – 7 hypothèses

CCP 103+101 Le partage des ressources en eau et en terres agricoles est favorable à la viticulture par rapport aux autres activités humaines. **Versus** : *Le partage des ressources en eau et en terres agricoles est défavorable à la viticulture au profit d'autres activités (agricoles, consommation humaine, sauvegarde environnementale).*

Commentaire : accès à l'irrigation et aux terres fertiles

CCP 104 L'implantation des vignobles hors des régions traditionnelles est fortement contrainte par des zonages écologiques, environnementaux ou sociétaux, la culture de la vigne se maintient dans ses limites actuelles. **Versus** : *L'implantation des vignobles hors des zones traditionnelles n'est pas soumise à de fortes contraintes, on assiste à une extension de la vigne hors des bassins actuels (y compris dans les pays septentrionaux), par exemple pour satisfaire des marchés de niche à production locale.*

CCP 110 Avec l'approche biologique des sols viticoles, les vignes bios encaissent mieux les chocs climatiques, et le changement climatique impose la bio comme seule alternative. **Versus** : *Les vignes bios n'encaissent pas mieux les chocs climatiques, et le changement climatique relègue la bio à une peau de chagrin du fait d'impasses techniques gênant trop son développement.*

CCP 128+181 Mieux informés sur le développement durable et la RSE, soucieux de l'impact environnemental et social de leur consommation, les consommateurs en recherchent l'information pour les vins qu'ils achètent **Versus** : *Les consommateurs ne cherchent pas d'information sur l'impact social et environnemental des vins qu'ils achètent.*

CCP 130 Toute la production sous signe de qualité passe sous certification (HVE, 26000,...). **Versus** : *La majeure partie de la production sous signe de qualité n'est pas sous certification.*

CCP 310 Grace aux résultats de la communication auprès des consommateurs les producteurs compensent les surcoûts induits par l'abandon des certaines molécules de traitement. **Versus** : *Les retombées de la communication positive vers les consommateurs ne compensent pas les coûts induits par l'abandon de molécules de produits phyto.*

CCP 353 La valorisation des sous-produits joue un rôle significatif dans l'équilibre économique des entreprises (distillation des marcs et lies, extraction des anthocyanes...) **Versus** : *La valorisation des sous-produits joue un rôle anecdotique dans l'équilibre économique des entreprises*

Le partage des ressources en eau et en terres agricoles est favorable à la viticulture par rapport aux autres activités humaines

Extrait (p.40) du « **Guide de l'agroécologie en viticulture** » publié en février 2017



INSTITUT NATIONAL  
DE L'ORIGINE ET DE  
LA QUALITÉ



INSTITUT FRANÇAIS  
DE LA VIGNE ET DU VIN

## Recherche d'une meilleure gestion de l'eau

### Gérer et préserver la ressource en eau

Le changement climatique fait peser des inquiétudes sur la disponibilité de la ressource en eau des territoires, aujourd'hui déjà sensibles et oblige à anticiper le partage de l'eau notamment dans certaines régions en fortes hausses démographique et touristique. Il met aussi en évidence l'intérêt à privilégier une approche qualitative de la gestion de l'eau pour composer avec le stress hydrique de la vigne. En complément d'aménagements hydrauliques possibles à la parcelle, une gestion collective et raisonnée de la ressource en eau est nécessaire, ainsi que la proposition de systèmes viticoles plus respectueux, résistants, adaptatifs.

### >>> Enjeux

Risques, eau, sols, air, biodiversité, paysage, image, santé, économie

### Mesures réglementaires

- Respect des mesures des Schémas Directeurs d'Aménagement et de Gestion des Eaux (SDAGE) des bassins hydrographiques.
- Respect des mesures des Schémas d'Aménagement et de Gestion des Eaux (SAGE) des bassins versants.
- Respect des mesures des zonages règlementaires: pour l'assainissement non collectif, zonage pluvial, zonage des périmètres de captage en eau potable, zones d'érosion, zones humides, Zones Soumises à Contrainte Environnementale (ZSCE).
- Respect du Plan de Prévention des Risques d'Inondation (PPRI).
- Les prélèvements en eau sont soumis à autorisation ou déclaration. (art R 214-6 et suivants et R214-32 et suivants, les seuils étant déterminés à l'article R 214-1 du code de l'environnement)
- Obligation de moyen approprié de comptage des volumes d'eau prélevés appropriés. (art R 214-57 du code de l'environnement)

Ce projet qui porte l'acronyme « AGRO-ECO-VITI » est conduit par l'Institut Français de la Vigne et du Vin, en collaboration avec l'INAO et la participation au comité de pilotage de : l'Onema (qui rejoint l'Agence française pour la biodiversité à partir du 1er janvier 2017), la Direction Générale de la Performance Économique et Environnementale des entreprises du Ministère de l'Agriculture, la Confédération nationale des producteurs de vins et eaux-de-vie de vin à appellations d'origine contrôlées (CNAOC), la Confédération des vins IGP de France.

### Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** Le partage des ressources en eau et en terres agricoles est défavorable à la viticulture au profit d'autres activités (agricoles, consommation humaine, sauvegarde environnementale).

Commentaire : Accès à l'irrigation et aux terres fertiles.

L'implantation des vignobles hors des régions traditionnelles est fortement contrainte par des zonages écologiques, environnementaux ou sociétaux, la culture de la vigne se maintient dans ses limites actuelles.

Extrait d'un article de Jean-Baptiste Ancelot publié le 29/03/2020 sur [avis-vin.lefigaro.fr](http://avis-vin.lefigaro.fr)



## La Norvège, vignoble le plus septentrional

**Réchauffement climatique, cépages résistants, ingéniosité et grain de folie permettent à la Norvège de repousser les limites de la viticulture et de placer le pays sur la carte du vignoble mondial.**

(...) Lilliputienne par la taille de son vignoble avec à peine 50 000 pieds de vigne répartis sur environ 10 hectares, la Norvège intrigue. Qui y produit du vin ? Et dans quelles conditions ? Rencontre avec Erik Lindas, président de l'association des vignerons norvégiens et fondateur du domaine Skudenest Gaard (...). Localisé sur la commune de Søgne, (...) Skudenest Gaard se situe à l'extrême sud de la Norvège, sur le 58e parallèle nord. C'est ici que l'ensoleillement est maximal. "Chaque région du monde, avec son climat, a ses spécificités. Avec le froid et des étés ensoleillés, la Norvège a du potentiel dans les vins effervescents et blancs." Dans la semaine, Erik est chef de chantier. Sur son temps libre, et avec le soutien de sa femme May, il endosse la casquette de vigneron. À deux, ils s'occupent de la ferme (moutons, abeilles). Leur domaine a vu le jour en 2012 quand Erik a planté 400 pieds de solaris en blanc et 400 de rondo en rouge ; auxquels il ajoutera par la suite quelques pieds de cabernet cortis (rouge). Une production de quelques dizaines de bouteilles par an que l'on s'arrache pour la rareté. "Il est plus simple de faire et vendre du vin en Norvège qu'en France. Les gens font la queue pour acheter l'une de nos bouteilles ; sans même, parfois, avoir dégusté le vin." Avec une température annuelle de 8 °C, soit des moyennes de 1 °C en février et 16 °C en juillet, le défi majeur pour la vigne reste le gel, tardif au printemps et précoce en automne. Ainsi, la majorité du vignoble norvégien est planté avec des cépages résistants au froid, à l'humidité et aux maladies. (...)

<https://glosario.wein.plus/vignoble-le-plus-septentrional>

**wein.plus**  
your plus in wine expertise

## Vignoble le plus septentrional

(...) Le vignoble le plus septentrional en matière de viticulture de qualité est le Werderaner Wachtelberg, situé dans la ville allemande de Werder (Brandebourg), à 52 degrés 23 minutes de latitude nord. Il existe des vignobles encore plus septentrionaux sur l'île de Sylt, dans le Land allemand du Schleswig-Holstein, à 54 degrés 54 minutes, appartenant à la cave Röss Balthasar, où l'on ne peut toutefois produire que du vin de pays. D'autres sont situés dans la province méridionale de Skåne, près de la côte baltique en Suède, ainsi que le domaine viticole "Eventyrvin" près de Gvarv en Norvège. En raison du changement climatique, il faut s'attendre à ce que les zones viticoles de l'hémisphère nord s'étendent vers le pôle au cours des prochaines décennies. En Europe, les pays suivants sont candidats à cet égard : le Danemark, l'Angleterre, les Pays-Bas, la Pologne et la Suède, ainsi que l'Ukraine.

**Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus**

**Versus** L'implantation des vignobles hors des zones traditionnelles n'est pas soumise à de fortes contraintes, on assiste à une extension de la vigne hors des bassins actuels (y compris dans les pays septentrionaux), par exemple pour satisfaire des marchés de niche à production locale.

Avec l'approche biologique des sols viticoles, les vignes bios encaissent mieux les chocs climatiques, et le changement climatique impose la bio comme seule alternative.

Station Régionale ITV Midi-Pyrénées



### Les sols viticoles : biologie et gestion durable



R. Chaussod et coll. - INRA - UMR Microbiologie du Sol et environnement - Dijon

En viticulture, jusqu'à une époque récente, le choix des itinéraires techniques était avant tout guidé par des impératifs économiques, d'où par exemple le développement du désherbage chimique associé au non-travail du sol, qui a connu son apogée il y a une vingtaine d'années. Aujourd'hui, et à la suite des travaux précurseurs du CIVC (...), tous les acteurs s'accordent à considérer qu'il s'avère nécessaire de s'orienter vers des modes de production plus respectueux de l'environnement, tout en maîtrisant la quantité et la qualité de la récolte (...). Cette approche intégrée, du sol à la vendange est complexe et relativement nouvelle ; elle correspond à une exigence de changement d'échelle dans le temps et l'espace (...), et implique des travaux de moyen terme (de l'ordre de la dizaine d'années) en conditions naturelles, pour cerner à la fois les évolutions lentes et la variabilité interannuelle. Ceci implique également le choix d'indicateurs biologiques appropriés, avec un accent particulier sur les aspects méthodologiques, notamment pour ce qui concerne la « biodiversité ». Jusqu'ici, les travaux ont porté essentiellement sur deux types de pratiques culturales susceptibles d'affecter la « qualité des sols » : - L'entretien des sols (pour limiter l'érosion, entretenir les stocks de matières organiques et les activités biologiques - L'utilisation d'intrants (engrais, pesticides...) (...)

Viticulture durable et environnement - Décembre 2007

Extraits de l'article publié le 20/09/2013 sur le site [www.inra.fr](http://www.inra.fr)



### Quel vin fera-t-il demain ? Par Cécile Poulain

En trente ans, les vendanges ont été avancées de deux à trois semaines selon les régions ! Les agronomes de l'Inra de Colmar ont ainsi estimé que vers le milieu du XXI<sup>e</sup> siècle, les dates de murissement des cépages riesling et gewurztraminer pourraient encore être avancées de 18 jours. Cette précocité ne serait pas sans effet sur la qualité des raisins. Des raisins plus sucrés, moins acides. Un vin plus alcoolisé avec des arômes différents. Une vigne qui doit supporter plus de chaleur et des périodes de sécheresse. Qui fleurit plus vite, mûrit plus tôt. Un vignoble qui fait face à de nouveaux ravageurs et maladies.

La vigne est une plante extrêmement sensible au type de sol où elle s'enracine et aux variations climatiques. Au cours de l'histoire, elle a été plantée dans des lieux précis, pour tirer parti de cette dépendance, qui s'exprime jusque dans la qualité des vins. Quelques mètres carrés font parfois même la réputation d'une cuvée ! Cette forte réponse aux infimes modifications de son écosystème fait de la vigne un modèle d'étude privilégié pour les chercheurs. (...) Sur les domaines expérimentaux de l'Inra en Alsace, en Aquitaine et en Languedoc Roussillon, les chercheurs testent de nouvelles variétés, plus tardives, plus résistantes à la sécheresse et à la chaleur. Ils évaluent de nouvelles pratiques viticoles : introduisant l'irrigation, réduisant la taille et l'effeuillage de la vigne pour mieux protéger le raisin du soleil. (...)

### Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** : Les vignes bios n'encaissent pas mieux les chocs climatiques, et le changement climatique relègue la bio à une peau de chagrin du fait d'impasses techniques gênant trop son développement.

Mieux informés sur le développement durable et la RSE, soucieux de l'impact environnemental et social de leur consommation, les consommateurs en recherchent l'information pour les vins qu'ils achètent.

Article de Juliette Cassagnes publié le 3 avril 2019 sur le site [www.vitisphere.com](http://www.vitisphere.com)

## Les vins « durables » ont de plus en plus le vent en poupe



**Les caves qui s'engagent dans la démarche "Vignerons en Développement durable" sont de plus en plus nombreuses et le marché devenu demandeur de ce type de labels. Mais l'enjeu de leur bonne communication demeure.**

A l'occasion de la tenue du colloque annuel de l'association Vignerons en développement durable (VDD), (...) un bilan chiffré a été présenté : le nombre de caves adhérentes continue de grossir, avec 6 nouvelles entreprises qui l'ont rejoint en 2018, pour atteindre 29 entreprises. Elles représentent 6100 exploitations, une surface de 39000 ha de vignes (5% du vignoble français), 90 appellations, et sont implantées dans quasiment tous les vignobles.

« Je suis sûr que cela va continuer, il faut poursuivre le développement du label », a commenté Pascal Duconget, président de l'association et directeur de Rhonéa, lors de son discours d'introduction. Le contexte est en effet très favorable, avec actuellement une « explosion » des attentes environnementales et sociétales. « On ne s'attendait pas à une telle ampleur et accélération, lorsque l'association a été créée il y a 9 ans », a commenté celui-ci. Une étude conduite auprès de consommateurs et d'acheteurs professionnels, commanditée par Verallia, confirme ces propos : ils sont respectivement 40% et 84% à tenir compte désormais du caractère « responsable » d'un vin lors de leur achat. « Il est donc devenu un véritable critère, ils y sont de plus en plus attentifs », a ajouté Héloïse François, responsable marketing venue présenter l'étude. Même son de cloche du côté d'un distributeur, Patrick Hourdeau, directeur des achats vins des enseignes Match et Cora : « On ressent depuis quelques années une volonté de nos clients de consommer autrement et mieux, avec des produits sains, locaux et avec des labels », a-t-il témoigné. (...)

### Le consommateur est totalement perdu dans une forêt de labels

Pour poursuivre un bon développement, un gros travail devra aussi être conduit pour améliorer la communication sur cette thématique, tant au niveau des acheteurs que des consommateurs. « La difficulté pour nous est que le consommateur est complètement perdu face aux différents labels, en dehors du logo AB qu'il connaît bien », constate Patrick Hourdeau. Il faut absolument informer, communiquer, faire de la pédagogie, le plus possible », conseille celui-ci. « Ils sont sensibles aux labels explicites; ils ont besoin d'informations claires et cohérentes », confirme la responsable marketing de Verallia. Pour rendre plus visibles ces vins "durables" et faire connaître son engagement dans cette démarche, l'enseigne Match va d'ailleurs lancer, dans quelques jours, une nouvelle collerette blanche et verte pour habiller les vins labellisés Terra vitis, Agriconfiance, Bee friendly, VDD et HVE. (...)

### Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** : Les consommateurs ne cherchent pas d'information sur l'impact social et environnemental des vins qu'ils achètent.



Toute la production sous signe de qualité passe sous certification (HVE, 26000,...).

## LES SIGNES DE QUALITÉ PASSENT À LA CERTIFICATION ENVIRONNEMENTALE

RÉFÉRENCE agro

Article de Stéphanie Ayrault publié le 29 juillet 2019 sur le site [www.reference-agro.fr](http://www.reference-agro.fr)

**La loi Egalim** impose l'intégration de critères environnementaux dans les **Signes officiels d'identification, de qualité et de l'origine (Siqo)**. « À part le bio, les promesses historiques des signes de qualité ne sont pas centrées sur l'environnement, reconnaît Marie Guittard, directrice de l'Institut national de l'origine et de la qualité, INAO. L'article 48 du titre II de la loi impose que la certification environnementale devienne obligatoire d'ici à 2030. » Un décret doit être publié avant le 1<sup>er</sup> janvier 2021 pour fixer les conditions plus précises. « Nous avons bien avancé et il devrait être finalisé d'ici début 2020, poursuit-elle. Nous voulons que les Organismes de défense et de gestion (ODG) des signes officiels de qualité puissent anticiper l'échéance de 2030. »

### Un décret pour 2020

D'ici là, le groupe de travail tente de trouver un moyen d'intégrer ces critères sans changer fondamentalement les cahiers des charges des Siqo. « Par exemple, nous n'allons pas lister les points du référentiel de la certification environnementale, mais juste faire référence à celle-ci au cas où il y aurait des changements dans le référentiel qui nous obligerait à réécrire les cahiers des charges ».

Le groupe pointe les contraintes pour chaque signe de qualité : est-ce que cela concernera aussi le référentiel de l'**agriculture biologique** ? Comment l'intégrer pour les Spécialités traditionnelles garanties (STG) qui s'appliquent dans toute l'Europe ? Comment faire pour les exploitations qui ont d'autres ateliers en dehors des signes de qualité : doit-on prendre la totalité de l'exploitation ou uniquement la partie Siqo ? « Nous devons surtout gérer des sujets de périmètre, explique Marie Guittard. Le ministère va consulter les différentes parties prenantes pour valider un dispositif rapidement. »

### Adapter la HVE aux productions animales

Quid du niveau de la certification environnementale ? « Nous n'avons pas tranché, indique la directrice de l'INAO. Le texte de loi ne le mentionne pas. Donc, demander la **Haute valeur environnementale**, correspondrait au plus haut niveau d'exigence envisageable. Et puis, la HVE est davantage axée sur les productions végétales. Nous travaillons avec le ministère sur la manière d'adapter la HVE aux productions animales. Cela nous semble être le premier travail à fournir. »

### Réduire les usages de pesticides en vigne

Si l'intégration de critères environnementaux sera obligatoire en 2030, l'INAO planche depuis 2016 sur le sujet. « Nous avons construit des démarches volontaires et progressives, explique-t-elle. Le travail est avancé en viticulture. Nous avons mis au point huit mesures pour réduire les pesticides, comme l'enherbement des tourbières ou le désherbage chimique partiel, dans lesquels les ODG peuvent puiser celles qu'ils souhaitent développer sur leur territoire. Une première étape avant l'échéance de 2030. »

Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** La majeure partie de la production sous signe de qualité n'est pas sous certification.

Grace aux résultats de la communication auprès des consommateurs les producteurs compensent les surcoûts induits par l'abandon des certaines molécules de traitement.

Article de Romain Loury / Le Journal de l'Environnement, publié le 20/01/2020 sur le site [www.euractiv.fr](http://www.euractiv.fr)



## Glyphosate : le coût de l'abandon chiffré dans la viticulture

**L'abandon du glyphosate, pour passer à un désherbage entièrement mécanique, entraînerait un surcoût moyen équivalent à 7,1 % de l'excédent brut des exploitations viticoles, selon une analyse de l'Inrae publiée mercredi 15 janvier. Un article de notre partenaire, le Journal de l'environnement.**

Voué à disparaître de France d'ici le 1er janvier 2021 (sauf usages où les alternatives manquent), et au 1er janvier 2023 de manière totale, le glyphosate est particulièrement utilisé en viticulture, avec des usages allant de 400 grammes et 1 kg par hectare et par an. Environ 80 % des surfaces viticoles françaises reçoivent un herbicide chimique (66 % de manière mixte avec un désherbage mécanique), du glyphosate pour trois quarts d'entre elles.

Dans un rapport daté de juillet 2019, rendu public mercredi 15 janvier par le ministère de l'Agriculture, cinq experts de l'Inrae ont évalué le surcoût lié au désherbage mécanique par rapport au glyphosate. Pour cela, ils se sont basés sur des études menées par les chambres d'agriculture et par l'Institut français de la vigne et du vin (IFV), ainsi que sur l'Enquête pratiques culturales en viticulture de 2017 - menée par l'Inrae.

### Un surcoût variable selon les régions

Selon cette dernière enquête, les chercheurs évaluent le surcoût à 210 euros par hectare pour les vignes larges et 408 euros/ha pour les vignes étroites, en tenant compte du temps de travail et de l'amortissement du matériel. Le surcoût s'élève dans les régions à faible taille d'exploitation, comme l'Alsace (+553 euros/ha), alors qu'il n'est que de 115 euros dans le Languedoc-Roussillon et de 129 euros/ha dans le Bordelais.

Les chercheurs ont ensuite comparé ces chiffres aux données économiques des exploitations, recensées dans le réseau d'information comptable agricole (Rica). Résultat : le surcoût, de 250 euros/ha en moyenne, représente de 0,3 à 4,4 % du produit brut (2,6 % en moyenne), de 1 % à 11,5 % de l'excédent brut d'exploitation (7,1 % en moyenne) et de 2 % à 18 % du revenu courant avant impôt (10,6 % en moyenne).

Selon le ministère, cette étude de l'Inrae « vise à fournir à l'Anses des éléments sur les impacts économiques du retrait du glyphosate ». L'agence, qui a récemment procédé à plusieurs retraits d'autorisation de produits à base de glyphosate, travaille actuellement à une évaluation comparative du glyphosate et de ses alternatives, des travaux qu'elle prévoit de publier « d'ici le 31 décembre 2020 ».

### Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** Les retombées de la communication positive vers les consommateurs ne compensent pas les coûts induits par l'abandon de molécules de produits phyto.

La valorisation des sous produits joue un rôle significatif dans l'équilibre économique des entreprises (distillation des marcs et lies, extraction des anthocyanes...).

## Valorisons les sous-produits de la vigne et du vin !



Publié le 7 juillet 2017 sur le site [blogs.economie.gouv.fr/les-cafes-economiques-de-bercy](https://blogs.economie.gouv.fr/les-cafes-economiques-de-bercy)

**En quoi la valorisation des sous-produits de la vigne et du vin constitue-t-elle une nouvelle économie et une réponse aux enjeux environnementaux ? Le point de vue de Sophie Penavayre, Chargée de mission Environnement, Développement Durable et Territoire à l'Institut Français de la Vigne et du Vin (IFV).**

### **Quels sont les enjeux de la valorisation des sous-produits de la vigne et du vin ?**

Des coproduits sont générés par la viticulture et la vinification : sarments et souches sont produits à la vigne, marcs de raisins et lies de vin sont produits à la cave. On estime que leur volume représente 1 million de tonnes de matière sèche issue des sarments et souches, 1 million de tonnes de marcs de raisins et 14 millions d'hectolitres de lies de vin. Longtemps considérés comme des déchets à traiter, ils sont aujourd'hui identifiés comme des coproduits à valoriser. Ils représentent en effet une part irréductible de biomasse qui peut être valorisée du point de vue environnemental, agronomique et économique. L'enjeu est donc bien celui de la mise en œuvre d'une économie circulaire permettant de réduire les impacts environnementaux de la filière en valorisant ses « déchets » devenus matière première pour d'autres filières (cosmétique, agroalimentaire, énergie, agriculture...).

### **Quelles sont les principales voies de valorisation de ces co-produits viticoles ?**

Sarments et souches peuvent devenir des amendements organiques lorsqu'ils broyés et compostés. Certains les transforment en résine permettant la production de matériels de palissage de la vigne, d'autres en extraient le resvératrol utilisé ensuite par l'industrie cosmétique, notamment pour ses vertus anti-âge. Marcs de raisins et lies de vin peuvent produire de l'énergie lorsqu'ils sont méthanisés, ou encore devenir des amendements organiques après compostage et épandage. Cependant, la voie la plus empruntée est celle de la distillation permettant non seulement de produire de l'alcool principalement valorisé comme biocarburant, mais également de nombreux autres coproduits valorisés en alimentation animale, cosmétique, industrie de la chimie, agroalimentaire...

### **A quels enjeux de valorisation économique répond le projet « Biomasse Viticole » ?**

Les détenteurs de co-produits vitivinicols sont amenés à entrer dans une démarche d'économie circulaire. Accompagnant la filière vitivinicole dans cette voie, l'Institut Français de la Vigne et du Vin (IFV), en partenariat avec le Comité Champagne – CIVC, le Bureau National Interprofessionnel du Cognac (BNIC) et la Chambre d'Agriculture de la Gironde, coordonne entre 2015 et 2016 le projet national Biomasse Vitivinicole. (...) Quatre bassins de production participent au projet : Bourgogne-Beaujolais-Savoie-Jura, Champagne, Aquitaine et Charentes-Cognac. Ce recensement comprend une cartographie des gisements de biomasse viticole et vinicole et des installations de valorisation, et un répertoire des acteurs locaux, permettant de mettre en lien les opérateurs qui souhaitent valoriser leur biomasse et les acteurs de la valorisation.

### Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** : La valorisation des sous produits joue un rôle anecdotique dans l'équilibre économique des entreprises.

› Thèmes : Concurrence, échanges internationaux (CEI) - 6 hypothèses

CEI 136 En France, le poids du marché intérieur dans les utilisations commerciales de la filière devient mineur et l'export est un passage obligé pour le développement économique de la filière V&V. **Versus** : *En France, le poids de l'export dans les utilisations commerciales de la filière s'amenuise.*

CEI 137 Une surproduction à l'échelle mondiale s'installe notamment dans le « milieu de gamme » **Versus** : *Le « milieu de gamme » ne connaît pas de surproduction à l'échelle mondiale*

CEI 138 La consommation de vin s'accroît dans les pays non producteurs induisant une croissance en volume et en valeur des échanges. **Versus** : *La consommation de vin ne s'accroît pas dans les pays non producteurs et les échanges internationaux stagnent ou régressent.*

CEI 141 Les accords douaniers permettent aux pays producteurs et aux pays consommateurs de mettre en marché sous leur origine, des vins produits à partir de moûts importés et/ou assemblés à partir de vins importés, mais l'UE étiquette spécifiquement les vins non entièrement obtenus sur son territoire. **Versus** : *Les accords douaniers ne permettent pas aux pays producteurs et aux pays consommateurs de mettre en marché sous leur origine, des vins produits à partir de moûts importés et/ou assemblés à partir de vins importés.*

CEI 143 L'image des vins français est un facteur clé du succès pour la performance à l'export **Versus** : *L'image des vins français n'est plus un facteur clé du succès pour la performance à l'export*

CEI 355 Chaque région viticole développe une gamme complète de produits (du rosé à faible degré au vin effervescent en passant par le rouge de longue garde) au risque d'une concurrence inter-régionale sur les marchés. **Versus** *Une coordination nationale des régions de production limite la concurrence inter régionale*

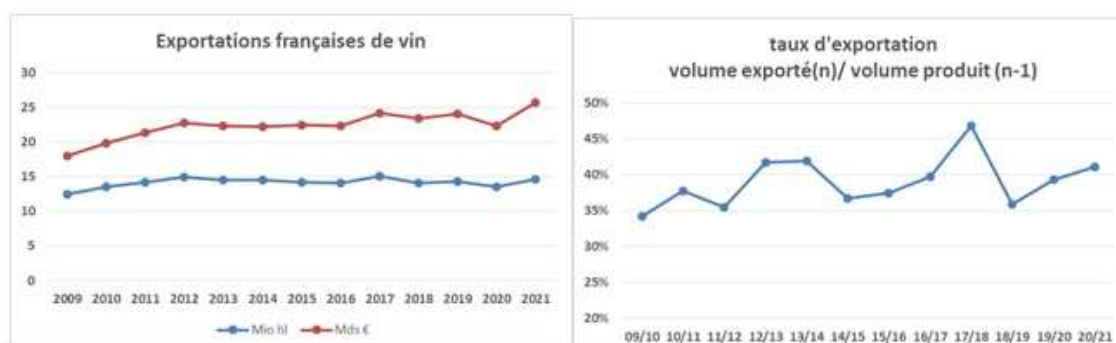
En France, le poids du marché intérieur dans les utilisations commerciales de la filière devient mineur et l'export est un passage obligé pour le développement économique de la filière V&V.

Les vins français de plus en plus tournés vers l'étranger

Par la rédaction de larvf.com (avec AFP) – février 2019

**Avec la baisse de la consommation intérieure, la France dépend de plus en plus des exportations pour commercialiser ses crus. Une tendance bien visible dans les allées du nouveau salon Wine Paris.**

Avec la baisse de la consommation intérieure (...), la France dépend de plus en plus des exportations. Les vigneron et négociants misent beaucoup sur le premier salon Wine Paris qui réunit depuis lundi (...) l'ensemble des terroirs viticoles français en un même lieu. (...) "La France doit reprendre des parts de marché à l'export, et ce salon inédit doit aider à y parvenir" complète Pascale Ferranti, directrice du salon. Selon elle, la France doit "réagir par rapport à toute la concurrence des marchés producteurs proches comme l'Espagne et l'Italie", mais "encore plus celle des vins lointains comme l'Australie ou le Chili qui sont très offensifs commercialement et progressent sur les grands marchés à l'export comme les Etats-Unis ou l'Asie". (...) Lundi, le Comité interprofessionnel du champagne a lancé un discret signal d'alarme : les ventes de champagne ont baissé de 1,8% en 2018, en raison essentiellement d'un recul de 4,2% de la consommation (...) en France, alors que les marchés hors Europe progressaient de 2,1%. Du coup, les exportations de champagne représentent désormais plus de la moitié des ventes totales : un "renversement de tendance par rapport au siècle dernier", selon le CIVC. Pour l'ensemble des vins français, les chiffres totaux d'exportation en 2018 seront dévoilés mercredi (...). Au premier semestre 2018, les exportations avaient reculé de 1%, mais le chiffre d'affaires avait progressé de 5% à 4,2 milliards d'euros, confirmant le positionnement de plus en plus luxueux des vins français à l'étranger. Un état de choses que Valérie Pajotin, directrice de la fédération Anivin, essaie de combattre en faisant la promotion des "Vins de France". Pour s'adapter aux marchés anglo-saxons, cette (...) catégorie de vins (...) n'est pas liée à un terroir, mais d'abord à un cépage (...). Elle complète les traditionnels vins de terroir (...). "Et ils sont la seule catégorie en progression en France, représentant désormais 15% des exportations de vins tranquilles en volume" souligne Mme Pajotin. La France "est capable de servir toutes les tranches de marché et toutes les attentes de consommateurs, jusqu'aux vins ultra-élitistes qui sont les plus connus dans le monde entier, mais je pense que c'est important aussi qu'un consommateur, à 10 dollars, achète quand même du vin français". Constat confirmé par Dionisio Chaves, sommelier brésilien consultant pour la chaîne de supermarchés brésiliens Zona Sul (...) "Les vins français ne représentent que 13% du marché brésilien, alors que les chiliens sont à 53%". (...) Les vins de Loire (...) jouent à fond la carte de l'étranger. Les exportations d'anjou, saumur, touraine et muscadet ont doublé en volume et triplé en valeur en dix ans vers les Etats-Unis, selon l'interprofession InterLoire. "Beaucoup des tendances nouvelles en France donnent le 'la' pour les développements à venir dans le monde du vin" résume Bob Paulinski, acheteur pour le site Stellar Bottles à San Francisco. (...) Il goûte et achète des vins produits en biodynamie, avec des critères encore plus exigeants que le bio : "Les consommateurs veulent du vin propre, pur, et authentique (...) Ici, à Paris, on ne parle que de ça".



### Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** : En France, le poids de l'export dans les utilisations commerciales de la filière s'amenuise.

Une surproduction à l'échelle mondiale s'installe notamment dans le « milieu de gamme ».

Article d'Alexandre Abellan publié le 17/11/2021 sur [www.vitisphere.com](http://www.vitisphere.com)



Vitisphere

## Avenir radieux pour les vins effervescents, le bio et le moyen de gamme

**Se projetant dans la reprise post-pandémie, l'IWSR chiffre les taux de croissance sur les prochaines années des catégories de vins qui seront les plus dynamiques.**

Quelles sont les catégories de la filière vin qui connaîtront les plus fortes croissances à l'avenir ? Sans hésitation, « *en premier ce sont les bulles, ensuite les vins bio/durables et puis le premium (le moyen de gamme)* » réplique Jean-Philippe Perrouty, le directeur de Wine Intelligence (filiale du groupe IWSR), lors d'une conférence de presse ce 16 novembre à Paris (pour le salon WineParis & Vinexpo Paris). Présentant ses dernières prévisions, le statisticien laissait voir en miroir la catégorie qui peinerait le plus à l'avenir : les vins tranquilles, qui affichent des dynamiques bien moins fortes. Ayant marqué une baisse de leur consommation de 6 % en 2020, la reprise des vins tranquilles ne dépasserait pas 2 % en 2021, pour être inférieur à +1 % par an jusqu'en 2025 d'après les projections de l'IWSR (...)

Bien plus touchées pendant la crise sanitaire (avec -10 à -20 % selon les origines), les vins effervescents affichent de plus fortes perspectives de développement (deux à trois fois supérieures aux vins tranquilles). « *Alors que les champagnes ont été les plus touchés par la pandémie (-15 à -20 %), leur reprise est très rapide (+4 % par an). Les autres effervescents (type prosecco et crémants) seraient à +2 ou +3 %* » avance Jean-Philippe Perrouty, qui rappelle que les performances commerciales des vins effervescents sont conditionnées à « *l'atmosphère : l'esprit de fête, l'ouverture des restaurants, les voyageurs internationaux...* »

Autre catégorie en pleine croissance : les vins bio et autres certifications environnementales note l'IWSR. En 2020, les vins bio affichaient une croissance de 6 % de leurs ventes dans le monde, à rebours du repli des autres vins. Globalement, les ventes de vins bio représenteraient 3,5 % des volumes de vins commercialisés globalement en 2021. « *Ça reste un marché secondaire. Mais en croissance de +6 % par an, contre +1 % pour l'ensemble des vins* » note Jean-Philippe Perrouty. Ayant sondé des consommateurs de vins dans le monde (...), Wine Intelligence note que les critères les plus forts sur le développement durable concernent l'emballage (avec un avantage de perception pour les bouteilles face aux BIB). À noter que la notion de développement durable est lié au bio pour un tiers des répondants souligne Jean-Philippe Perrouty.

Autre tendance pour l'analyste : la premiumisation (sachant que premium correspond au moyen de gamme, avec des prix de vente 10 à 20 \$ la bouteille de vin aux Etats-Unis). Amorcée depuis des années, cette premiumisation serait appelée à s'accroître avec « *la mécanique de transfert de la consommation des restaurants vers le domicile* » note Jean-Philippe Perrouty, pour qui cette catégorie de prix sera la plus dynamique ces prochaines années. En témoignent les croissances de 6 à 7 % de ces gammes qui sont enregistrées aux États-Unis et au Royaume-Uni quand l'ensemble des vins est en repli. « *Les croissances des vins premium et effervescent sera encore plus importante que toutes les autres catégories* » ajoute l'analyste, soulignant qu'il reste une inquiétude pour la filière vin : « *les spiritueux prennent des parts de marché sur les vins grâce à leur diversification* ».

Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** : Le « milieu de gamme » ne connaît pas de surproduction à l'échelle mondiale.

La consommation de vin s'accroît dans les pays non producteurs induisant une croissance en volume et en valeur des échanges.

Près d'une bouteille sur 2 passe une frontière entre le producteur et le consommateur



This **market internationalisation index** is constructed as the ratio between the volumes of world wine exports and world wine consumption.

In 2020, the wine market internationalisation index is at 45%, meaning that on average in 2020, of every 2 bottles of wine consumed in the world about 1 has crossed (at least) one border, that is **almost half the wine consumed in the world is imported wine**.

OIV

L'index d'internationalisation du marché est un ratio construit entre les volumes exportés dans le monde et la consommation mondiale. En 2020 cet index atteint 45% ce qui signifie qu'en moyenne, sur 2 bouteilles consommées dans le monde une au moins a passé une frontière. Autrement dit, la moitié des vins consommés importés.

Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** : La consommation de vin ne s'accroît pas dans les pays non producteurs et les échanges internationaux stagnent ou régressent.

Les accords douaniers permettent aux pays producteurs et aux pays consommateurs de mettre en marché sous leur origine, des vins produits à partir de moûts importés et/ou assemblés à partir de vins importés, mais l'UE étiquette spécifiquement les vins non entièrement obtenus sur son territoire.

6.6.2008 FR

*Journal officiel de l'Union européenne L 148/55*

*ANNEXE VI*

## **RESTRICTIONS**

### **C. Coupage des vins**

À moins que le Conseil n'en décide autrement afin de se conformer aux obligations internationales de la Communauté, le coupage d'un vin originaire d'un pays tiers avec un vin de la Communauté et le coupage entre eux des vins originaires de pays tiers sont interdits dans la Communauté.

### **Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus**

**Versus** *Les accords douaniers ne permettent pas aux pays producteurs et aux pays consommateurs de mettre en marché sous leur origine, des vins produits à partir de moûts importés et/ou assemblés à partir de vins importés.*



L'image des vins français est un facteur clé du succès pour la performance à l'export.

Extrait d'un article de Camille Cazanave publié sur le site [www.qqf.fr](http://www.qqf.fr)

## Marché mondial du vin : panique sur le vignoble français ?



(...) **Tous les coups sont-ils permis pour survivre ? Comment dominer le marché du vin sans perdre son identité ? Plusieurs scénarios s'offrent aujourd'hui à la France.**

### 1. Jouer la carte du « french art de vivre » ?

À l'étranger, une bouteille de vin français renferme une valeur symbolique qui excède le seul raisin fermenté : des châteaux, une histoire, un savoir-vivre. Mais cette image d'Épinal produit plus ou moins d'effet selon la maturité des pays en termes de consommation de vin. "Aux États-Unis, c'était encore le cas il y a dix ans. Mais (...) comme notre vin est plus cher que la moyenne, il faut apporter quelque chose en plus, une vraie qualité", explique Étienne Verdier gérant des ventes d'un grand domaine de chablis à l'international. Pour observer la "magie française", il faut aller plus à l'est, notamment en Chine. (...) un vin français reste un cadeau haut de gamme prisé de la classe moyenne montante et des élites. "Dans les restaurants, on peut apporter sa bouteille de vin. Et si elle est française, c'est une marque de richesse, de luxe (...), la bouteille de vin française peut se vendre à 30 ou 40 €", confirme Abigaël Vasselier, coordinatrice du programme Chine et Asie au sein du centre de recherche européen *European Council on Foreign Relations*. Le souci ? Le prix des vins français (...)

### 2. Uniformiser l'appellation des vins ?

(...) Un vin obtient une appellation parce que tel cépage est planté sur telle parcelle avec tel sol et tel climat. Un vrai casse-tête pour les consommateurs étrangers – et français, soyons honnêtes. D'après Étienne Verdier, ce n'est cependant pas une raison pour tout simplifier, bien au contraire : "LAOC, c'est justement ce qui fait notre force, nous différencie et participe au rayonnement des vins français à l'étranger". Pour lui, "c'est aux prescripteurs qu'il faut bien expliquer l'origine de nos vins, c'est-à-dire aux sommeliers, aux cavistes, aux restaurateurs et aux barmen. Ce sont eux qui vendent et parlent de nos vins aux consommateurs". Pas touche aux appellations donc, c'est notre marque de fabrique.

### 3. Provoquer une montée en gamme ?

Les grands crus sont de moins en moins consommés en France et sont davantage exportés à l'étranger, où ils font l'objet d'une dégustation mais surtout d'un placement d'avenir. À l'heure où certaines denrées de base se "premiumisent" (...), le vin n'échappe pas à cette montée en gamme. Aussi, pour Étienne Verdier, il s'agit d'une conclusion logique : "Le futur des vins français passe davantage par une valorisation des vins que l'inverse car cela n'a pas d'intérêt économique de chercher à concurrencer d'autres pays sur une gamme plus basse. Ils le font mieux que nous et moins cher. Ce qu'il faut, c'est produire du meilleur vin".

### 4. Faire du meilleur vin, forcément bio ?

En 2015, les ventes internationales de vins bios français ont fait un bond de 26 %. S'ils ne garantissent pas automatiquement un produit excellent, ils remettent au centre des discussions le travail éthique de la terre. (...) "Le gros du travail, il est à la vigne, précise Étienne Verdier. On ne peut pas faire de magie en cave. Au-delà de l'effet de mode bio ou naturel, il faut aussi apprendre à retravailler les sols, à faire des choses plus saines et propres que les excès que nous avons connus au cours des 30 dernières années".

Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** : L'image des vins français n'est plus un facteur clé du succès pour la performance à l'export.

Chaque région viticole développe une gamme complète de produits (du rosé à faible degré au vin effervescent en passant par le rouge de longue garde) au risque d'une concurrence inter-régionale sur les marchés.



### Quelles sont les principales régions qui produisent du vin rosé ?

Il existe donc des vins rosés dans absolument toutes les régions viticoles de France. Les styles produits sont cependant différents du fait des climats et des cépages à disposition.

#### LES ROSÉS DE PROVENCE ET LES ROSÉS DU SUD

Les principaux sont bien évidemment les rosés de Provence. La région est spécialisée dans cette couleur, et y dédie non moins de 80% de sa production. La Provence réalise 40% de la production de vins rosés en AOC en France. Profitant d'un climat méditerranéen incomparable, les vignes de Provence permettent la confection de vins rosés complexes et savoureux derrière une robe pâle élégante. Ces vins sont produits à partir de Grenache, Cinsault et Syrah principalement. On retrouve également parfois du Mourvèdre, du Cabernet Sauvignon ou encore du Tibouren, un cépage local. Les régions environnantes produisent du rosé sur la base des mêmes cépages (à l'exception du Tibouren) ainsi que sur des cépages locaux propres à chaque terroir. Dans le sud de la vallée du Rhône, notamment, la production de Grenache, de Cinsault et de Syrah permet l'apparition de grands vins rosés. C'est notamment le cas à Tavel, ou le seul cru produit est le fameux rosé de Tavel. De nombreux rosés sont également à trouver en Corse et en Languedoc-Roussillon (principalement dans la partie Roussillon).

#### LE ROSÉ DES RICEYS ET LES ROSÉS DU NORD-EST

Au nord de la Provence, c'est un tout autre cépage qui est roi. Le pinot noir, qui règne en maître sur la Bourgogne, la Champagne et l'Alsace, permet l'élaboration de vins rosés excellents et méconnus.

Le rosé des Riceys est une appellation-phare de ce type de vins rosés et est originaire de champagne. L'avantage du Pinot Noir est de permettre la confection d'un rosé avec une macération plus longue que les cépages du sud, la baie disposant naturellement de moins de tanins. Les rosés de cette partie de la France sont délicats et fruités. On en retrouve en Bourgogne, en Alsace, dans le Jura, en Champagne et dans le Beaujolais.

En Beaujolais, c'est le gamay qui s'exprime à travers des rosés légers et fringants.

#### LES ROSÉS DE L'OUEST, LE NOUVEL EL DORADO ?

Les rosés français proviennent historiquement davantage de la partie Est de l'hexagone. En bordelais et dans le val de Loire, la production n'a cependant cessé d'augmenter et permet de découvrir de nouveaux profils.

Dans la région de Bordeaux et du Sud-Ouest, on retrouve des cépages ronds, aromatiques, structurés et charnus qui offrent de très intéressants rosés : le Merlot, le Cabernet Sauvignon, le Malbec et le Cabernet Franc.

Plus au nord, nous retrouvons certains de ces cépages également et notamment le Cabernet Franc qui y est roi. Dans l'ouest de la vallée de la Loire, des rosés particulièrement gourmands et ronds sont confectionnés à partir des cépages locaux qui sont le pineau d'Aunis et le grolleau noir ou gris. On y retrouve également du Gamay et du Pinot noir, notamment en se rapprochant du centre (Sancerre, Reuilly, Menetou-salon...).

Le monde des vins rosés, bien que méconnu et encore peu exploité hors de la Provence, est tout aussi riche que celui des vins rouges. On y retrouve les mêmes typicités qu'avec les vins rouges : cépages, méthodes et climats se croisent pour offrir un vaste choix de rosé à tout amateur de vins.

\* Source : ladepeche.fr

### Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** Une coordination nationale des régions de production limite la concurrence inter régionale.

› Thème : Consommation, consommation observée et attentes des consommateurs (CON) – 11 hypothèses

CON 148 La consommation de vin dans le monde augmente **Versus** : *La consommation de vin dans le monde diminue*

CON 151+163 La mondialisation de la production et de la consommation rend le consommateur moins spécialiste, et l'éloigne de concept comme la typicité, l'AOC au profit de marques plus simples et de vins qualitatifs sans IG. **Versus** : *Bien que floues, la typicité et l'AOC sont des signes de différenciation valorisés par les consommateurs en France comme à l'international, en alternative ou en complément des marques.*

CON 152 Les consommateurs ont de fortes attentes pour des vins élaborés dans le respect de l'environnement et sains à la consommation. **Versus** : *Le grand public est peu sensible au "vin propre".*

CON 155 La consommation de vins bio augmente, notamment chez les jeunes générations **Versus** : *La consommation de vins bio stagne, les labels "bio" n'intéressent que marginalement les consommateurs.*

CON 168 Les nouveaux marchés extérieurs adoptent le vin attaché à son contexte culturel d'usage. **Versus** : *Le vin pénètre de nouveaux marchés sans référence à son contexte culturel d'usage traditionnel.*

Commentaire verso : En 2040, la demande de vin est devenue mondiale mais n'en est pas pour autant uniformisée, elle est même plus complexe et sophistiquée qu'aujourd'hui.

CON 169 La consommation de vins AOP en France continue de progresser, ou se stabilise. **Versus** : *La consommation de vins AOP en France diminue*

CON 177 Une part importante des consommateurs cherche un plaisir plutôt immédiat, et donc peu de garde en cave ou autres précautions compliquées pour un citadin. **Versus** : *Les consommateurs cherchent des vins de garde et s'intéressent aux précautions à prendre.*

CON 178 Les vins clairs (rosés et blancs) prennent le pas sur les vins rouges (conso mondiale et/ou française) **Versus** : *Les vins clairs (rosés et blancs) ne prennent pas l'ascendant sur les vins rouges (conso mondiale et/ou française)*

CON 179 Nouveaux lieux, nouvelles occasions, nouveaux accessoires font évoluer significativement les modes de consommation du vin. **Versus** : *Nouveaux lieux, nouvelles occasions, nouveaux accessoires restent des gadgets anecdotiques qui ne modifient pas réellement la consommation du vin*

CON 357 Le niveau de consommation individuelle dans le monde est très lié (positivement) à celui des revenus des consommateurs **Versus** : *Le niveau de consommation dans le monde n'est pas lié à celui des revenus des consommateurs*

CON 358 Le consommateur occasionnel considère que le prix des vins est trop élevé et s'oriente vers les entrées de gamme **Versus** *Le consommateur occasionnel est prêt à prendre en considération l'ensemble de la gamme de prix des vins proposés.*

La consommation de vin dans le monde augmente.

## Le monde boit de plus en plus de vin, sauf les Français

Par la rédaction de larvf.com (avec AFP)

La consommation de vin en France devrait continuer à baisser d'ici 2020, surtout le vin rouge. La consommation mondiale poursuivrait sa légère progression, tout comme les spiritueux, selon l'étude Vinexpo/IWSR (International Wine and Spirit Research).



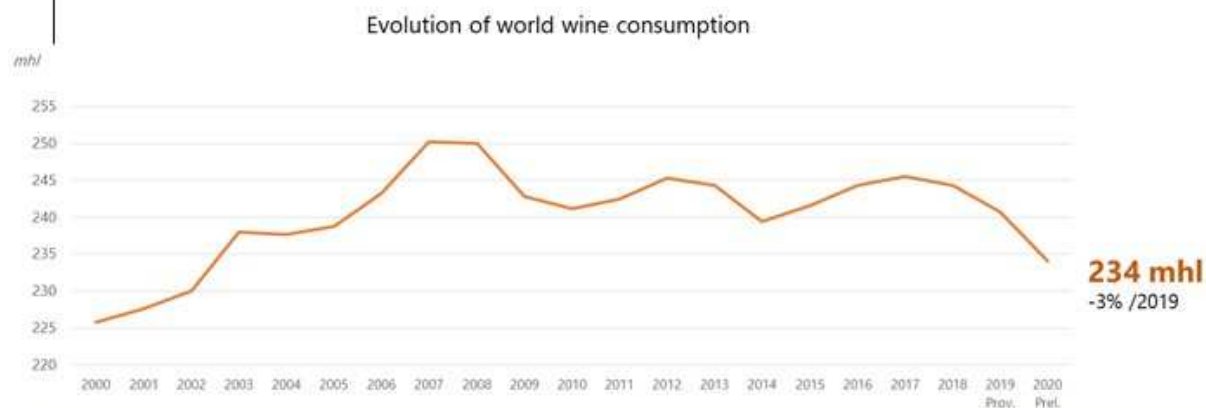
La France, premier pays exportateur de vin en valeur, connaîtrait une diminution de la consommation en volume de 13% entre 2011 et 2020, a souligné cette étude commandée par Vinexpo, le plus grand salon du vin et des spiritueux à Bordeaux. De 100 litres par an en 1975, la consommation par habitant est passée à 47 litres l'année dernière, devenant plus qualitative. Elle devrait encore diminuer d'ici 2020 pour atteindre 43,63 litres. Le Portugal détrônerait ainsi la France de sa place de leader avec 49,79 litres par habitant.

### ROSÉ ET VINS EFFERVESCENTS GRANDS GAGNANTS

Les Français sont toujours attachés au vin rouge qui occupe 52% des parts de marché mais la tendance est à la baisse d'ici trois ans (-12,47%), tout comme le blanc (-4,26%) et les vins tranquilles (-7%). Les gagnants à l'horizon 2020 sont le rosé qui représente 30,8% des parts de marché (+0,52%) et surtout les vins effervescents (+4%), selon l'étude. Dans ce domaine, le champagne représente 90% des exportations françaises de ce type de vins mais la France se fait doubler sur le volume avec la montée du Prosecco italien à l'export, qui représente 30% de la commercialisation des vins français, soit un chiffre d'affaires de 7,9 milliards d'euros en 2016. C'est le deuxième poste excédentaire du commerce extérieur français, le vin représente 30% des exportations françaises.

### CHINE ET INDE SONT LES PLUS GRANDS MARCHÉS EN TERME DE VOLUME

Contrairement à la France, la consommation de vin au niveau mondial a progressé de 0,4% en 2016, soit 267 millions d'hectolitres écoulés. Les États-Unis et la Chine, en tête, sont les plus gros importateurs. "La Chine est amenée à représenter 71,8% de la croissance du marché d'importation en volume à l'horizon 2020", précise l'étude Vinexpo/IWSR, qui porte au total sur 28 pays producteurs et 114 marchés de consommation. Pour les spiritueux, la consommation en France baisse légèrement, avec en tête des ventes le scotch whisky qui représente 35% de parts de marché. Au niveau international, le marché connaît une hausse d'1,4% d'ici trois ans. Les plus grands marchés des spiritueux en volume sont la Chine et l'Inde et en 2020, le marché mondial devrait progresser d'1,4%, principalement en Afrique et au Moyen-Orient (11,4%).



Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** La consommation de vin dans le monde diminue.

La mondialisation de la production et de la consommation rend le consommateur moins spécialiste, et l'éloigne de concept comme la typicité, l'AOC au profit de marques plus simples et de vins qualitatifs sans IG.

## Faut-il abandonner la stratégie multimarque ?

par Alain Delcayre – publié le 25/01/2016 sur le site [www.strategies.fr](http://www.strategies.fr)

# STRATÉGIES

**En généralisant au niveau mondial sa nouvelle politique de marque unique, Coca-Cola relance le débat sur l'intérêt de privilégier une «masterbrand» ou au contraire des marques-filles. Une question de coûts, mais aussi de gestion des pouvoirs en interne.**

Inaugurée l'an dernier dans quelques pays européens dont la France, pays pilote, la nouvelle stratégie marketing de Coca-Cola a été lancée mondialement lors d'une conférence de presse à Paris le 19 janvier dernier (...) la stratégie marketing (...) opère un changement radical : c'est désormais sous une même marque ombrelle que s'exprimeront ses différentes marques-filles. Les Light (lancée en 1988), Zero (2007) et Life (2014) perdent ainsi leur statut de marque avec leur univers, leur identité et leur communication spécifiques pour devenir de simples variantes complémentaires et alternatives au Coca Classic. Toutes les campagnes feront désormais apparaître la marque dans son intégralité, à l'exception de communications plus tactiques. «*La nouvelle approche de marque unique va permettre de faire rayonner les valeurs de la marque Coca-Cola à l'ensemble des produits Coca-Cola, en renforçant notre engagement d'offrir un choix clair aux consommateurs*», résume Marcos de Quinto, chief marketing officer de The Coca-Cola Company. Ce changement de stratégie opéré par le groupe américain relance le débat sur les «masterbrands». «*De nombreux clients nous questionnent en effet depuis quelque années sur l'opportunité d'"ombrelliser" leurs différentes marques*», reconnaît Brice Auckenthaler, cofondateur et associé de Tilts Ideas, agence-conseil spécialisée dans l'innovation, la marque et la prospective. «*Il y a un besoin de simplification et de clarification des portefeuilles de marques*» (...) Mais bien souvent, la première motivation de cette démarche est d'abord financière. C'est généralement un moyen de rééquilibrer la part de voix en faveur de la marque centrale et d'éviter une trop forte dilution de sa prise de parole. «*Pour atteindre un niveau de GRP suffisant, chaque marque doit investir autant que la marque-mère*», constate Georges Lewi, spécialiste des marques. Un objectif clairement recherché par Coca-Cola, qui compte **avec cette nouvelle stratégie de marque unique concentrer ses investissements publicitaires**. (...) Un autre paramètre, interne cette fois, et loin d'être négligeable, explique également l'intérêt de cette stratégie, notamment pour les grands groupes. «*La multiplication des marques et leur autonomisation font peser le risque des "bannières" autour desquelles se forment en interne des équipes indépendantes, parfois mêmes concurrentes, avec leur propre budget, leur propre stratégie, créant des conflits de pouvoir au sein de l'entreprise*» (...) **Pour autant, la stratégie multimarques a aussi ses avantages**. Cela permet de **jouer la carte de la segmentation, de toucher différentes cibles** et donc de ratisser plus large. «*Quand chaque marque a son discours et son positionnement avec des produits différenciant, cela permet de verrouiller plusieurs segments de marché*», observe Brice Auckenthaler, de Tilts Ideas. «*En investissant moins sur Coca Zero, la marque prend le risque de perdre une partie de la cible d'hommes et de cadres attirée par le discours de cette marque-suffixe*», prévient Georges Lewi, pour qui la stratégie des marques-filles reste l'idéal, car elle permet de segmenter le marché tout en bénéficiant de la puissance de la marque leader. «*Mais, manifestement, Coca-Cola devait avoir un problème de "bannières" à régler en interne.*»

### Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** Bien que floues, la typicité et l'AOC sont des signes de différenciation valorisés par les consommateurs en France comme à l'international, en alternative ou en complément des marques.

Les consommateurs ont de fortes attentes pour des vins élaborés dans le respect de l'environnement et sains à la consommation.

## Le vin bio sans le soufre

Le Monde.fr

par JP Gén , publié le 15/09/2015 sur le site www.lemonde.fr

**Ils sont quatre. Jérôme Van der Put, journaliste belge, auteur de *Vin bio, mode d'emploi*, (Jean-Paul Rocher, 2006) ; Martin Schultes, Italo-Allemand, ancien assistant parlementaire européen travaillant pour différentes ONG ; Philippe Mesnier, Français, spécialiste de la réglementation viticole européenne, vigneron en Touraine et Olivier Paul-Morandini, Italo-Belge, lobbyiste citoyen et « apprenti-vigneron » sur la côte toscane.**

Quatre défenseurs du vin propre, qui ne se satisfont pas des nouvelles directives européennes pour la vinification bio, entrées en vigueur en août 2012. Elles permettent en effet une quarantaine d'additifs et de manipulations diverses (usage de levures, de copeaux de chêne, osmose inverse, préparations enzymatiques...) et autorisent le soufre (SO<sub>2</sub>)   hauteur de 100 mg/litre pour les rouges et de 150 mg/litre pour les blancs. (...) Ces amoureux du vin qui se sont rencontrés au hasard des salons ou des conférences ne sont pas de dangereux révolutionnaires partant à l'assaut de la forteresse bruxelloise.

### Une démarche pour aider le consommateur

« Notre objectif n'est pas de stigmatiser l'institution européenne, mais avant tout d'offrir une meilleure "transparence" au consommateur pour qu'il puisse faire son choix en disposant de toutes les informations. » Familiers des rouages de l'administration communautaire, ils ont pris prétexte de la décision de la Commission européenne, en juin, de réviser la réglementation bio dans son ensemble, pour proposer deux amendements concernant le vin à propos des sulfites et des levures.

« Pour les sulfites, la contre-étiquette devra préciser la quantité de 50 mg/l en 50 mg/l, jusqu'à la limite maximale autorisée pour le vin biologique, donc de 0   50, de 50   100 et de 100   150 et celle-ci devra, en outre, indiquer "Ajout de levures" lorsqu'un vin aura subi cette intervention au cours de la vinification. » Ces deux modifications de la directive européenne relative aux vins biologiques seront soumises avant la fin de 2015, par l'intermédiaire du député socialiste belge Marc Tarabella, à la commission agriculture au Parlement européen, à Strasbourg. Si celle-ci les accepte, elles seront, ensuite, présentées devant la Commission,   Bruxelles.

« Si la proposition n'est pas retenue, elle viendra devant l'Assemblée   Strasbourg, et alors qu'il suffit de 40 députés pour qu'elle passe en commission, nul doute qu'elle en rassemblera plusieurs centaines sur les 751 réunis en séance plénière. Qui va refuser — et avec quels arguments — que le consommateur puisse lui-même mesurer le niveau de sécurité de ce qu'il va mettre sur sa table ? Qui va oser aller contre ça ? », s'interroge Olivier Paul-Morandini. « Nous ne sommes pas dans une situation où l'on veut empêcher les industriels de produire comme ils en ont envie. En revanche, il convient de les empêcher d'utiliser un signe qualitatif distinctif — le bio. Si vous êtes entre 20 et 30 mg ou entre 130 et 150 mg de sulfites pour un blanc, ce n'est pas la même chose. En termes de dégustation, d'émotion et de tenue du vin certainement. Alors, laissons à chaque dégustateur le droit de choisir quel type de vin il désire boire. »

Nos quatre mousquetaires ne sont pas des dogmatiques et se fixent avant tout un but pédagogique et démocratique, préférant s'adresser au citoyen plutôt qu'au consommateur. « Notre démarche est positive et doit porter vers le haut la qualité du travail fourni par les vigneronns qui n'utilisent pas tous les produits autorisés et qui, d'ailleurs, ne mettent pas le logo bio européen — la feuille verte avec les étoiles — sur leurs bouteilles. » Et pourquoi pas, à terme, une nouvelle catégorie mentionnant simplement : vin sans intrants.

Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

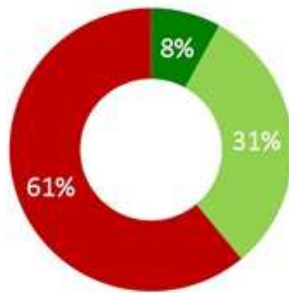
**Versus** : Le grand public est peu sensible au "vin propre".

La consommation de vins bio augmente, notamment chez les jeunes générations.

## Observatoire européen de la consommation des vins bio

**Plus de la moitié des Français a déjà consommé du vin bio contre un tiers des Allemands et moins d'un Britannique sur trois**

*Question : Avez-vous déjà consommé des vins biologiques ?*



% Oui : 39  
+9 points vs 2015

	% OUI	*	Dont «Oui, et vous en consommez régulièrement»	*
Ensemble	39	+9	8	+4
	54	+18	11	+6
	29	+8	5	+3
	33	+2	8	+4

\* Évolutions vs juillet 2015

Oui, vous en consommez régulièrement | Oui, vous en consommez de temps en temps | Non, vous n'en avez jamais consommé

Base : Ensemble

11 Observatoire européen de la consommation de vin biologique - MillésimoBio/ Ipsos - octobre 2021



### Les caractéristiques des consommateurs de vin bio

#### Ceux qui consomment du vin bio

- Les cadres**  
(61% contre 32% des ouvriers)
- Les Français**  
(54% contre 33% des Allemands et 29% des Britanniques)
- Les plus diplômés**  
(48% contre 25% des moins diplômés)
- Les plus aisés**  
(48% contre 26% des revenus les plus faibles)
- Les jeunes**  
(46% des moins de 35 ans contre 38% des 55 ans et plus)
- Les hommes**  
(42% contre 35% des femmes)
- Les Parisiens et les Londoniens**  
(75% des habitants de l'agglomération parisienne et 45% des habitants du grand Londres)

#### Comparaison avec le profil des consommateurs de vin

- Les plus aisés
- Les cadres
- Les plus diplômés
- Les seniors
- Les Français
- Les hommes

12 Observatoire européen de la consommation de vin biologique - MillésimoBio/ Ipsos - octobre 2021



### Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** La consommation de vins bio stagne, les labels "bio" n'intéressent que marginalement les consommateurs.

Les nouveaux marchés extérieurs adoptent le vin attaché à son contexte culturel d'usage.



**Aux Etats-Unis**, le vin reste majoritairement consommé en dehors des repas et au domicile, qui représentait déjà de 84% de la consommation en volume en 2019 (Nielsen, 2020).

**En Chine**, il est rare de boire du vin au cours d'un repas, mais une des grandes tendances constatées depuis le milieu des années 2010 est que la consommation au domicile prend le pas sur les réseaux de la restauration. (...) Lors des repas d'affaires, dans les hôtels et karaokés, lieux où le vin s'est maintenant fait une place, on boit surtout pour une question d'image et de statut social.

**En Inde** La préférence indienne va aux vins tranquilles et en particulier aux vins de table. Le contexte dans lequel le vin est consommé en Inde continue de se rapprocher du schéma anglo-saxon qui est de boire sans accompagnement. En effet, la cuisine Indienne étant relativement épicée et plus de 29% environ de la population étant strictement végétarienne, il est certain que les associations mets-vins ne sont pas simples à trouver (...) Cependant, les vins liquoreux comme le Sauternes ou Muscat s'y adaptent très bien et les Indiens trouvent un réel intérêt à ce type de vins. La plupart de la consommation de vin se déroule donc avant les repas.

**Au Brésil**, bien que la consommation de vin continue à être associée à des occasions spéciales et festives, on assiste à l'émergence de consommateurs réguliers qui déguste du vin entre amis ou entre collègues, à la maison, mais surtout dans les cafés et les restaurants. Traditionnellement, les ventes, notamment de vin blanc, se concentraient sur les mois de l'hiver austral (juillet et août) en raison de la chute des températures et durant l'époque de Noël où le vin est perçu comme un cadeau apprécié. Aujourd'hui, la saisonnalité des ventes s'estompe, bien que le deuxième semestre de l'année présente toujours de meilleurs résultats que le premier au niveau des ventes.

**En Australie** La consommation de vin se fait principalement pendant les repas, que ce soit au restaurant, en famille, chez soi ou entre amis, lors des traditionnels barbecues du week-end et des vacances. En 2020, le vin aura encore gagné du terrain sur la bière, boisson traditionnelle australienne. La tradition anglo-saxonne des soirées au « pub » ou du verre entre collègues après le travail favorise la consommation de vin, surtout pour les femmes qui le consomment de plus en plus régulièrement, au détriment de la bière. Prendre un verre de vin blanc comme apéritif est devenu une pratique courante.

### Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** *Le vin pénètre de nouveaux marchés sans référence à son contexte culturel d'usage traditionnel.*

*Commentaire verso : En 2040, la demande de vin est devenue mondiale mais n'en est pas pour autant uniformisée, elle est même plus complexe et sophistiquée qu'aujourd'hui.*



La consommation de vins AOP en France continue de progresser, ou se stabilise.

**Extrait (p.13) du bilan 2020 des « ventes et achats de vins tranquilles » publié par FranceAgriMer en juin 2021**



### Le marché des vins AOP

En 2020, les ventes de vins AOP en grande distribution ont enregistré des pertes par rapport à 2019 (22,4% en volume et -2,1% en valeur) et par rapport à la moyenne quinquennale 2015/2019 (-13,2% en volume et -6,6% en valeur).

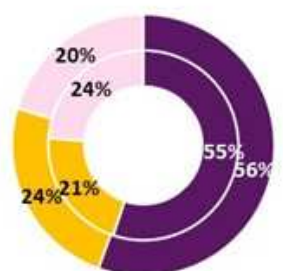
Ces ventes ont représenté 3,8 millions d'hl et un chiffre d'affaires de 2,5 milliards d'euros. Leur prix moyen a augmenté de 0,4% vs 2019 et de 7,3% vs 2015/19, soit 6,98 €/litre.

### Le marché des vins AOP en grande distribution Année 2020

**Volume : 3,8 millions d'hl**  
- 2,6 % vs 2019  
- 13,2 % vs moy. 2015/2019

**Valeur : 2,6 milliards d'€**  
- 1,9 % vs 2019  
- 6,6 % vs moy. 2015/2019

Structure des ventes par couleur

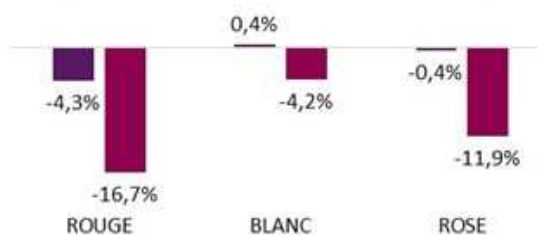


■ ROUGE ■ BLANC ■ ROSE

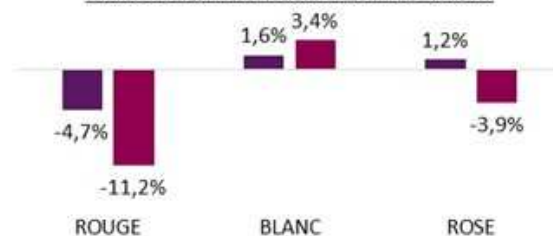
Cercle interne = volume

Cercle externe = valeur

Évolution des ventes d'AOP en volume



Évolution des ventes d'AOP en valeur



(Source Symphony IRI – élaboration FranceAgriMer)

Par couleur les ventes de vins AOP rouge ont été en recul en volume et en valeur quand les vins AOP blancs et rosés se sont stabilisés en volume et ont progressé en valeur par rapport à 2019. en revanche, par rapport à la moyenne 2015/19, toutes les couleurs ont été en replis en volume et en valeur à l'exception du chiffres d'affaires des vins AOP blancs.

**Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus**

**Versus** La consommation de vins AOP en France diminue.

Une part importante des consommateurs cherche un plaisir plutôt immédiat, et donc peu de garde en cave ou autres précautions compliquées pour un citoyen.

## Le concept



**Vins de copains, un concept unique pour faire rimer vins, plaisirs et partages.**

### Une histoire de partage...

Le concept vins de copains est né lors d'une soirée entre copains suite à un constat : on n'achète plus nos vins comme nos parents... Nous recherchons le plaisir immédiat (à part quelques millésimes symboliques, une rencontre, une union, une naissance).

Beaucoup d'amateurs de vins ont du mal à trouver sur Internet des sites vraiment indépendants, des conseils simples pour dénicher des vins de qualité à prix abordable. C'est de ce constat que l'histoire commence... Notre volonté est de vous proposer une sélection de vins achetés directement chez les vigneron, de vous conseiller dans vos choix et de partager avec vous nos découvertes. Santé ! (et modération)

NOTRE CONCEPT : DE BONS VINS, ORIGINAUX, À DÉGUSTER ENTRE COPAINS.

### En lien direct avec nos producteurs !

Nous sillonnons les routes des vins et les salons (vignerons indépendants, Vinexpo, et autres salons réservés aux professionnels) à la découverte de nouveaux vigneron et pour déguster les derniers millésimes. Nous achetons nos vins fermes et les entreposons dans notre cave du Vieux Lille.

UNE SÉLECTION COMPOSÉE DE NOS COUPS DE CŒUR.

### Des vins testés et approuvés !

Pour nous, chaque vin est un plaisir unique et mérite d'être dégusté.

Nous portons une attention particulière au goût et au plaisir procuré. Ca paraît évident, mais notre critère de sélection tient en une phrase « c'est bon ça ! ».

C'est à partir de nos sensations, vue, odorat, goût que nous sélectionnons nos vins afin de vous proposer des vins prêts à boire (sauf quelques exceptions bien identifiées) et qu'un passage par votre cave quelques années peut être envisagé mais pas indispensable.

Il y en a pour tous les goûts : rouges, blancs, rosés, secs, doux ou effervescents.

POUR PLUS DE CONSEILS, CONTACTEZ-NOUS !

### A chaque instant, son vin !

Les bons vins que l'on propose sont faits pour être partagés entre copains pour toutes les occasions, entre amis ou en famille : barbecue d'été, anniversaire, soirée autour du feu, apéro dînatoire, autour d'un plat gourmand...

Faites votre choix, nous vous livrons à domicile...

PROFITEZ IL N'Y A PLUS QU'À DÉGUSTER !

**Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus**

**Versus** Les consommateurs cherchent des vins de garde et s'intéressent aux précautions à prendre.

Les vins clairs (rosés et blancs) prennent le pas sur les vins rouges (conso mondiale et/ou française).

## Le marché du vin rosé vit des jours ensoleillés

26 août 2020

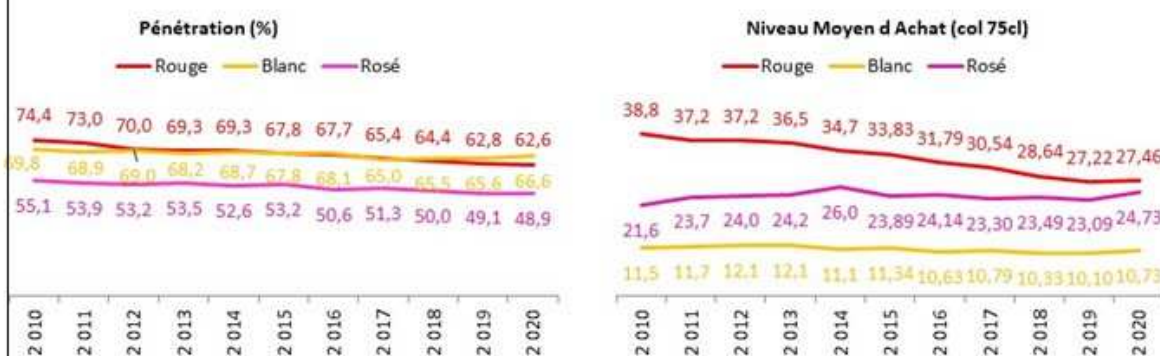
**Le vin rosé ne connaît pas la crise. Pendant le confinement, c'est le seul vin à avoir augmenté ses ventes. Au-delà de la tendance, le rosé made in France s'inscrit comme une référence, aussi bien sur le territoire que dans le monde.**

Quand vient la fin de l'été, le rosé se sert toujours bien frais. En dix ans, en France, les ventes en volume dans les grandes distributions ont augmenté de 20 %, tandis que le rouge a diminué de 28 %. Cette croissance s'explique par l'évolution des mentalités. « Les jeunes ont démocratisé le rosé. Bien qu'il reste un vin d'été et d'apéro, il prend sa place à table toute l'année », explique Jean-Marie Cardebat, économiste des vins et président de l'European Association of Wine Economists. Les viticulteurs ont su surfer sur cette tendance et faire de la France le premier pays producteur, consommateur et exportateur au monde.

### Le rosé, une tendance qui s'impose

Pendant le confinement, les « apéros-zoom » et les « skypéros » étaient souvent synonymes de verre de rosé à distance. Et les chiffres le prouvent puisqu'il est le seul vin à avoir connu une hausse des ventes de 3,5 % pendant cette période. « Son prix relativement bas et le taux d'ensoleillement sont les deux critères qui favorisent les ventes », affirme Jean-Marie Cardebat. Depuis plusieurs années, la consommation mondiale de rosé n'a fait qu'augmenter. Entre 2002 et 2018, elle a bondi de 40 %. Et sa progression ne devrait pas s'arrêter de sitôt. Aujourd'hui à 26 millions d'hectolitres, la consommation mondiale devrait dépasser les 30 millions en 2035, selon l'Observatoire du rosé. « Il reste encore un vin de saison. En cassant la saisonnalité, de nouvelles opportunités naîtront ».

## Évolution des indicateurs d'achats de vins tranquilles par couleur



Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** Les vins clairs (rosés et blancs) ne prennent pas l'ascendant sur les vins rouges (conso mondiale et/ou française).

Nouveaux lieux, nouvelles occasions, nouveaux accessoires font évoluer significativement les modes de consommation du vin.

## **Pratiques et consommation : en quoi le confinement et la crise sanitaire ont modifié notre façon de consommer le vin ?**

Extrait d'un article publié le 24 novembre 2020 sur le site [bicyclettedepaul.fr](http://bicyclettedepaul.fr)



(...) Alors que de nombreux médias clament que la consommation de vin en France a baissé durant le premier confinement, d'autres affirment qu'au contraire, les Français, en mal de socialisation auraient augmenté leurs occasions de boire. Alors augmentation ou baisse ? Ce qui est sûr c'est que nos pratiques changent. (...)

### **1. LA PRATIQUE DES APEROS VIRTUELS**

(...) Cette pratique, peu commune avant le confinement a aujourd'hui littéralement bousculé notre façon de consommer. Non seulement dans la pratique en elle-même : face à son écran, seul ou accompagné, en pyjama ou apprêté, on casse les codes de l'apéro classique. Peu importe la mise en scène, l'important est l'interlocuteur en face. L'apéro virtuel se traduit comme le moment de la journée, où l'on s'autorise à « sortir de chez soi », de sa routine, de son salon et retrouver un semblant de vie sociale.

#### **Mais alors pourquoi le vin est-il au centre des apéros virtuels ?**

(...) le vin est depuis toujours une boisson sociale, vecteur de culture, qui se boit à plusieurs, qui réunit autour d'une table et plus si affinité. (...) Grâce à l'envoi et la réception de colis : il est de plus en plus commun de faire parvenir, par la poste, à un être cher, une bouteille accompagnée d'un ballon et d'une carte : « Alors, on se la boit quand ? », une pratique vraiment sympathique qui permet de rappeler à l'autre qu'on pense à lui. Même à distance, le vin rapproche et permet d'interagir. (...)

### **2. QU'EN EST-IL DE LA DÉGUSTATION ?**

(...) En confinement on réinvente aussi la notion de dégustation ! On l'a évoqué, devant son écran avec ses amis mais aussi grâce aux dégustations virtuelles organisées par certains cavistes, ou encore par le biais de box. Notez-y de nombreux avantages : depuis son canapé, pas besoin de prendre le volant, ni de recracher ! Il existe même des soirées dégustations de vin en ligne pour les célibataires. (...) Mensuelle ou occasionnelle, la box permet de se faire plaisir et de découvrir de nouveaux arômes. Les box ont un succès fou : calendrier de l'avant, box mensuelles (une bouteille à découvrir par mois, des échantillons de vin à tester...) (...) L'avantage est que, de nombreuses marques proposent un choix personnalisé de vin grâce à un questionnaire rempli au préalable afin de connaître à minima, les goûts des clients. (...)

### **3. VENTES EN LIGNE : NOUVELLES FAÇONS D'ACHETER LE VIN**

(...) Drive, click and collect, commandes en ligne... depuis le confinement, les français commandent de plus en plus sur Internet. (...) l'achat de vin en ligne s'explique aussi par la volonté des consommateurs de s'informer. « 40 % des Millennials ont au moins une application dédiée au vin sur leur smartphone ou sur leur tablette, contre 23 % pour les plus de 40 ans », remarque FranceAgriMer. Les sites ont effectivement su trouver leurs avantages en déployant plusieurs stratégies pour informer les consommateurs, des « chatbox », des notations des vins par des œnologues, des vidéos de vignerons et surtout la publication des avis des internautes. (...)

#### **Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus**

**Versus** Nouveaux lieux, nouvelles occasions, nouveaux accessoires restent des gadgets anecdotiques qui ne modifient pas réellement la consommation du vin.

Le niveau de consommation individuelle dans le monde est très lié (positivement) à celui des revenus des consommateurs.

Extrait d'un article de Frédérique Hermine publié le 10/02/17 sur le site [www.terrede vins.com](http://www.terrede vins.com)

## Étude SoWine : que boivent les « Millennials » ?

*Terre de Vins*

L'agence SoWine a récemment divulgué, pendant Vinisud, les résultats comparés d'une étude sur les habitudes de consommation des « Millennials » (21-35 ans), à New York et à Londres. Nous les avons traduits en quatre profils, Ryan et Madison côté Amérique, Nelson et Katie côté Manche. Des exemples à méditer pour l'exportation des vins français... et les évolutions de la consommation en France ?

### À New York

Ryan et Madison sont plus connaisseurs que leurs amis britanniques, Nelson et Katie : ils se considèrent aussi plus experts ou au moins amateurs éclairés, en tout cas plus intéressés. (...) Il faut dire qu'à New York, le niveau de connaissances progresse plus fortement avec l'âge mais comme à Londres, l'intérêt pour l'univers du vin est clairement lié au niveau de revenus. Ils ont déjà participé à des cours de dégustation comme les deux tiers des millennials new-yorkais et ont suivi un atelier de dégustation en ligne, ils ont même été abonnés à une box vin comme près de la moitié de leurs amis et ont déjà visité un vignoble à l'instar des trois quarts des jeunes new-yorkais. Ici, les consommateurs de vins fréquents et réguliers sont plus nombreux et se déclarent amateurs éclairés. Ils privilégient en général les vins américains, avant ceux de France, d'Italie, d'Espagne mais aussi du Chili et d'Argentine. (...) Ryan et Madison se renseignent systématiquement avant d'acheter une bouteille et choisissent en fonction du pays d'origine, du prix, du cépage, et surtout en fonction de la marque ou du producteur. Ils aiment tester de nouveaux vins à chaque achat, notamment chez les cavistes et au resto, parfois sur internet, n'hésitant pas à payer en moyenne plus de 20\$. Ils préfèrent les bouteilles à étiquettes design mais avec un bouchon liège.

### À Londres

Nelson et Katie ne se considèrent pas comme connaisseurs, juste intéressés et glanant des informations auprès des mêmes sources que leurs amis new-yorkais, notamment leur entourage. Ils ont déjà suivi des cours de dégustation, certains de leurs amis ont même suivi des ateliers en ligne et ont été abonnés à une box vin. La moitié d'entre eux ont déjà visité un vignoble avec dégustation. Ils privilégient clairement les vins français mais ils apprécient aussi les vins italiens, espagnols mais également la production australienne, anglaise, sud-africaine, Commonwealth oblige. Ils ont un petit faible pour le merlot, le chardonnay, le pinot noir et le sauvignon blanc. (...) Mais plus ils vieillissent, plus ils font attention à leur santé et limitent les excès. Quand ils achètent une bouteille, en moyenne à 6-12€, ils aiment tester de nouveaux vins mais les critères de choix restent d'abord le prix, l'offre promo étant décisive, puis l'origine et la qualité gustative. Ils sont surtout attachés aux étiquettes claires et lisibles mais plutôt traditionnelles et préfèrent les bouteilles à capsule à vis.

Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** Le niveau de consommation dans le monde n'est pas lié à celui des revenus des consommateurs.

Le consommateur occasionnel considère que le prix des vins est trop élevé et s'oriente vers les entrées de gamme.

Extrait d'un article publié le 30 juillet 2021 par Rédaction Clisson sur le site [actu.fr/pays-de-la-loire](http://actu.fr/pays-de-la-loire)

## Vin : comment les consommateurs perçoivent et jugent le muscadet ?

**L'Hebdo**  
de Sèvre & Maine

**La dernière enquête conso sur le muscadet donne de précieux enseignements. Parmi les résultats, celui du prix que le consommateur est prêt à mettre dans une bouteille de muscadet.**

(...) Huit ans après la précédente enquête, la Fédération des vins de Nantes et le syndicat des Vignerons indépendants ont commandé une étude consommateurs. (...)

### Prix à payer

Reste l'un des points forts de l'étude : le niveau de consentement auquel le consommateur est prêt à payer une bouteille de muscadet. L'étude indique que la valeur perçue d'une bouteille de muscadet avoisine aujourd'hui les 6 euros. Pour environ 65 % des personnes qui ont répondu, le prix d'acceptabilité ressort à 6 à 7 euros.

Par rapport à la dernière étude de 2013, ce prix médian lié à la valeur d'une bouteille de muscadet a gagné un euro. « *Toute vente en dessous de 5 euros détruit de la valeur et de l'image. Cela n'a pas de sens* », commente François Robin [délégué en charge de la communication de la Fédération des vins de Nantes].

Le résultat est engageant. L'enjeu demain sera de s'appuyer sur cette enquête pour faire en sorte de supprimer tous les muscadets en dessous de 5 euros.

« *La consommation de vin devient plus occasionnelle. On veut se faire plaisir et faire plaisir avec un vin dont l'acte d'achat est lié aux critères de qualité et de statut* », poursuit le délégué à la communication.

De nouvelles tendances de consommation qui sont les défis de demain à saisir pour le pays nantais.

### Jeunes actifs aussi à séduire

Aujourd'hui connu et reconnu pour sa qualité, le muscadet va devoir séduire une nouvelle frange de consommateurs plus jeunes. Des jeunes actifs épicuriens qui aiment la gastronomie, la convivialité et qui cherchent à mettre du sens dans leur acte d'achat.

En privilégiant notamment les vins locaux, le consommer responsable et respectueux de l'environnement. La proximité de la métropole de Nantes, bassin de consommation important, est une chance pour le vignoble nantais. « *C'est une vraie opportunité et un vrai potentiel de développement* », reconnaît François Robin.

Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** Le consommateur occasionnel est prêt à prendre en considération l'ensemble de la gamme de prix des vins proposés.

› Thème : Contexte politique & économique général (CPEG) – 2 hypothèses

CPEG 189 Les politiques responsables des principales économies (≈ G20) rejettent le protectionnisme pour maintenir un système relativement ouvert avec des zones économiques interdépendantes. **Versus** : *En réaction aux dérives de la mondialisation (libre-échange généralisé et total avec risques de perte d'identité et de mise en concurrence frontale de tout et de tous), le libre-échange est remis en cause (d'abord dans les pays occidentaux - cf. BREXIT, Etats-Unis, ... - puis dans d'autres pays).*

CPEG 193 L'UE continue à soutenir fortement l'agriculture en soumettant les aides à des conditions environnementales et de développement **Versus** : *L'UE restreint fortement les soutiens financiers à l'agriculture.*

Les politiques responsables des principales économies ( $\approx$  G20) rejettent le protectionnisme pour maintenir un système relativement ouvert avec des zones économiques interdépendantes.

*Chronique de Jean-Hervé Lorenzi publiée le 20 mai 2020 sur le site [www.lesechos.fr](http://www.lesechos.fr)*

## Le retour de la politique industrielle

LesEchos.fr

**La politique industrielle n'est plus un mot tabou et les Français appellent de leurs vœux un vaste mouvement de relocalisation. Avec toutes les difficultés que cela comporte - retour d'une forme de protectionnisme, hausse des prix des biens fabriqués localement -, ce mouvement de réindustrialisation doit être accompagné par les pouvoirs publics pour être le plus efficient possible, écrit Jean-Hervé Lorenzi.**

Le mot longtemps tabou de politique industrielle est désormais avancé par les uns et les autres. La raison en est simple : les Français ont été effarés, à la lumière de cette crise, de l'état de délitement de notre industrie et des effets d'une stratégie des vingt dernières années de délocalisation d'une grande partie de nos activités. A plusieurs reprises, la question était déjà apparue au cours de ces dernières années, par exemple au moment du CICE. Et puis avec les « gilets jaunes », dont l'un des motifs de révolte était la disparition, dans des milliers de communes, de ces petites activités et ateliers qui leur donnent vie. (...) Aujourd'hui on parle de relocalisations, souhaitées de manière un peu abstraite par une grande majorité de Français, de souveraineté, de projets européens. (...) Nous disposons aujourd'hui d'informations sur les relocalisations depuis une dizaine d'années tant aux Etats-Unis qu'en Europe. (...) Pourquoi sont-elles quatre fois plus nombreuses aux Etats-Unis qu'en Europe ? Parce qu'elles sont portées par un discours et une volonté politiques inexistantes chez nous, et bien aidées fiscalement. (...) Il convient aussi de privilégier les territoires et les lieux où se côtoient industriels, chercheurs et institutions financières. (...)

### « Protectionnisme éducateur »

Il est des domaines de souveraineté où sont apparus nos cruels manques (...) et pour lesquels il faut recréer, s'il le faut sous impulsion publique, des capacités de production. (...) Il est urgent de faire évoluer la politique européenne de la concurrence afin de renforcer notre compétitivité. On pense aussi à la création de Gafa européens, ce qui supposera un soutien financier massif de l'Europe et vraisemblablement des mesures de protection pour leur permettre de se développer. L'intérêt, dans certains cas, d'un « protectionnisme éducateur » avait été signalé par Friedrich List dès le XIXe siècle ! Nous avons supprimé, il y a vingt ans, par grande naïveté, le ministère de l'Industrie. Il faut recréer, au sein du ministère de l'Economie, une direction de l'industrie s'appuyant sur les directions existantes du Trésor et des entreprises mais ayant autonomie et autorité pour lancer ce que les Français souhaitent en priorité, c'est-à-dire des territoires de conception et de production. Avec, à la clé, de la croissance et des emplois.

### Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** *En réaction aux dérives de la mondialisation (libre-échange généralisé et total avec risques de perte d'identité et de mise en concurrence frontale de tout et de tous), le libre-échange est remis en cause (d'abord dans les pays occidentaux - cf. BREXIT, Etats-Unis, ... - puis dans d'autres pays).*



L'UE continue à soutenir fortement l'agriculture en soumettant les aides à des conditions environnementales et de développement.

Extrait du site officiel de l'Union européenne <https://ec.europa.eu>



## Conditionnalité

### Lier l'aide au revenu au respect des règles de l'Union européenne.

#### Objectifs de la conditionnalité

Le système de conditionnalité encourage les agriculteurs à se conformer aux normes strictes de l'UE en matière de santé publique, végétale et animale et de bien-être des animaux. La conditionnalité contribue à rendre l'agriculture européenne plus durable.

#### La conditionnalité expliquée

Pour bénéficier de l'aide au revenu de l'UE, les agriculteurs doivent respecter un ensemble de règles de base. On appelle «conditionnalité» le fait de lier le soutien apporté aux agriculteurs au respect de ces règles. Les règles que les agriculteurs doivent respecter comprennent :

- les exigences réglementaires en matière de gestion: elles s'appliquent à tous les agriculteurs, qu'ils reçoivent ou non une aide au titre de la politique agricole commune (PAC);
- les exigences réglementaires en matière de bonnes conditions agricoles et environnementales : elles ne s'appliquent qu'aux agriculteurs bénéficiant d'une aide au titre de la PAC.

Les agriculteurs qui enfreignent la législation de l'UE en matière d'environnement, de santé publique et animale, de bien-être des animaux ou de gestion des terres voient les aides de l'UE réduites et s'exposent à d'autres sanctions.

#### Exigences réglementaires en matière de gestion

Tous les agriculteurs (...) doivent respecter les exigences réglementaires en matière de gestion (ERMG). Les ERMG comprennent les règles de l'UE relatives à la santé publique, animale et végétale, au bien-être des animaux et à l'environnement. (...)

#### Bonnes conditions agricoles et environnementales

Les agriculteurs bénéficiant d'une aide au titre de la PAC doivent respecter, en plus des exigences réglementaires en matière de gestion, les normes de l'UE relatives aux bonnes conditions agricoles et environnementales des terres (BCAE). Ces normes sont destinées à : prévenir l'érosion des sols en imposant une couverture minimale des sols et des pratiques minimales en matière de gestion des terres ; préserver la structure des sols et leur teneur en matières organiques ; maintenir des prairies permanentes ; protéger la biodiversité et garantir la conservation des caractéristiques paysagères (...); protéger et gérer l'eau en établissant des bandes tampons le long des cours d'eau, en soumettant à autorisation l'utilisation de l'eau à des fins d'irrigation et en protégeant les eaux souterraines contre la pollution. (...)

#### Nouvelle PAC : 2023-2027

(...) Dans le cadre de la nouvelle PAC, des modifications seront apportées aux systèmes existants de conditionnalité et d'écologisation, afin de prendre en compte les ambitions écologiques plus élevées et de contribuer aux objectifs du pacte vert pour l'Europe. Il s'agit notamment de mettre en place des programmes écologiques, qui prévoient des mesures d'incitation plus fortes en faveur de pratiques agricoles respectueuses du climat et de l'environnement. Les mesures actuelles s'appliquent jusqu'en 2023, conformément aux dispositions du règlement transitoire de la PAC.

Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** L'UE restreint fortement les soutiens financiers à l'agriculture.

› Thème : Gouvernance mondiale sectorielle (GMS) - 3 hypothèses

GMS 121+204 Dans l'UE et dans le monde les pratiques œnologiques se libéralisent (aromatisation, mouillage,...) **Versus** : *Dans l'UE et dans le monde, les pratiques œnologiques demeurent spécifiques et restrictives.*

Commentaire : Les évolutions réglementaires sont de plus en plus concertées entre l'UE et l'OIV, assurant une harmonisation internationale.

GMS 203 La notion de "naturel" est explicitement définie et les vins naturels ont une réglementation (ce qui diminue le risque de confusion dans l'esprit du consommateur).

**Versus** : *La notion de "naturel" reste une notion vague et les vins naturels restent dans un flou juridique (avec risque de confusion dans l'esprit du consommateur).*

GMS 206 Une définition internationale du produit vin perdure. **Versus** : *La reconnaissance mutuelle des pratiques s'impose sans définition commune du produit vin.*

Commentaires : Les enjeux autour de la définition internationale des produits / Etat final > processus d'obtention ... libéralisation des pratiques techniques, déplacement de la VA à la transformation (surtout si techno nécessite taille critique pour être mise en œuvre... concentration et conséquence sur le modèle coop. et sa gouvernance ?... ) : Nécessité d'une définition internationale du produit si l'on vise la loyauté des échanges (normalisation) versus la reconnaissance mutuelle (voire le flou) suffit (cidre sans pomme ?)

Dans l'UE et dans le monde les pratiques œnologiques se libéralisent (aromatisation, mouillage,...).

**Exemple de pratiques œnologiques proposées par les experts américains permettant quasiment de transformer à rebours un vinaigre en vin. Ce projet n'a pas eu de suite mais témoigne du sens de certains travaux en la matière...**

Lors des travaux du groupe « Technologie du vin » de l'OIV sur l'abaissement de l'acidité volatile des vins, un procédé couplant l'osmose inverse et une résine échangeuse d'ions a été présenté. Le procédé consistait :

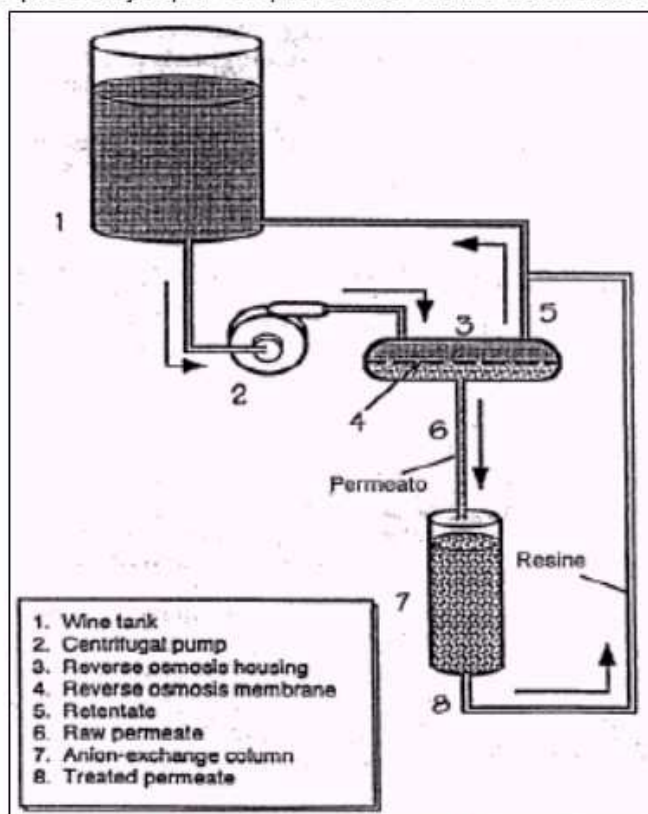
A / en une séparation temporaire par osmose inverse en

- 1) un filtrat incolore sans arôme composé seulement d'eau, d'alcool et d'acidité volatile, et
- 2) un résidu contenant la couleur, l'arôme, et le caractère du vin ;

B / à filtrer au travers d'un lit de résine absorbante séparant l'acétate d'éthyle et retenant l'acide acétique ;

C / à recombinaison le filtrat purifié avec le résidu, et

D / à continuer le procédé jusqu'à ce que l'acidité volatile soit réduite au niveau souhaité.



### Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** Dans l'UE et dans le monde, les pratiques œnologiques demeurent spécifiques et restrictives.

**Commentaire :** Les évolutions réglementaires sont de plus en plus concertées entre l'UE et l'OIV, assurant une harmonisation internationale.

La notion de "naturel" est explicitement définie et les vins naturels ont une réglementation (ce qui diminue le risque de confusion dans l'esprit du consommateur).

## Le Monde

### Quel vin nature choisir : labellisé ou en liberté ?

En plein essor, le « vin nature » a, enfin, son label. De quoi rassurer les amateurs de bio. Mais certains préféreront celui des vignerons qui empruntent les chemins de traverse.

Par [Ophélie Neiman](#)

Publié le 22 novembre 2020 à 12h00



Sur le site explicatif du label « Vin méthode nature », une photo est d'une extrême mignonnerie : un nid douillet dans lequel se serrent une demi-douzaine d'oisillons duveteux. Une manière de dire que ce label est un nouveau-né mais qu'il grandira vite. Reconnu par les instances officielles – la direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) et l'Institut national de l'origine et de la qualité (INAO) – en mars, il déploie ses petites ailes. Au 1<sup>er</sup> septembre, il comptait 292 adhérents et, début novembre, son président, Jacques Carroget, également vigneron au domaine de La Paonnerie dans la Loire, confiait que la barre symbolique des 500 adhérents était désormais dépassée. Parmi eux, on trouve des producteurs de vin mais aussi des cavistes ou de simples sympathisants.

Il faut dire que la demande était forte de pouvoir fixer officiellement une définition, assortie d'un cahier des charges précis, du vin nature. Désormais, celui-ci doit être certifié bio, issu de vendanges manuelles, sans ajouts ni modification œnologique lors de la vinification (pas de filtration, de flash pasteurisation, de thermovinification ni de procédés qui se terminent en « ion » et que le grand public se garde bien d'approfondir). Et bien sûr, sans soufre ajouté, ou alors moins de 30 mg/l (tandis qu'un vin blanc sec conventionnel peut en contenir jusqu'à 210 mg/l).

De quoi mettre fin au flou artistique qui entoure cette catégorie de vin en plein essor. L'appel à la nature est un puissant levier marketing dans la production agroalimentaire. Or, sans définition administrative, n'importe qui pouvait affirmer produire du vin naturel. On a ainsi vu fleurir le mot « nature » et tous ses dérivés imaginables sur les rayons de la grande distribution, pour des vins pourtant triturés à l'extrême, enrichis par exemple en vitamine C pour remplacer l'usage du soufre. Il était grand temps de poser un cadre formel.

Le logo « Vin méthode nature » devrait donc estampiller quelques centaines de cuvées d'ici à début 2021, quand le millésime 2020 sortira à la vente. Le cahier des charges étant assez strict, le label devrait rester confidentiel, avec un circuit de vente certainement restreint aux cavistes spécialisés

### Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** : La notion de "naturel" reste une notion vague et les vins naturels restent dans un flou juridique (avec risque de confusion dans l'esprit du consommateur).

Une définition internationale du produit vin perdure.

L'Organisation Internationale de la Vigne et du Vin (OIV) qui se substitue à l'Office international de la Vigne et du Vin a été créée par l'Accord du 3 avril 2001. L'OIV y est défini en tant qu'organisme intergouvernemental à caractère scientifique et technique de compétence reconnue dans le domaine de la vigne, du vin, des boissons à base de vin, des raisins de table, des raisins secs et des autres produits issus de la vigne.

Code International des Pratiques Œnologiques

### 3. VINS

#### 3.1. DEFINITION DE BASE (18/73)

Le vin est exclusivement la boisson résultant de la fermentation alcoolique complète ou partielle du raisin frais, foulé ou non, ou du moût de raisin. Son titre alcoométrique acquis ne peut être inférieur à 8,5% vol.

Toutefois, compte tenu des conditions de climat, de terroir ou de cépage, de facteurs qualitatifs spéciaux ou de traditions propres à certains vignobles, le titre alcoométrique total minimal pourra être ramené à 7% vol. par une législation particulière à la région considérée.

Cette définition en vigueur depuis 1973 a été établie après plusieurs étapes : quatre ans après sa création en 1924, l'OIV vote une résolution qui stipule : « *nul autre produit que celui qui provient de la fermentation alcoolique du jus de raisin frais ne puisse recevoir l'appellation de vin* ». Elle fut complétée en 1929, par cette recommandation à ses états membres que ne puisse être vendu « *sous le nom de vin la boisson provenant de raisins secs ou de la fermentation de fruits de légumes* ». (source œnologie.fr)

### Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** La reconnaissance mutuelle des pratiques s'impose sans définition commune du produit vin.

*Commentaires* : Les enjeux autour de la définition internationale des produits / Etat final > processus d'obtention ... libéralisation des pratiques techniques, déplacement de la VA à la transformation (surtout si techno nécessite taille critique pour être mise en œuvre... concentration et conséquence sur le modèle coop. et sa gouvernance ?... ) : Nécessité d'une définition internationale du produit si l'on vise la loyauté des échanges (normalisation) versus la reconnaissance mutuelle (voire le flou) suffit (cidre sans pomme ?).

› Thème : Information entre acteurs de la filière (conseil, formation,...) (IAF) – 4 hypothèses

IAF 207 La gouvernance de la filière est organisée de façon à prendre en compte l'ensemble des acteurs de la filière ainsi que ceux de la société civile. **Versus** : *La filière reste organisée sur un mode classique autour de la production et de la mise en marché du vin.*

Commentaire recto : La gouvernance intègre d'autres logiques (environnementales, d'aménagement du territoire, etc.) et d'autres acteurs (grande distribution, associations de protection de l'environnement, etc.

IAF 208 Le niveau de formation et de compétences (techniques, commerciales, etc.) de la filière vitivinicole s'accroît de sorte qu'il devient suffisant pour faire face aux défis économiques (technicité, gestion, compréhension de l'organisation des marchés, commercialisation, communication...) dans un environnement complexe. **Versus** : *Le niveau de formation et de compétences (techniques, commerciales, etc.) de la filière vitivinicole est insuffisant pour faire face aux défis économiques (technicité, gestion, compréhension de l'organisation des marchés, commercialisation, communication...) dans un environnement complexe.*

IAF 210 La filière se dote d'un outil de pilotage pour mettre en perspective le potentiel et les besoins des opérateurs afin de parvenir à équilibrer le marché national (y.c. en privilégiant un approvisionnement national pour ce faire). **Versus** : *La filière ne se dote d'un outil de pilotage pour mettre en perspective le potentiel et les besoins des opérateurs sur le marché national, et la filière n'évite pas les crises.*

IAF 219 Le discours et les approches scientifiques et rationnelles prédominent en matière de formation et de transmission des techniques. **Versus** *Le discours et les approches scientifiques et rationnelles perdent du terrain en matière de formation et de transmission des techniques*

La gouvernance de la filière est organisée de façon à prendre en compte l'ensemble des acteurs de la filière ainsi que ceux de la société civile.

Extrait du site [www.franceagrimer.fr](http://www.franceagrimer.fr)



FranceAgriMer

## Conseil spécialisé Vin et comités > Présentation

La filière Vin dispose d'un Conseil spécialisé et de trois comités.

### Le Conseil spécialisé Vin

(...) le Conseil spécialisé Vin traite des filières viticoles et cidricoles. Il regroupe des professionnels de ces filières, des représentants des pouvoirs publics et des membres de FranceAgriMer. Ils sont nommés pour trois ans.

Le Conseil spécialisé est chargé d'assurer une veille économique, de suivre l'évolution des marchés et de participer à la politique d'orientation des filières viticoles et cidricoles. Il conçoit et met en œuvre, le cas échéant, des dispositifs d'aides spécifiques à ces filières. Il élabore des propositions qui sont transmises au Conseil d'administration.

Le Conseil spécialisé est un lieu de dialogue qui permet de renforcer et d'encourager le dialogue professionnel et interprofessionnel en favorisant l'organisation des producteurs et en contribuant à des actions de coopération technique, y compris à l'international. Il se réunit environ 10 fois par an.

### Les comités

Ces groupes de travail, renouvelés tous les trois ans comme le Conseil spécialisé, regroupent des professionnels d'horizons variés. Ils sont force de proposition dans leur champ de compétence, sur des sujets techniques et économiques. Leurs membres sont nommés par le directeur général de FranceAgriMer.

Le comité « Fonds des filières viticoles et cidricoles », récemment constitué, définit les orientations des thèmes de recherche et développement proposés au Conseil spécialisé et étudie la validité technique des projets. Il propose également des actions de promotion, de recherche et de développement des vins français.

Le comité « Bois et Plants de vigne » traite, au niveau national, des sujets concernant le secteur des bois et plants de vigne. Il réunit des représentants de la pépinière viticole, de la viticulture et des organismes de tutelle. Ce comité a été créé pour éclairer par ses avis les travaux du Conseil spécialisé Vin de FranceAgriMer.

Rattaché au Conseil spécialisé Vin, le comité des produits cidricoles traite de l'économie des produits de la cidriculture et décide des orientations de la filière, notamment en matière d'expérimentation et de promotion.

### Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** *La filière reste organisée sur un mode classique autour de la production et de la mise en marché du vin.*

**Commentaire recto** : *La gouvernance intègre d'autres logiques (environnementales, d'aménagement du territoire, etc.) et d'autres acteurs (grande distribution, associations de protection de l'environnement, etc.)*

Le niveau de formation et de compétences (techniques, commerciales, etc.) de la filière vitivinicole s'accroît de sorte qu'il devient suffisant pour faire face aux défis économiques (technicité, gestion, compréhension de l'organisation des marchés, commercialisation, communication...) dans un environnement complexe.

[www.vinetsociete.fr/etude-quel-avenir-pour-le-marche-de-lemploi-dans-la-filiere-vin](http://www.vinetsociete.fr/etude-quel-avenir-pour-le-marche-de-lemploi-dans-la-filiere-vin)

## Étude - Quel avenir pour le marché de l'emploi dans la filière vin ?



VIN & SOCIÉTÉ

### L'emploi : une nécessaire mutation

Pour répondre aux enjeux du marché, et à ses propres spécificités, l'emploi dans la filière vin devra évoluer et développer l'acquisition de nouvelles compétences.

### Les constats d'aujourd'hui

Comparés au reste du secteur agroalimentaire, les actifs du secteur vin sont moins jeunes et plus diplômés : 32% de Bac+2 et plus (contre 19% dans l'ensemble des IAA), 15% de Bac+3/4 et plus (contre 8% dans les IAA). On compte cependant 50% de salariés de niveau inférieur ou égal au CAP/BEP. (...) entre 2004 et 2012, on note une faible diminution des effectifs de 1,6%, ceci s'expliquant par une automatisation des moyens ou outils de production et une concentration des compétences autour des grands groupes. Les métiers les plus touchés sont ceux liés à la maintenance, au transport, aux fonctions commerciales et à la production (chai). Au contraire, les métiers liés aux RH et au marketing connaissent une forte croissance. A noter également : les métiers liés à la direction des entreprises ainsi que les fonctions logistiques connaissent une légère hausse.

### Enjeux pour demain

Du fait d'une moyenne d'âge globalement plus élevée comparée au reste du secteur agroalimentaire, la question du renouvellement des effectifs va se poser à moyen/long terme, à moins de renforcer l'attractivité de la filière. L'ouverture internationale, la technicité des métiers et l'importance de l'aspect marketing constituent autant d'atouts pour séduire de nouveaux candidats.

Les nouveaux enjeux de la filière – comme l'automatisation renforcée de la production, la croissance des fonctions marketing et RH, les connaissances linguistiques – nécessiteront de faire évoluer les métiers et les compétences des personnes employées dans ce secteur. La formation jouera dans ce cadre un rôle majeur.

Parmi les profils de métiers existant, 4 sont particulièrement visés par l'évolution de leurs compétences : les agents du pôle de production devront accroître leurs compétences techniques (notamment en matière d'automatismes), les commerciaux auront à développer leurs compétences stratégiques et linguistiques, les métiers liés à la logistique renforceront leur gestion de la *supply chain* (chaîne logistique) et les fonctions support auront pour défi de se professionnaliser, notamment en matière de RH. Quant à notre traditionnel « vigneron à la française », ancré dans un mode de production relativement artisanal et tourné vers le local, il connaîtra à n'en pas douter une profonde métamorphose !

### Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** *Le niveau de formation et de compétences (techniques, commerciales, etc.) de la filière vitivinicole est insuffisant pour faire face aux défis économiques (technicité, gestion, compréhension de l'organisation des marchés, commercialisation, communication...) dans un environnement complexe.*



La filière se dote d'un outil de pilotage pour mettre en perspective le potentiel et les besoins des opérateurs afin de parvenir à équilibrer le marché national (y.c. en privilégiant un approvisionnement national pour ce faire).

### Plan stratégique sur les perspectives de la filière vitivinicole à l'horizon 2025

(document FranceAgriMer en date du 16 juillet 2014, extrait de la page 29)



#### LEVIER N°5 : CONSOLIDER LA GOUVERNANCE DE LA FILIERE ET LE PILOTAGE ECONOMIQUE

Il faut rappeler l'importance d'une gestion et d'un pilotage économique de la filière viticole au plus près des acteurs. Pour cela, la mise en place depuis près de 5 ans de bassins viticoles administrés par des conseils de bassins placés sous l'autorité d'un préfet de région est un élément positif. Il est aujourd'hui un lieu important dont les missions et le pouvoir ont besoin d'être clarifiés. **Pour consolider la gouvernance et la gestion des marchés, 2 objectifs peuvent être donnés :**

- ❶ Clarifier le rôle et les missions des conseils de bassin viticole
- ❷ Renforcer la place des interprofessions

##### ► **Objectif - Clarifier le rôle et les missions des conseils de bassin viticole**

Véritable instance de concertation entre les partenaires de la filière viticole et les pouvoirs publics, les conseils de bassin peuvent être consultés sur un certain nombre de points importants de la politique viticole régionale.

- *Mesure 70 : Clarifier les missions des conseils de bassin viticole*
- *Mesure 71 : Assurer la présence institutionnelle de toutes les organisations professionnelles dans tous les conseils de bassins : distilleries vinicoles, syndicats agricoles dits « représentatifs » et notamment représentants des vins sans indication géographique*

##### ► **Objectif - Renforcer la place des interprofessions**

Les structures assurant, d'une part, l'analyse et la réflexion globale à l'échelle d'un bassin (voire au delà dans certains cas), d'autre part, des choix d'orientation et de mise en œuvre doivent être les interprofessions, réunissant les professions représentatives de l'amont (production) et de l'aval (négoce). Dans ce schéma, la puissance publique est présente pour assurer le contrôle de légalité, en particulier lors des décisions d'extension qui lui sont soumises.

- *Mesure 72 : Favoriser la concertation entre interprofessions, en particulier entre les interprofessions à l'échelle d'une grande région et l'interprofession nationale des VSIG, notamment par le biais des conventions entre interprofessions telles que prévues par la réglementation.*
- *Mesure 73 : L'Etat ne devra pas reconnaître de nouvelle interprofession sur un bassin où il en existe déjà une, dès lors que les opérateurs ressortissants sont les mêmes. Il devra au contraire inciter à une reconnaissance à l'intérieur de la structure déjà existante, par souci de cohérence dans l'établissement de politiques régionales de filière.*

#### Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** La filière ne se dote d'un outil de pilotage pour mettre en perspective le potentiel et les besoins des opérateurs sur le marché national, et la filière n'évite pas les crises.

Le discours et les approches scientifiques et rationnelles prédominent en matière de formation et de transmission des techniques.

Extrait du site de [www.montpellier-supagro.fr](http://www.montpellier-supagro.fr)

**l'institut Agro**

agriculture • alimentation • environnement



LICENCE PROFESSIONNELLE - BACHELOR OF SCIENCE 3

## **Productions viticoles intégrées et enjeux environnementaux (PVIEE)**

Accompagnement du monde viticole dans les mutations technico-économiques, sociétales et environnementales

### **Objectifs**

La Licence Productions viticoles intégrées et enjeux environnementaux conduit à l'acquisition de nouvelles connaissances et compétences en matière de diagnostic, d'analyse et de conseil pour le développement de productions viticoles durables, dans un contexte de transition agro-écologique.

La formation s'appuie sur une approche systémique et pluridisciplinaire de l'exploitation viticole dans son environnement.

Elle s'inscrit dans une dynamique de renouvellement des pratiques agronomiques (protection et fertilisation raisonnées des cultures, gestion raisonnée de la ressource en eau et utilisation durable des sols), d'adaptation aux exigences qualitatives et environnementales des productions mises en marché (démarches qualité et traçabilité des pratiques) et de conformité de l'activité viticole avec la Loi (gestion pérenne de l'environnement et protection de la santé publique). La formation est fondée sur des approches scientifiques et techniques, d'une part, et des approches juridiques, socio-économiques et de gestion/certification, d'autre part, pour un développement durable des exploitations, en productions végétales.

Les diplômés devront être capables de maîtriser les techniques agronomiques, tout en sachant en expliquer les fondements, et l'articulation des pratiques viticoles avec l'ensemble des autres paramètres: impacts sur l'environnement, réglementation et cadre juridique, qualité des produits et traçabilité, commercialisation et cahiers des charges...

Ils seront à même d'accompagner la profession viticole dans les mutations technico-économiques, sociétales et environnementales en cours. Les métiers visés concernent les secteurs de la production viticole et les services associés, notamment dans les domaines du conseil et de l'audit.

### **Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus**

**Versus** *Le discours et les approches scientifiques et rationnelles perdent du terrain en matière de formation et de transmission des techniques.*

› Thème : Interface filière consommateur (étiquetage, prescription) (IFC) – 5 hypothèses

IFC 222 Les normes internationales d'étiquetage reconnues imposent l'indication des principales pratiques œnologiques et de tous les additifs, adjuvants, résidus et allergènes et des OGM. **Versus** : *Les normes internationales d'étiquetage reconnues n'imposent pas l'indication des principales pratiques œnologiques, ni de tous les additifs, adjuvants, résidus et allergènes ni des OGM.*

IFC 223 Les mentions traditionnelles sont réservées aux AOP et IGP, l'UE continue de refuser l'étiquetage de mentions valorisantes sur des vins sans Indication Géographique. **Versus** : *Faute d'accord international, les mentions traditionnelles sont librement utilisables par tous les vins et l'UE accepte l'étiquetage de mentions valorisantes sur des vins sans Indication Géographique.*

IFC 226 La filière valorise commercialement les externalités positives liées à la vigne, avec notamment des cahiers des charges éclairant des grands types d'itinéraires œnologiques et culturels et des informations relatives au développement durable qui sont obligatoires à l'étiquetage. **Versus** : *Aucune information relative au développement durable n'est obligatoire à l'étiquetage et la filière n'investit pas dans la valorisation des externalités positives liées à la vigne.*

IFC 228 Le bio devient le standard de normes environnementales (reconnaissance directe HVE) et constitue la garantie de référence pour le consommateur. **Versus** : *Le bio devient une composante parmi d'autres d'une qualité plus générale et est en concurrence avec de nombreux labels environnementaux.*

IFC 232 Par la critique ou par le profil des produits qu'ils induisent, les prescripteurs (médias et experts) exercent un pouvoir important sur les marchés (par la critique ou par le profil des produits qu'ils induisent) en jouant un rôle prépondérant dans le choix des consommateurs. **Versus** : *Les prescripteurs ne jouent qu'un faible rôle dans le choix des consommateurs et n'exercent qu'un pouvoir modéré sur les marchés.*

## Hypothèse :

222

Les normes internationales d'étiquetage reconnues imposent l'indication des principales pratiques œnologiques et de tous les additifs, adjuvants, résidus et allergènes et des OGM.

**Le rôle de l'étiquetage dans le commerce international** : les accords OTC (et SPS) font des règles de présentation des produits un moyen privilégié pour atteindre leurs objectifs.

**Objectif de l'accord OTC** : **Éliminer les obstacles non nécessaires au commerce international** en imposant aux Etats signataires d'éviter tout système national de réglementation technique et de certification susceptible de créer des entraves injustifiées au commerce → L'accord porte sur les normes s'appliquant aux réglementations et aux spécifications qui déterminent les propriétés d'un produit, industriel ou agricole, en fonction de sa qualité ou en fonction d'autres caractéristiques (normes et caractéristiques d'un produit, règles de fabrication, de désignation, d'emballage, de marquage et d'étiquetage). **Objectif de l'accord SPS** : **améliorer la santé des personnes (...)** et la situation phytosanitaire dans tous les Etats membres.

### **Les principes d'étiquetage des denrées alimentaires préemballées**

**Codex Alimentarius** : L'étiquette apposée sur les denrées préemballées ne devra pas décrire ou présenter le produit de façon fautive, trompeuse, mensongère ou susceptible de créer d'une façon quelconque une impression erronée au sujet de sa nature véritable. Les denrées préemballées ne devront pas être décrites ou présentées sur l'étiquette ou dans l'étiquetage par des mots, des images, ou de toute autre façon se référant ou faisant allusion directement ou indirectement à un autre produit avec lequel elles pourraient être confondues, ou d'une manière qui laisse à penser à l'acquéreur ou au consommateur que l'aliment est apparenté avec cet autre produit.

### **Les obligations d'étiquetage actuellement en vigueur dans le Codex Alimentarius (1991)**

**Mentions obligatoires** : liste d'ingrédients (à l'exception des aliments composés d'un seul ingrédient) ; denrées et ingrédients alimentaires qui sont connus pour **provoquer des allergies** ; **additifs alimentaires** (appartenant à diverses catégories et figurant dans les listes Codex d'additifs alimentaires). **Les auxiliaires technologiques** sont exemptés de l'étiquetage obligatoire. Actuellement seulement 5 additifs possibles pour le vin dans la norme du Codex (DMDC, CO<sub>2</sub>, Lysozyme, Sorbates, Sulfites). Travail commun avec l'OIV actuellement pour harmoniser la liste et classer les substances comme additifs ou auxiliaires.

### **Mise en place de l'étiquetage dans les législations internationales et nationales**

La norme du Codex Alimentarius reste une recommandation pour les Etats membres. La traduction de ses principes dans les législations nationales prend du temps.

**U.E. Indications obligatoires (EC 579/2012)** : allergènes (si la présence est détectable dans le produit final, conformément aux méthodes d'analyse de l'OIV)

**Obligatoires, mais en attente d'approbation (EC 1169/2011 ; rapport de la CE)** : liste d'ingrédients (additifs = ingrédient ; résidus ≠ ingrédient) ; déclaration nutritionnelle

**OIV Mentions obligatoires** : sulfites (si >10mg/L) ; acide sorbique. Discussions en cours sur l'étiquetage de : ingrédients ; déclaration nutritionnelle ; allergènes. Travaux actuellement en cours pour classer les substances autorisées en additifs et auxiliaires technologiques

**Etats-Unis** Ingrédients et allergènes : n'est pas obligatoire pour les boissons alcooliques

**Afrique du Sud** Allergènes : obligatoire (depuis 2012) **si détectable** avec une méthode d'analyse ayant une limite de détection de 0.25mg/L

**Canada** Allergènes : obligatoire (depuis 2012) si le pdt final contient des quantités significatives

**Australie, Nouvelle Zélande** Allergènes : obligatoire (depuis 2003)

## Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** : Les normes internationales d'étiquetage reconnues n'imposent pas l'indication des principales pratiques œnologiques, ni de tous les additifs, adjuvants, résidus et allergènes ni des OGM.

Les mentions traditionnelles sont réservées aux AOP et IGP, l'UE continue de refuser l'étiquetage de mentions valorisantes sur des vins sans Indication Géographique.

### CHARTRE DES BONNES PRATIQUES D'ÉTIQUETAGE DE VIN DE FRANCE 20/08/2021

Le présent document récapitule les règles d'étiquetage dans le respect des textes en vigueur  
( ... )



#### III – LES MENTIONS INTERDITES POUR UN VIN DE FRANCE

Ne sont pas autorisés pour les vins de la catégorie Vin De France :

- VSIG n'est pas une dénomination légale. Seule valable est l'association dans le même champ visuel des mots « Vin » et « France » pour indiquer la provenance.
- Les mentions relatives à l'indication de l'exploitation qui sont réservées aux vins bénéficiant d'une AOP ou d'une IGP. À Savoir : Abbaye, Bastide, Campagne, Chapelle, Château, Clos, Commanderie, Cru, Domaine, Hospices, Mas, Manoir, Monastère, Mont, Monopole, Moulin, Prieuré, Tour.
- Les mentions : « mis en bouteille à la propriété », « mis en bouteille » suivi d'un des termes du point précédent, « mis en bouteille en région de production » sont réservées aux AOP et aux IGP.
- La mention « vendange tardive » est réservée aux AOP.
- La mention des cépages suivants : Aligoté, Altesse, Clairette, Gewurztraminer, Gringet, Jacquère, Mondeuse, Persan, Poulsard, Riesling, Savagnin, Sylvaner et Trousseau.
- Des mentions (texte ou dessin) faisant référence à des lieux géographiques tels qu'une région de France, un vignoble, un village, un lieu-dit, etc.

#### IV - L'ICONOGRAPHIE

Il est possible d'ajouter sur une étiquette de Vin De France une représentation graphique. Celle-ci ne doit pas être de nature à induire en erreur le consommateur sur les qualités intrinsèques du produit (nature, origine...).

( ... )

Facteurs trompeurs donc interdits :

Ne pas faire de représentation qui :

- Fasse référence à une aire de production ou plus généralement à une zone géographique plus petite que la France. C'est pourquoi l'utilisation d'une représentation d'un bâtiment public d'une aire de production (ex : le musée des beaux-arts de Bordeaux) n'est pas possible.
- Fasse penser à une exploitation viticole. Dans cette logique, l'association de vignes et d'un bâtiment (ex : vigne devant le bâtiment) n'est pas autorisée même si la référence de Vin De France concernée est issue de l'exploitation graphiquement représentée sur l'étiquette.

### Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** Faute d'accord international, les mentions traditionnelles sont librement utilisables par tous les vins et l'UE accepte l'étiquetage de mentions valorisantes sur des vins sans Indication Géographique.

La filière valorise commercialement les externalités positives liées à la vigne, avec notamment des cahiers des charges éclairant des grands types d'itinéraires œnologiques et culturels et des informations relatives au développement durable qui sont obligatoires à l'étiquetage.

Article publié le 05/11/2016 sur le site [www.infowine.com](http://www.infowine.com)



## Agriculture biologique : un rapport présenté par l'ITAB effectue une première évaluation de ses externalités positives

Biodiversité, qualité de l'air et de l'eau, fertilité des terres, climat, mais aussi santé humaine, bien-être animal, emploi... Si le principe-même de quantifier ces aspects positifs fait régulièrement débat, les références sur les « bénéfiques » d'une agriculture plus durable font souvent défaut pour mesurer les bienfaits de ces pratiques, faciliter leur diffusion et accélérer le changement de conception des systèmes de production agricole. Face aux très fortes attentes des consommateurs sur l'impact de leur alimentation sur leur santé ou l'environnement, Stéphane Le Foll a souhaité disposer d'une analyse objective de la littérature scientifique pour soutenir et encourager l'agriculture biologique (AB), et plus largement accélérer la transition agro-écologique engagée en France.

Comme il s'y était engagé en juin 2015 devant les parlementaires, le ministre a ainsi confié à l'ITAB, associé à des chercheurs de l'Institut National de la Recherche Agronomique, une étude des externalités de l'agriculture biologique.

Les conclusions présentées par les auteurs, Natacha Sautereau de l'ITAB et Marc Benoit de l'Inra confirment, sous réserve de l'exhaustivité des données étudiées et la généricité des analyses, les réels avantages de l'agriculture biologique par rapport à l'agriculture conventionnelle.

Les bénéfices viennent d'abord de l'absence d'externalités négatives sur l'environnement et sur la santé humaine liées à la non-utilisation des produits chimiques de synthèse en agriculture biologique. Par ailleurs, on observe un surcroît d'externalités positives lié à la mobilisation d'un plus grand nombre de processus agro-écologiques.

Les résultats montrent aussi qu'il n'est pas aisé de quantifier précisément les niveaux d'externalités et les chiffrages économiques correspondant d'autant que la diversité des systèmes de production, tant en agriculture biologique qu'en agriculture conventionnelle, rend le travail de comparaison complexe.

Stéphane Le Foll salue la qualité de l'étude réalisée qui est basée sur une importante synthèse des connaissances scientifiques sur les différentes externalités de l'agriculture biologique et leur évaluation économique. Un travail va être engagé sur les suites à donner à cette étude, en lien avec les acteurs de la recherche et de l'expertise en agriculture biologique pour approfondir ce premier diagnostic. Il contribuera également à alimenter la réflexion sur la place de l'agriculture biologique dans la PAC post 2020 et à préciser la nécessaire rémunération des services environnementaux.

Une matinée de restitution va être organisée en novembre par l'ITAB, avec la participation de l'INRA. Le rapport complet sera ensuite rendu disponible à tous ceux qui le souhaitent.

**Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus**

**Versus** Aucune information relative au développement durable n'est obligatoire à l'étiquetage et la filière n'investit pas dans la valorisation des externalités positives liées à la vigne.

Le bio devient le standard de normes environnementales (reconnaissance directe HVE) et constitue la garantie de référence pour le consommateur.

Extrait du site [www.fao.org](http://www.fao.org)

## Comment l'agriculture biologique préserve-t-elle l'environnement ?

**Durabilité sur le long terme.** (...) L'agriculture biologique (...) vise à produire des aliments tout en créant un équilibre écologique en vue de réduire les problèmes de fertilité des sols et de ravageurs [ et ] privilégie une approche proactive plutôt que le traitement des problèmes à fur et à mesure de leur apparition.

**Sols.** Les méthodes visant à entretenir la qualité des sols, comme la rotation des cultures, les cultures intercalaires, les associations symbiotiques, les cultures de couverture, les engrais biologiques et le labourage superficiel des terres (...) sont propices à la faune et à la flore des sols puisqu'elles en améliorent la composition et la structure et créent des systèmes plus stables. (...) Ces techniques de gestion jouent également un rôle crucial dans le contrôle de l'érosion des sols. Les sols sont moins longtemps exposés aux facteurs d'érosion, la biodiversité des sols augmente et les pertes de substances nutritives diminuent, ce qui contribue à maintenir et accroître leur productivité. (...)

**Eau.** Dans de nombreuses zones agricoles, les engrais et les pesticides de synthèse polluent les nappes phréatiques (...). Ces substances, interdites dans l'agriculture biologique, sont remplacées par des engrais biologiques (compost, fumier, énergie verte) et par l'utilisation d'une biodiversité plus riche (en terme d'espèces cultivées et de végétaux permanents), ce qui améliore la structure des sols et favorise l'infiltration de l'eau.

**Air.** L'agriculture biologique diminue l'utilisation des énergies non renouvelables en réduisant les besoins de produits agrochimiques (qui exigent de produire de grandes quantités de combustible d'origine fossile). (...) De nombreuses méthodes de gestion utilisées en agriculture biologique (labourage minimum, réintégration des résidus de récoltes dans le sol, utilisation de cultures de couverture, rotations, plus grande intégration de légumineuses fixatrices d'azote) permettent d'accroître le retour du carbone dans le sol (...)

**Biodiversité.** (...) Au niveau génétique, l'agriculture biologique privilégie les semences traditionnelles et adaptées car elles résistent mieux aux maladies et sont moins sensibles aux chocs climatiques. Au niveau des espèces, la diversité des associations de végétaux et d'animaux optimise le cycle nutritif et énergétique pour la production agricole. Au niveau de l'écosystème, la préservation de zones naturelles à l'intérieur et en périphérie des champs organiques ainsi que l'absence de produits chimiques permet de créer un habitat propice à la faune sauvage. L'utilisation fréquente d'espèces sous-utilisées (sous forme souvent de cultures de rotation destinées à accroître la fertilité des sols) réduit l'érosion de l'agrobiodiversité, créant ainsi un patrimoine génétique plus sain, fondement de toute adaptation future. (...)

**Organismes génétiquement modifiés.** Il est interdit d'utiliser des OGM à tous les stades de la production, du traitement ou de la manutention des aliments biologiques. Étant donné que l'on ignore les conséquences des OGM sur l'environnement et la santé, l'agriculture biologique préfère opter pour la prudence et choisit d'encourager la biodiversité naturelle (...)

**Services rendus à l'environnement.** L'incidence de l'agriculture biologique sur les ressources naturelles favorise des interactions au sein de l'agrosystème qui sont vitales à la production agricole et à la protection de la nature. La constitution et l'amendement des sols, la stabilisation des sols, le recyclage des déchets, la rétention de carbone, le cycle nutritif, la prédation, la pollinisation et la création d'habitats figurent parmi les services rendus à l'environnement. (...). De plus, l'agriculture biologique permet de réduire la dégradation des ressources naturelles (...)

### Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus :** Le bio devient une composante parmi d'autres d'une qualité plus générale et est en concurrence avec de nombreux labels environnementaux.



Les prescripteurs (médias et experts) exercent un pouvoir important sur les marchés (par la critique ou par le profil des produits qu'ils induisent) en jouant un rôle prépondérant dans le choix des consommateurs.

## LES ACTUALITÉS DU MASTER COMMERCE DES VINS DE MONTPELLIER

### Où en est l'influence des grandes critiques de vin ?

Depuis plusieurs années les grands critiques voient leur influence baisser, le plus grand d'entre eux, Robert Parker c'est d'ailleurs retiré en 2014. Alors que dans les années 90-2000 ces critiques avaient une énorme influence sur les consommateurs de vins aux Etats-Unis, aujourd'hui leur influence est moindre et les consommateurs portent plus d'attention à d'autres modes d'influences. *Mais comment expliquer ce désamour des critiques ?*



Wine Spectator



La première raison est le profil de consommateur aux Etats-Unis. Ainsi, il y a 30 ans, les consommateurs Américains consommaient peu de vins et avaient besoin d'aide pour choisir ces vins, ils se tournaient naturellement vers les critiques qui garantissaient une certaine qualité du vin. Aujourd'hui les consommateurs sont à la recherche de nouveaux profils de vin et sont plus amènes à prendre des risques et à découvrir des vins par eux mêmes. Ils cherchent des vins avec de nouveaux profils gustatifs, moins forts en alcool que ceux mis en avant par Robert Parker notamment et avec une acidité plus présente. En effet, les critiques mettent en avant le profil de vin qui leur plaît à eux, c'est à dire, pour Robert Parker des vins avec peu d'acidité et fort en alcool.

La deuxième raison est l'arrivée d'une nouvelle génération sur ce marché. Les millenials qui veulent apprendre à connaître le vin et sont prêts à payer plus cher une bouteille de vin que leurs aînés. Ils portent une plus grande attention aux recommandations de leurs amis et ont tendance à scanner l'étiquette ou le code barre de leurs bouteilles via une application pour obtenir un descriptif du vin. Ces clients ne portent que très peu d'attention aux critiques et veulent se faire une idée du vin par eux mêmes.

Pour toutes ces raisons, bien que leurs influences soient encore importantes, les critiques doivent se réinventer si ils ne veulent pas disparaître sur le long terme.

*Article rédigé par Ana Lassalle.*

Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** : Les prescripteurs ne jouent qu'un faible rôle dans le choix des consommateurs et n'exercent qu'un pouvoir modéré sur les marchés.



› Thème : Indication géographique, appellation (IGA) - 4 hypothèses

IGA 236 Le lien à l'origine géographique du vin est porté par les mentions AOC ou IGP **Versus** : *Le lien à l'origine géographique du vin est portée par d'autres mentions (marques géographiques, etc.)*

IGA 240 Les AOC modifient leurs conditions de production pour revendiquer le caractère naturel de leurs produits ou bien inscrivent les principes de l'agriculture biologique dans leur cahier des charges. **Versus** : *Les AOC n'intègrent pas de nouvelles conditions de production qui leur permettraient de revendiquer le caractère naturel de leurs produits et une séparation totale est maintenue entre les cahiers des charges de l'indication géographique et les critères biologiques.*

IGA 242 Le modèle UE plutôt orienté sur l'IGP/AOP assorties de contraintes dans les pratiques et de la notion de terroir de production, diffuse largement au sein de la communauté vitivinicole internationale et les réglementations internationales autour du vin suivent. **Versus**: *Le modèle marque + cépage s'impose au sein de la communauté vitivinicole internationale, marginalisant les IG européennes et la notion de terroir.*

IGA 244 Au plan UE, les certifications privées, émanant de l'aval de la filière (metteurs en marché, distribution, voire consommateurs via applications type YUCA), prennent le pas, sur la réglementation « qualitative » publique provenant originellement de l'amont de la filière (mode de production, voire origine...) **Versus** : *Un équilibre s'établit entre réglementation « amont » et certification « aval », aucune des 2 optiques ne dominant l'autre*

Le lien à l'origine géographique du vin est porté par les mentions AOC ou IGP.

Extraits d'une communication rédigé par CASALONGA,  
publiée le 17/11/2020 sur le site [www.vitisphere.com](http://www.vitisphere.com)



## Marques vitivinicoles et noms géographiques : MODE D'EMPLOI

(...) en France et au sein de l'Union européenne, la référence à l'origine géographique du produit est strictement encadrée, et ce notamment en matière de droit des marques viticoles.

En effet, il existe en France plusieurs catégories de vins :

- les **vins bénéficiant d'une indication géographique** : vins bénéficiant d'appellation d'origine contrôlée (AOC) ou d'indication géographique protégée (IGP),
- les **vins sans indication géographique** (VSI) : ces vins correspondant aux anciens « vins de table », proviennent de cépages cultivés dans l'Union européenne et résultent du mélange de plusieurs vins.

Le dépôt d'un nom géographique à titre de marque est strictement réservé aux vins bénéficiant d'AOC et d'IGP, les vins de table ne pouvant pas faire référence à un lieu géographique, mis à part le pays dans lequel ils sont produits (exemple : « vin de France »). Cette interdiction vise à protéger le consommateur qui a tendance à associer un nom géographique à une indication géographique (IG).

Les normes protégeant les IG sont nombreuses et complexes, nous vous proposons dans cet article de revenir sur les règles à connaître et les pièges à éviter avant de procéder au dépôt d'une marque composée d'un nom géographique.

### 1. Votre vin ne bénéficie pas d'une indication géographique :

Vous souhaitez déposer une marque viticole comprenant un nom géographique, cependant votre vin ne bénéficie d'aucune appellation d'origine contrôlée ou indication géographique protégée. Dans ce cas, attention, votre marge de manœuvre est très limitée. (...)

### NOS CONSEILS :

1. Si votre vin ne bénéficie d'aucune AOC ou IGP, vous ne pouvez pas faire mention d'un lieu géographique au sein de votre marque, même s'il s'agit effectivement du lieu de production de votre vin.
2. Evitez toute évocation d'une IG en choisissant une dénomination phonétiquement ou visuellement similaire ou en utilisant un terme ou un élément figuratif reprenant les codes d'une IG.
3. Faites également attention au choix de votre étiquetage et packaging : veillez à ne pas utiliser de noms géographiques, ni d'éléments figuratifs évoquant une IG.
4. Vous pouvez cependant choisir à titre de marque, toute dénomination fantaisiste tel qu'un terme distinctif (nom de famille), un logo, un dessin, sous réserve de leur disponibilité. (...)

*Le cabinet CASALONGA est spécialisé dans la valorisation et la défense des marques vitivinicoles. Nous assistons nos clients notamment sur les questions de contrefaçon, de concurrence déloyale, d'étiquetage des vins et de conformité à la loi Evin.*

## Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** Le lien à l'origine géographique du vin est portée par d'autres mentions (marques géographiques, etc.).

Les AOC modifient leurs conditions de production pour revendiquer le caractère naturel de leurs produits ou bien inscrivent les principes de l'agriculture biologique dans leur cahier des charges.



INSTITUT NATIONAL  
DE L'ORIGINE ET DE  
LA QUALITÉ

## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

9 septembre 2021

### CERTIFICATION ENVIRONNEMENTALE ET AOC VITICOLES : UNE PREMIÈRE

*Le Comité national des appellations d'origine contrôlées viticoles de l'INAO qui s'est tenu aujourd'hui a ouvert l'instruction des premières demandes formulées par des appellations viticoles pour introduire dans leurs cahiers des charges l'obligation de bénéficier de la certification environnementale. C'est une première.*

Ces demandes d'« Entre-deux-Mers », de « Médoc », « Haut-Médoc » et « Listrac-Médoc » s'inscrivent dans une des trois options ouvertes par le Conseil permanent de l'INAO en décembre dernier, aux producteurs de produits sous signe officiel de qualité, pour concrétiser leurs démarches en vue de la diminution de l'impact environnemental de leur activité.

Pour mémoire, afin de tenir compte de la diversité des filières, des exploitations, des produits, des marchés, des objectifs et des étapes pour les atteindre, le Conseil permanent avait retenu les possibilités suivantes :

- 1) Introduire dans les cahiers des charges des dispositions agro-environnementales pertinentes et ambitieuses
- 2) Accompagner les exploitations agricoles vers une certification dans le cadre d'une démarche collective mais en dehors du cahier des charges
- 3) Introduire dans le cahier des charges une obligation de disposer au niveau de l'exploitation de la certification environnementale ou de la certification en agriculture biologique.

*« Depuis 2016, de nombreuses appellations ont intégré des dispositions agroenvironnementales dans leur cahier des charges. Les demandes que nous examinons aujourd'hui illustrent que, dans un cadre volontaire et selon des modalités diverses, les produits sous signe officiel de qualité, comme les appellations d'origine viticoles, s'engagent dans la transition agroécologique de l'agriculture française et dans l'atténuation du changement climatique », a conclu le président Christian PALY.*

### Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

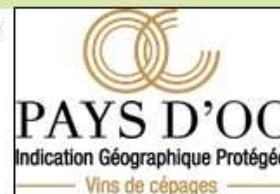
**Versus** Les AOC n'intègrent pas de nouvelles conditions de production qui leur permettraient de revendiquer le caractère naturel de leurs produits et une séparation totale est maintenue entre les cahiers des charges de l'indication géographique et les critères biologiques.

Le modèle UE plutôt orienté sur l'IGP/AOP assorties de contraintes dans les pratiques et de la notion de terroir de production, diffuse largement au sein de la communauté vitivinicole internationale et les réglementations internationales autour du vin suivent.

Extrait du site [www.paysdoc-wines.com](http://www.paysdoc-wines.com)

## Pays d'Oc IGP – Les cépages

### Arômes et couleurs, 58 cépages autorisés



#### Une palette de 58 cépages

Le cépage est au cœur de la personnalité du vin. La particularité des vins Pays d'Oc IGP est de proposer une gamme de vins aux profils organoleptiques très larges, grâce à une palette de 58 cépages. Leurs arômes s'expriment soit seuls, soit assemblés.

#### Huit principaux cépages, des milliers de possibilités

Huit principaux cépages, quatre rouges et quatre blancs, sont utilisés pour la production des vins Pays d'Oc IGP. Mais il existe des milliers d'autres possibilités avec 58 cépages autorisés par le label, le vignoble méditerranéen des Pays d'Oc bénéficiant de conditions géographiques et climatiques ayant permis l'adaptation de nombreux cépages. Qu'ils soient internationaux ou authentiquement Oc comme le Carignan et la Syrah d'origine méditerranéenne, leurs arômes ne s'expriment pas de la même manière selon le terroir, la personnalité des vigneron, la présence d'un ou de plusieurs cépages dans une bouteille. Mais tous ont une histoire en Languedoc et en Roussillon.

#### Les cépages ROUGES

**Merlot, Cabernet-Sauvignon,  
Syrah, Grenache**



Alicante, Cabernet Franc, Caladoc, Carignan, Carménère, Cinsault, Cot (ou Malbec), Gamay, Marselan, Mondeuse, Morrastel, Mourvèdre, Muscat Petits Grains Rouges, Négrette, Nielluccio, Petit Verdot, Pinot Noir, Portan et Tempranillo.

#### Les cépages BLANCS

**Chardonnay, Sauvignon, Viognier,  
Muscat à Petits Grains**



Altesse, Alvarinho, Bourboulenc, Carignan blanc, Chasan, Chenin, Clairette, Colombard, Gewurztraminer, Grenache Blanc, Grenache Gris, Gros Manseng, Macabeu, Marsanne, Mauzac, Muscat Petits Grains, Muscat d'Alexandrie, Petit Manseng, Pinot Blanc, Pinot Gris, Piquepoul, Riesling, Roussanne, Sauvignon Gris, Sémillon, Sylvaner, Terret, Ugni et Vermentino (ou Rolle).

**Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus**

**Versus** Le modèle marque + cépage s'impose au sein de la communauté vitivinicole internationale, marginalisant les IG européennes et la notion de terroir.

Au plan UE, les certifications privées, émanant de l'aval de la filière (metteurs en marché, distribution, voire consommateurs via applications type YUCA), prennent le pas, sur la réglementation « qualitative » publique provenant originellement de l'amont de la filière (mode de production, voire origine...)

### Comment l'application Yuka donne le pouvoir aux consommateurs et bouscule industriels et distributeurs

Publié: 30 mars 2020, 21:05 CEST **Caroline Gauthier et Marianela Fornerino**

Yuka est à la fois le nom d'une start-up française et d'une application mobile 100 % indépendante, qui affiche gratuitement des informations sur la qualité des produits alimentaires et cosmétiques courants et propose des produits alternatifs si leur évaluation est médiocre. Avec plus de 12 millions d'adopteurs, Yuka connaît une véritable *success story*.

Yuka s'appuie sur le label NutriScore, système officiel d'affichage de la qualité des produits sous la forme d'une échelle à cinq niveaux : du plus sain au moins sain – de A (vert) à E (rouge) –, à laquelle elle ajoute la quantité d'additifs contenus dans le produit ou le fait qu'il soit issu de l'agriculture biologique ou non. En cas de mauvaise notation, Yuka présente des alternatives, c'est-à-dire des produits concurrents similaires avec une meilleure qualité.

#### Un éveil des consommateurs

Notre analyse approfondie de plus de 15 000 avis d'utilisateurs postés sur les réseaux sociaux montre que les adopteurs pratiquent une utilisation active de Yuka.

Ils trouvent l'application pratique (« En un seul clic, vous pouvez choisir des produits sans additifs, sans matières grasses ou sans sucre selon votre état de santé »), voire ludique (« Yuka est très ludique et elle influence positivement les parents. Merci, Yuka »). Les utilisateurs perçoivent une montée en connaissances qui leur permet une meilleure maîtrise de leur alimentation et santé.

(...)

Ils adoptent ainsi un comportement individuel favorable d'achat envers certains produits bien évalués, qui agrégé à l'échelle collective, s'apparente à une action de [buycott](#) (mouvement visant à récompenser les entreprises qui ont un comportement responsable en les soutenant par des achats non-délibérée. On assiste à un véritable renforcement du pouvoir du consommateur tant à l'échelle individuelle (prise de contrôle de sa vie, sa consommation et sa santé) que collective (pouvoir de pression sur les industriels par la chute des ventes de produits non respectueux de la santé et de l'environnement).

L'étude d'impact fait par le cabinet d'experts KIMSO fait part de déclarations spontanées de la part de ces acteurs, tant de petite taille que des géants du secteur à l'instar de Nestlé, Intermarché ou Caudalie. D'une part, le succès de Yuka a un impact sur l'innovation produit, en particulier par la modification de la composition de produits en vue d'améliorer leur évaluation (Intermarché), par la création de nouveaux produits (Knorr) ou le développement des gammes de produits biologiques (Heudebert). D'autre part, les entreprises font référence à Yuka dans leur discours stratégique (Fleury Michon), font du score un indicateur clé de leur performance (Bjorg, Caudalie).

Ce cas montre le potentiel des technologies numériques à être vectrices du renforcement du pouvoir des consommateurs. Au-delà d'inspirer consommateurs, industriels et distributeurs, il pourrait inspirer divers autres acteurs comme d'autres start-up-ers à la recherche de nouvelles propositions de valeur, ou encore les activistes, Yuka engendrant « un activisme de facto », comme le qualifie Julie Chapon, l'une des fondatrices de Yuka, mode d'activisme plus doux que les boycotts et buycotts traditionnels mais néanmoins efficace.

#### Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** Un équilibre s'établit entre réglementation « amont » et certification « aval », aucune des 2 optiques ne dominant l'autre

› Thème : Nouvelles technologies de l'information & de la communication (NTIC) –  
3 hypothèses

NTIC 330+331+339 Les acteurs de la filière vin (production, négoce, commerce spécialisé) et la GD développent la distribution du vin par le e-commerce ce qui in fine ne modifie pas les parts de marché de chaque circuit. **Versus** *Le développement du e-commerce du vin est principalement opéré par des acteurs spécialisés dans le commerce en ligne de n'importe quel produit (pure players du e-commerce) qui prennent des parts de marché aux circuits "physiques"*

NTIC 335 Les vignerons tirent parti des innovations high-tech : [ 1/ en amont ] au service du travail dans la vigne et dans le chai (images satellitaires, drones, robotisation,...) et [ 2/ en aval ] de la « e-prescription », du développement de sites collaboratifs et de l'apparition de nouveaux modèles marchands (plateformes de marché, crowdfunding...). **Versus** : *Les vignerons ne tirent pas ou peu parti des innovations high-tech en amont et en aval de leur activité.*

NTIC 337 Les applications des NTIC se généralisent : capteurs sur le lieu de production, application smartphone pour les consommateurs + IA. **Versus** : *La généralisation des applications des NTIC se heurte à des résistances sociales et psychologiques envers l'artificialisation du monde.*

Les acteurs de la filière vin (production, négoce, commerce spécialisé) et la GD développent la distribution du vin par le e-commerce ce qui in fine ne modifie pas les parts de marché de chaque circuit.

## L'E-COMMERCE DU VIN EN FRANCE



VIN & SOCIÉTÉ  
AU NOM DES 500 000 ACTEURS  
DE LA VIGNE ET DU VIN



### METHODOLOGIE

A l'initiative du CNIV et de FranceAgriMer, le cabinet Dowel Strategie a réalisé cette étude en 2019. L'étude s'est appuyée sur l'ensemble des sources bibliographiques disponibles sur la commercialisation de vins par internet. Cette analyse bibliographique poussée a été complétée par 35 entretiens à la fois d'experts, d'acteurs-clés et de sites marchands.

### UN MARCHÉ QUI TEND VERS LA STABILISATION

- Le e-commerce de vins représente environ 10 % des ventes de vin en France pour une valeur de 500 M€ HT (circuit du e-commerce comprenant les sites de vente de vins sur internet avec une livraison en France métropolitaine hors sites de vente des vigneron, caves coopératives et négociants).
- Environ 1/3 du chiffre d'affaires est réalisé par les 3 plus gros acteurs : Veepee, Millésima et Cdiscount.
- La croissance annuelle moyenne du chiffre d'affaires jusqu'en 2016 était à plus de 30 %. Elle s'est stabilisée à 7 % depuis 2019.

### UN PAYSAGE CONCURRENTIEL EN PHASE DE CONSOLIDATION

- 507 sites de e-commerce vendant du vin dans l'hexagone ont été recensés en 2019
- Le nombre de sites diminue de 10 % par an depuis 2016 : 12 % de fermetures pour 3 % d'ouvertures

### LES ACTEURS DU E-COMMERCE

- Les « pure players » (179 sites : Millésima, Vinatis, Windeandco, etc.) : CA 135 M€
- La GD hors drive (13 sites : Carrefour, Lidl, SystèmeU, etc.) : CA 85 M€
- Les ventes privées (17 sites : Veepee, Ventealappropriété, Bazarchic, etc.) : CA 65 M€
- Les sites généralistes (15 sites : Cdiscount, Amazon, La Redoute etc.) : CA 45 M€
- Les box (14 sites : Le Petit Ballon, Chais d'œuvre, Pinot Bleu etc.) : CA 22 M€
- Les cavistes (156 sites : Lavinia, Lavinothèque, Intercaves etc.) : CA 14 M€
- Atypiques & innovants (17 sites : IdealWine, Les Grappes, Avenue des vins, etc.) : CA 15 M€

### COMPORTEMENTS D'ACHAT

- 1/3 des Français achète du vin sur Internet en 2019
- Le prix (incluant les frais de livraison) est le critère n° 1 pour 46 % des acheteurs

### Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** : Le développement du e-commerce du vin est principalement opéré par des acteurs spécialisés dans le commerce en ligne de n'importe quel produit (pure players du e-commerce) qui prennent des parts de marché aux circuits "physiques".

Les vigneron·nes tirent parti des innovations high-tech : [ 1/ en amont ] au service du travail dans la vigne et dans le chai (images satellitaires, drones, robotisation,...) et [ 2/ en aval ] de la « e-prescription », du développement de sites collaboratifs et de l'apparition de nouveaux modèles marchands (plateformes de marché, crowdfunding...).

Article de Marion Bazireau publié le 28 avril 2020 sur le site [www.vitisphere.com](http://www.vitisphere.com)

## Une marionnette high-tech dans vos vignes Vitisphere

**Grâce à ce robot à câbles, vous n'aurez plus besoin de tracteur. Vous n'aurez même plus besoin de vous rendre dans vos vignes pour désherber ou pour traiter.**

Demain, quatre mâts fixés sur des socles amovibles pourraient quadriller vos parcelles de vignes. En haut, des treuils enrouleraient et dérouleraient des câbles qui feraient bouger une plateforme à laquelle vous auriez attaché vos outils de désherbage mécanique, de décavaillonnage ou de pulvérisation. Une sorte de marionnette high-tech.

Vous n'auriez plus besoin de tracteur. Vous n'auriez même plus besoin d'être là. Un logiciel déclencherait le roulement des treuils en fonction de la météo, et du cuivre serait pulvérisé dans vos vignes après le passage d'une averse.

Voici le projet de la start-up Green Farm Robotics, présenté à l'occasion d'un webinaire dédié à la robotique organisé par Innovin le 22 avril dernier. « Vous visualisez les caméras qui suivent le ballon du haut des grands stades de foot ? Le principe est le même, une sortie de marionnette high-tech, a schématisé Laurent Blanchet, son CEO. Même si finalement, nous ne faisons que retravailler un vieux concept. Lors de la première révolution agricole, quand les champs étaient labourés par des charrues tirées par des treuils à vapeur ».

### Un robot tout terrain

Les câbles ne risquent-ils pas d'abîmer la vigne lorsque le robot descendra entre les rangs ? « Non, car nous y fixerons un bras télescopique », rétorque Laurent Blanchet.

Son esthétisme mis de côté, le concept a donc tout pour plaire. Le robot peut travailler au plus près du pied des cep·s et sera capable de réaliser toutes les tâches courantes du vignoble, qu'importe la pente ou l'état du sol, qui pourra très bien être couvert de boue. Le tracteur n'étant plus nécessaire, les inter-rangs pourront se limiter à la taille d'une personne. « Vous n'aurez plus de compaction des sols, et plus d'utilisation de pétrole, le système fonctionnant à l'électricité. La tension des câbles est-elle qu'un oiseau ou le vent ne peuvent perturber le système » assure Laurent Blanchet. La start-up ayant d'abord envisagé un travail en grandes cultures, la taille des parcelles de vigne n'est pas non plus un frein.

### Des essais sur vignes dans 3 mois

Green Farm Robotics est en train de développer son projet à l'aide de l'incubateur Inria. Ses fondateurs recherchent des partenaires pour réaliser les premiers essais sur vignes dans 3 mois. « Nous commencerons par de la pulvérisation, c'est ce qui est le plus simple » a annoncé Laurent Blanchet.

Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** Les vigneron·nes ne tirent pas ou peu parti des innovations high-tech en amont et en aval de leur activité.



Les applications des NTIC se généralisent : capteurs sur le lieux de production, application smartphone pour les consommateurs + IA.

Article de Pierre Baron publié le 27/10/21 sur le site [bulletindescommunes.net](http://bulletindescommunes.net)

### « Vivino » : une application qui décrypte les étiquettes



#### « Vivino » : un guide des vins dans son smartphone.

**Cette application permet, juste en photographiant l'étiquette d'une bouteille qui nous tente, d'en connaître le prix. Elle donne tous les détails sur le cépage et la provenance du vin concerné. Des détails accompagnés des commentaires d'experts sur ses caractéristiques, synthétisés par une note globale.**

Mise au point par le plus grand spécialiste des applications consacrées au vin, « Vivino », une application qui décrypte les étiquettes, propose pas moins de 12 millions de références. Elle englobe tous les types de vins possibles, y compris ceux produits par des petits vignerons. Pour personnaliser ses recherches, l'utilisateur peut saisir ses préférences, au moyen d'un profil de dégustation. Un bon moyen de découvrir des cépages pas forcément les plus demandés. Au contraire, dénicher les bonnes bouteilles méconnues, à des tarifs abordables. Et sans passer par les sélections imposées par la grande distribution. (...)

#### L'importance de l'étiquette dans le commerce du vin

Quelle chance nous avons, de pouvoir enfin compter sur une application qui nous aide à comprendre tout ce qui se cache dans les étiquettes des bouteilles de vins que nous voyons chez nos cavistes ou dans nos supermarchés. Alors au lieu de devoir tourner la bouteille dans tous les sens, pour savoir d'où vient ce vin, quels sont les cépages employés ou encore quel viticulteur de quelle AOC l'a mis en bouteille, il suffit de scanner l'étiquette à l'aide de l'application Vivino pour avoir toutes les informations, et plus encore. Il faut dire que l'étiquette revêt une importance particulière pour le vigneron. Il choisit la couleur, la forme, mais aussi les informations que le consommateur y trouvera. C'est pourquoi l'impression d'étiquettes personnalisées en rouleau est plébiscitée par une grande partie des viticulteurs français. C'est l'élément qui donne une identité particulière au vin qu'ils ont mis des mois à réaliser. (...)

#### L'étiquette compte en premier lieu, Vivino la décrypte

Faire du vin c'est tout un art. (...) Mais aux yeux de celui qui va déguster le résultat de ce travail de longue haleine, c'est l'étiquette qui va compter en premier lieu. Il faut donc prendre un grand soin de celle-ci. (...) Alors si vous êtes vigneron vous-même et que vous vous demandez comment réaliser l'étiquette de votre nouvelle cuvée, vous trouverez plus de conseils ici pour être sûr de ne pas vous tromper. Il est question de donner un sens à l'étiquette. Qu'elle fasse échos, dans l'esprit des consommateurs, à ce que vous avez placé dans votre vin en matière de respect de la vigne, d'amour du travail bien fait, mais aussi bien entendu de passion pour le vin lui-même. Votre étiquette devra montrer tout cela au premier coup d'œil. Le montrer, oui, à celui qui tiendra l'une de vos bouteilles dans ses mains. C'est ce qui lui donnera envie de l'ouvrir et d'en déguster le contenu, en toute modération bien sûr.

### Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** *La généralisation des applications des NTIC se heurte à des résistances sociales et psychologiques envers l'artificialisation du monde.*

› Thème : Produits phytopharmaceutiques (PPP) – 4 hypothèses

PPP 296 L'application de certains traitements chimiques est soumise à l'obtention d'une Autorisation Préalable de Traitement (APT) qui engage la responsabilité de celui qui la délivre.

**Versus :** *L'application des traitements chimiques n'est soumise à aucune obligation d'APT et engage majoritairement la responsabilité de l'apporteur.*

Commentaire recto : Externalisation de fonctions / séparation médecin - pharmacien, professionnalisation de l'application PPP.

PPP 300 La recherche (publique ou privée) fournit de nouvelles techniques de lutte reposant soit sur de nouvelles molécules (plus grande rémanence, meilleur ciblage), soit sur des techniques alternatives / complémentaires aux traitements chimiques **Versus :** *La recherche (publique ou privée) ne fournit pas de nouvelles techniques de lutte (le retour sur investissement n'étant pas jugé suffisant).*

PPP 303 L'innovation variétale qui a priorisé la plasticité vis à vis des variations climatiques (eau, T°, sensibilité aux bio agresseurs) et le zéro résidu apporte une réponse à la diminution des moyens de lutte autorisés **Versus :** *L'innovation variétale n'apporte pas de solutions suffisante aux problèmes phytosanitaires que connaît la viticulture.*

PPP 307 La filière prône le "0 résidu" qui s'impose comme la règle pour tous les vins français. **Versus :** *La filière défend une politique de LMR.*

Commentaires : En recto le danger réside dans la présence d'un résidu quelle que soit la dose du fait notamment d'un potentiel "effet cocktail" entre plusieurs produits présents à faible dose. En verso, le danger est lié à la dose de chaque produit décelé.

L'application de certains traitements chimiques est soumise à l'obtention d'une Autorisation Préalable de Traitement (APT) qui engage la responsabilité de celui qui la délivre.

*Extrait du mémo application phytos en prestation de service – Chambre d'agriculture du Vaucluse (janvier 2018)*

### **Application de produits phytopharmaceutiques en prestation de service CAS DANS LESQUELS L'AGREMENT N'EST PAS REQUIS**

Modifications apportées par la Loi d'Avenir Agricole adoptée le 13 octobre 2014

#### **RAPPELS**

La détention d'un agrément délivré par le Ministère de l'Agriculture est rendue obligatoire par l'article L254-1 du Code Rural et de la Pêche Maritime :

« Est subordonné à la détention d'un agrément l'exercice des activités suivantes :

- 1° La mise en vente, la vente ou la distribution à titre gratuit des produits phytopharmaceutiques aux utilisateurs de ces produits ou aux personnes physiques ou morales agissant pour leur compte, y compris les groupements d'achats ;
- 2° L'application, en qualité de prestataire de services, des produits phytopharmaceutiques, sauf si elle est effectuée dans le cadre de contrats d'entraide à titre gratuit au sens de l'article L. 325-1 ou par un exploitant agricole titulaire du certificat mentionné au II de l'article L. 254-3 sur des exploitations dont la surface agricole utile est inférieure ou égale à la surface définie en application de l'avant-dernier alinéa de l'article L. 732-39, ou si les produits appliqués sont des produits de biocontrôle mentionnés au premier alinéa de l'article L. 253-5 ;
- 3° Le conseil à l'utilisation des produits phytopharmaceutiques, indépendant de toute activité de vente ou d'application, lorsque cette activité s'exerce à titre professionnel, dans le cadre d'un conseil global ou spécifique à l'utilisation de ces produits. »

Cet agrément concerne les activités de pulvérisation, incorporation d'insecticides lors des semis, mais aussi épandage d'anti-limaces ou traitement de semences de ferme. Sont donc concernés :

- les entreprises de travaux agricoles pour les applications de produits de façon ponctuelle et les travaux « de A à Z » ;
- les exploitants agricoles qui réalisent de la prestation facturée.

#### **Dans quelles situations peut-on réaliser des prestations de service d'application de produits phytopharmaceutiques sans agrément ?**

La réalisation de prestations de service d'application de produits phytopharmaceutiques sans détenir d'agrément est **limitée à 3 situations bien précises** :

1. **Entraide à titre gratuit (...)**
2. **Prestation réalisée sur des exploitations de « petite surface » (...)**
3. **Utilisation de produits de bio-contrôle exclusivement (...)**

**Références** : - article L 254-1 du Code rural et de la pêche maritime ; - loi d'avenir pour l'agriculture, l'alimentation et la forêt du 13 octobre 2014

#### **Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus**

**Versus** L'application des traitements chimiques n'est soumise à aucune obligation d'APT et engage majoritairement la responsabilité de l'applicateur.

Commentaire recto : Externalisation de fonctions / séparation médecin - pharmacien, professionnalisation de l'application PPP.



La recherche (publique ou privée) fournit de nouvelles techniques de lutte reposant soit sur de nouvelles molécules (plus grande rémanence, meilleur ciblage), soit sur des techniques alternatives / complémentaires aux traitements chimiques.

Extrait du site de l'Institut Français de la Vigne et du vin [www.vignevin.com](http://www.vignevin.com)



### RÉDUCTION INTRANTS – Méthodes alternatives

Le développement de solutions alternatives aux produits phytosanitaires est une voie d'avenir pour remplir l'objectif de société institutionnalisée dans le cadre des plans ECOPHYTO. La recherche est très active sur ce sujet mais reste très diffuse. Un consortium de recherche et innovation a été lancé pour consolider le secteur du biocontrôle. L'IFV est associé à cette initiative qui (...) vise à coordonner les acteurs du biocontrôle dans le double objectif d'offrir aux agriculteurs des méthodes alternatives en matière de produits phytosanitaires et de contribuer à la consolidation du secteur français du biocontrôle. L'objectif de l'IFV est d'être en relation avec ces centres de recherche et les sociétés de commercialisation en vue d'apporter à la filière une évaluation de ces outils. Ce travail doit prendre en compte les enjeux techniques et économiques afin d'assurer des solutions utilisables par l'agriculteur. Elle doit aussi être en mesure de s'aventurer vers des nouvelles approches de la protection des plantes.

### Les actions de recherche de nouvelles solutions de biocontrôle développées par l'IFV

Les tests des solutions de biocontrôle pour contrôler les principales maladies fongiques (mildiou, oïdium et botrytis) confirment le niveau d'efficacité moyen de ces alternatives en comparaison des références conventionnelles. Les approches testées privilégient les positionnements de ces solutions : avant la floraison pour le mildiou et l'oïdium pour contrôler le début de l'épidémiologie ; sur les traitements de fin de saison (à partir de la fermeture de la grappe) pour contrôler le botrytis. Sur mildiou et oïdium, on constate que ces stratégies, avec une efficacité en moyenne de 50%, sont susceptibles d'être suffisantes pour assurer une protection avant la floraison dans la mesure où un programme de traitement à base de produits conventionnels est appliqué en encadrement de floraison. (...) Sur mildiou des travaux sont conduits pour développer des indicateurs de l'impact physiologique des SDP dans la plante afin de mieux comprendre les mécanismes mis en jeu. Enfin, des travaux ont été initiés en 2018 pour évaluer les règles de décision pour l'emploi des biocontrôles. Ces règles sont établies sur les indicateurs modèles (voir Posologie de Traitement) et sur les caractéristiques des produits. Malgré une pression mildiou très forte, ces règles semblent être intéressantes et seront à réévaluer dans les prochains millésimes. Sur botrytis, le positionnement tardif, permet de réduire le risque de résidus. Toutefois, en 2018, tout comme en 2017, la faible pression (ou pression tardive de botrytis) n'a pas permis d'évaluer convenablement ces biocontrôles. Sur vers de grappe, les solutions d'application d'argiles kaoliniques ont montré d'importantes irrégularités au terrain. En revanche, l'association de trichogrammes et de Bt permet de disposer d'une efficacité très satisfaisante. Le coût de cette alternative couplant deux outils de biocontrôle reste pour le moment rédhibitoire. Des actions de recherche de nouvelles solutions sont également développées par l'IFV. Une partie de ces travaux sont conduits dans le cadre de partenariat avec des entreprises privées. En 2018, 35 contrats ont été réalisés. (...)

### Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** La recherche (publique ou privée) ne fournit pas de nouvelles techniques de lutte (le retour sur investissement n'étant pas jugé suffisant).

L'innovation variétale qui a priorisé la plasticité vis à vis des variations climatiques (eau, T°, sensibilité aux bio agresseurs) et le zéro résidu apporte une réponse à la diminution des moyens de lutte autorisés.

*Extrait d'un article publié sur le site [www.vignevin.com](http://www.vignevin.com)*



## Qu'est-ce que la création variétale ?

### De la sélection clonale à la création de variété, un changement de cap pour le Pôle Matériel Végétal de l'IFV

L'IFV et l'INRA conduisent des programmes d'amélioration de la vigne dans le but de diminuer la dépendance de la viticulture aux intrants phytosanitaires. La cible principale est la résistance aux maladies cryptogamiques (mildiou, oïdium et black rot), responsables à elles seules de plus de 80% de la consommation de pesticides par la filière.

L'INRA, au sein de l'UMR SVQV de Colmar, a étudié le déterminisme génétique des résistances provenant de vignes sauvages d'origine américaine ou asiatique. Il a mis au point des marqueurs moléculaires associés aux facteurs de résistance, ainsi que des biotests de résistance pour le mildiou et l'oïdium. Les recherches se poursuivent pour la résistance au black rot. Un programme de création de variétés à raisins de cuve a été engagé en 2000 (...) Il a permis de créer une cinquantaine d'obtentions à résistances oligogéniques, produisant du vin de bonne qualité et présentant une diversité d'époque de maturation adaptée aux grandes zones climatiques françaises. Quatre d'entre elles ont été inscrites au catalogue national et classées en 2018. Une vingtaine d'autres devrait suivre d'ici 2025. L'IFV, avec ses partenaires de l'UMT Géno-Vigne® (IFV, Montpellier SupAgro, équipe INRA DAAV de l'UMR AGAP) n'est pas en reste et (...) a relancé en 2007 un programme de création de variétés à raisins de table selon les mêmes principes que ceux de l'UMR SVQV (pyramidage de gènes de résistance). Il a conduit à la création d'une trentaine d'obtentions à résistances oligogéniques, dont certaines se rapprochent d'un type "raisin de cuve". Depuis 2013, les deux instituts ont engagé, avec les principales régions viticoles, des programmes de création variétale visant à obtenir de nouvelles variétés résistantes et à typicité régionale. Dans chaque programme, en accord avec les professionnels, ont été retenus des cépages dits emblématiques dont on souhaite conserver les qualités à la descendance. Ils sont croisés par hybridation avec des génotypes donneurs de résistances. Aujourd'hui, ce sont environ 1400 génotypes qui ont ainsi été générés, des descendants d'Ugni blanc, de Chardonnay, de Pinot noir, de Syrah, de Grenache, de Sauvignon, de Cabernet franc, de Colombard, de Cinsaut, de Vermentino, de Riesling ... Ces génotypes ont fait l'objet d'une sélection assistée par marqueurs moléculaires qui aura permis de vérifier leur parenté, qu'ils ont hérité des facteurs de résistance du parent résistant et qu'ils sont hermaphrodites. (...) Les premiers plants issus de ces différents programmes ont ainsi été plantés depuis 2016 en parcelles expérimentales, pour un suivi du « stade 2 ». Pendant la durée de tous les stades 2, l'IFV au Domaine de l'Espiguette, conserve tous les génotypes. A l'issue de cette phase, une vingtaine d'individus seront retenus pour la dernière étape dite VATE (valeur agronomique technologique et environnementale) ou stade 3. Cette dernière étape devrait conduire à l'inscription au Catalogue Officiel de 3 à 4 nouvelles variétés par programme. (...)

### Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** *L'innovation variétale n'apporte pas de solutions suffisante aux problèmes phytosanitaires que connaît la viticulture.*

La filière prône le "0 résidu" qui s'impose comme la règle pour tous les vins français.

## Deux caves viticoles ont rejoint le label « Zéro résidu de pesticides »



Article de Sylvie Leboulenger publié le 12/07/2021 sur le site [www.lsa-conso.fr](http://www.lsa-conso.fr)

**Avec deux caves de plus, le label "Zéro Résidu de Pesticides" du Collectif Nouveaux Champs compte désormais huit adhérents dans la filière viticole et 15 références de vins, vendues essentiellement en grande distribution.**

La Cave de Puisseguin Saint-Emilion et la Cave du Marmandais viennent de rejoindre le label "Zéro Résidu de Pesticides" du Collectif Nouveaux Champs. Avec ces deux nouvelles caves, ce label compte désormais huit adhérents dans la filière viticole et 15 références de vins, vendues essentiellement en grande distribution. (...) La gamme actuelle comporte des vins blancs (secs et doux), rosés et rouges, avec des prix de vente pour les consommateurs entre 4 et 20 €. Les vins labellisés "Zéro Résidu de Pesticides" sont commercialisés en grande distribution chez Intermarché, Auchan et Leclerc. Également en circuit spécialisé dans l'enseigne Nicolas ou chez des cavistes indépendants. Selon Kantar, ce logo était connu par 30% des Français en 2020, soit 13 points de plus qu'en 2019.

### 155 références en tout

"Sept structures de production adhérentes en janvier 2018 et 60 aujourd'hui. Trois ans après sa naissance, le label "Zéro Résidu de Pesticides" s'impose comme une démarche de référence. Créé au départ sur la filière fruits et légumes, il s'est ensuite ouvert à de nouvelles filières comme le vin mais aussi les pâtes, les fruits secs, les jus de fruits et les légumes surgelés, pour devenir un label transversal alimentaire", rappelle Gilles Bertrandias, président du Collectif Nouveaux Champs, à l'initiative du label apposé sur 155 références. Rappel des engagements fondamentaux du label : pratiquer une agriculture responsable, faire de la réduction de l'utilisation des pesticides un combat prioritaire et agir dans une totale transparence. Le programme "Zéro Résidu de Pesticides" garantit aux consommateurs l'absence de résidu au stade de la consommation, dans la limite de quantification. La méthode permettant de construire le plan de surveillance intègre l'ensemble des risques de contaminations. Une liste pertinente de substances actives est élaborée pour le vin. Toutes les substances actives à risques sont analysées comme, par exemple, toutes celles qui sont autorisées sur la vigne, toutes celles qui ont été autorisées par le passé mais aussi les molécules d'éventuelles cultures voisines pour identifier d'éventuelles contaminations croisées. L'absence de résidu est déterminée, pour chaque substance active analysée, par un résultat inférieur à la Limite de Quantification, plus petite valeur quantifiable par les laboratoires. A l'heure actuelle, les performances des instruments de mesure conduisent pour la majorité des résidus à une limite de quantification de 0.01 mg/kg. Des laboratoires indépendants certifiés COFRAC (ou équivalent européen) assurent les analyses. Le cahier des charges est également contrôlé tous les ans par un organisme de contrôle indépendant (Kiwa).

### Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** : La filière défend une politique de LMR.

**Commentaires** : *En recto* le danger réside dans la présence d'un résidu quelle que soit la dose du fait notamment d'un potentiel "effet cocktail" entre plusieurs produits présents à faible dose. *En verso*, le danger est lié à la dose de chaque produit décelé.

› Thème : Régulation du fonctionnement du marché, de la filière (RFM) – 6 hypothèses

RFM 249 L'UE conserve un mode dispositif d'intervention spécifique en matière viti-vinicole permettant notamment d'accompagner financièrement la filière viti-vinicole dans un mouvement d'adaptation structurelle à un marché concurrentiel ouvert (restructuration du vignoble, investissement à la cave, structuration export,...). **Versus** : *L'UE n'intervient plus qu'à deux niveaux en matière d'intervention économique et ce quelle que soit la filière : un soutien aux revenus des producteurs agricoles sans lien avec les filières, et une intervention territoriale rurale (type FEADER, voire FEDER actuel), non spécifiquement ciblée sur l'agriculture*

RFM 251 Les aides à la conversion en bio augmentent (ou sont maintenues). **Versus** : *Les aides à la conversion en bio sont arrêtées ou régressent.*

RFM 252 Perçu comme un « bien public » à préserver, le vignoble peut bénéficier des mesures de soutien au développement rural du « second pilier » de la PAC et les aménités de la bio (services environnementaux, protection de la ressource en eau, des sols, biodiversité...) sont prises en compte par les Pouvoirs publics (aides & subventions, mesures fiscales, ...). **Versus** : *Le vignoble n'est pas perçu comme un « bien public » à préserver et les aménités de la bio ne sont pas prises en compte par les Pouvoirs publics.*

RFM 253 Les règles concernant la fiscalité (directe et indirecte) applicables au secteur coopératif sont revues pour se rapprocher du secteur privé. **Versus** : *Le système de fiscalité (directe et indirecte) actuel pour le secteur coopératif demeure en l'état.*

RFM 259 Une régulation publique macroéconomique (à l'échelon communautaire, national ou infranational) des marchés du vin subsiste et les interprofessions font surtout de la communication. **Versus** : *Les interprofessions se renforcent dans leur rôle structurant de coordination régionale pour les viticulteurs et évoluent vers plus de pilotage économique en développant des outils de régulation de marchés, d'expertise marché, et de soutien aux entreprises qui assurent elles-mêmes leur communication.*

RFM 263 Les débouchés énergétiques sont des débouchés concurrents des débouchés alimentaires et font en conséquence l'objet d'une régulation (type mandat mais pour biocarburant aux USA). **Versus** : *Les VANA & filières de production non alimentaires sont clairement autonomes et séparées des débouchés alimentaires.*

L'UE conserve un mode dispositif d'intervention spécifique en matière vitivinicole permettant notamment d'accompagner financièrement la filière vitivinicole dans un mouvement d'adaptation structurelle à un marché concurrentiel ouvert (restructuration du vignoble, investissement à la cave, structuration export,...).

Publié le 29/06/2021 sur le site [www.agriculture-strategies.eu](http://www.agriculture-strategies.eu)

## PAC : ACCORD EUROPÉEN SUR L'ORGANISATION COMMUNE DES MARCHÉS



(...) Nous reprenons ci-dessous le communiqué de presse d'Éric Andrieu, eurodéputé S&D rapporteur du volet OCM, membre du Comité d'orientation stratégique d'Agriculture Stratégies, qui a mené les négociations sur cette partie de la PAC. (...)

Bruxelles – 25/06/2021 – « Un accord vient d'être obtenu entre les différentes institutions européennes sur le Règlement de la politique agricole commune (PAC) portant sur l'organisation commune des marchés (OCM). Depuis 1992, **c'est la première réforme de la PAC qui se conclut par davantage de régulations que de dérégulation** » se réjouit Eric Andrieu (...). Dans ce règlement OCM de la PAC, nous voulons notamment davantage de régulations sur les marchés, une meilleure gestion des crises agricoles, ou encore la mise en avant d'un enjeu essentiel que représente la souveraineté alimentaire européenne. Parmi les avancées :

### Gestion de crise agricole

« **Nous sommes parvenus à rénover les outils européens de gestion des crises.** (...) **Les marchés agricoles sont structurellement instables, prétendre qu'ils s'autorégulent est un leurre. L'ultralibéralisme a montré ses limites, que ce soit pour les agriculteurs, les consommateurs et l'environnement** ». **Activer les mesures de gestion de crise sera dorénavant bien plus simple** : les mesures comme la réduction volontaire de la production seront possibles sans avoir à attendre que la crise se généralise. (...) Le filet de sécurité pour les prix européens qu'est l'intervention publique se trouve également renforcé. (...)

### Le secteur de la viticulture

**Pour le secteur de la viticulture**, nous avons obtenu d'étendre jusqu'en 2045 les autorisations de plantation de vignes. De plus, pour répondre aux évolutions de la consommation et à la question de la santé humaine, deux catégories de vins moins concentrés en alcool seront reconnues. Enfin, la valeur énergétique des vins sera également précisée sur l'étiquetage et la liste des ingrédients davantage portée à connaissance des consommateurs. (...)

### Organisation des agriculteurs

**Les producteurs de vins, de jambons et de fromages** bénéficiant d'une appellation d'origine protégée ont aujourd'hui la possibilité de maîtriser collectivement les volumes qu'ils commercialisent pour stabiliser leurs revenus. Ils ont fait école et leur exemple a permis d'étendre cette possibilité de maîtrise des volumes des produits sous indication géographique à tous les secteurs. C'est également une belle victoire. De plus, pour rééquilibrer les pouvoirs de marchés et un meilleur partage de la valeur ajoutée, les organisations interprofessionnelles viticoles pourront émettre des recommandations sur le prix du raisin. (...)

## Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** L'UE n'intervient plus qu'à deux niveaux en matière d'intervention économique et ce quelque soit la filière : un soutien aux revenus des producteurs agricoles sans lien avec les filières, et une intervention territoriale rurale (type FEADER, voire FEDER actuel), non spécifiquement ciblée sur l'agriculture.



## Les aides à la conversion en bio augmentent (ou sont maintenues).

Extrait (§ 3) du document disponible sur le site du Ministère de l'Agriculture de l'Agroalimentaire et de la Forêt (<http://agriculture.gouv.fr>)



MINISTÈRE  
DE L'AGRICULTURE  
DE L'AGROALIMENTAIRE  
ET DE LA FORÊT

CAP SUR LA PAC 2015 → 2020

## LES AIDES À LA CONVERSION ET AU MAINTIEN DE L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE

### 3. Les montants d'aides

Les montants unitaires d'aide par hectare, calculés conformément à la réglementation européenne, ont globalement été **revalorisés** par rapport à la programmation précédente. Ils résultent du calcul d'un différentiel de marge brute entre production conventionnelle et production biologique, auquel s'ajoutent les surcoûts de main d'œuvre liés à la mise en œuvre des itinéraires techniques bio lorsque ces derniers sont avérés : lorsque cela était pertinent, les coûts de transaction (qui recouvrent le temps passé par le producteur pour élaborer et suivre son projet d'un point de vue technique et administratif) ont également été pris en compte. Ces montants unitaires ont été déterminés de façon à maintenir un différentiel cohérent entre les aides à la conversion et les aides au maintien, et s'appliquent dans toutes les régions de l'hexagone. Pour les aides au maintien et à la conversion, si les Régions le souhaitent, il est possible de mettre en place un plafonnement par exploitation. Au total, les aides en faveur de la conversion et du maintien de l'agriculture biologique représenteront **160 millions d'euros par an (crédits européens et contreparties nationales) versés en** moyenne sur la période 2015-2020, à comparer aux 90 millions d'euros versés en 2012.

Catégories de couvert	Montant des aides à la conversion (en €/ha/an)		Montant des aides au maintien (en €/ha/an)	
	2011-2014	2015-2020	2011-2014	2015-2020
Maraîchage et arboriculture + semences potagères et de betterave industrielle à partir de 2015	900	900	590	600
Cultures annuelles + semences de céréales, protéagineux et fourragères à partir de 2015	200	300	100	160
Cultures légumières de plein champ	350	450	150	250
Viticulture	350	350	150	150
Prairies associées à un atelier d'élevage	100	130	80	90
Landes, estives et parcours	50	44	25	35
PPAM* 1 (Lavande, lavandin, chardon marie, cumin, carvi, fenouil, psyllium, sauge sclarée)	350	350	150	240
PPAM* 2 (Autres plantes à parfum, aromatiques et médicinales)	350	900	150	600

\* PPAM : plantes à parfum, aromatiques et médicinales

Version révisée janvier 2016

Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** : Les aides à la conversion en bio sont arrêtées ou régressent.

Perçu comme un « bien public » à préserver, le vignoble peut bénéficier des mesures de soutien au développement rural du « second pilier » de la PAC et les aménités de la bio (services environnementaux, protection de la ressource en eau, des sols, biodiversité...) sont prises en compte par les Pouvoirs publics (aides & subventions, mesures fiscales, ...).

Article d'Alice Bouviala, publié le 02/06/2021 sur le site [www.la-croix.com](http://www.la-croix.com)

**LACROIX**

## **Agriculture : la filière bio s'estime lésée par la nouvelle PAC**

**La déclinaison française de la politique agricole commune (PAC) ne convainc pas la filière biologique qui manifeste mercredi 2 juin, à Paris. En cause, la certification de « haute de valeur environnementale » qui pourra prétendre aux mêmes aides directes pour un niveau d'exigence moindre.**

Les arbitrages du ministère de l'agriculture sur les mesures « vertes » de la PAC ne font pas consensus. « C'est perdu pour la bio », regrette Loïc Madeline, agriculteur dans l'Orne. Avec la Fédération nationale de l'agriculture biologique (FNAB) dont il est secrétaire national, il manifeste, mercredi 2 juin, contre les nouvelles règles de distribution des aides directes aux agriculteurs. En France, le « pilier 1 » de la PAC, qui réunit les aides directes aux agriculteurs, s'élève à 8,7 milliards d'euros par an. Avec la réforme, qui entrera en vigueur le 1er janvier 2023 pour une durée de cinq ans, les États devront en consacrer 20 à 30 % à « l'éco-régime ». Un nouveau dispositif censé, dans le cadre du « green new deal » européen, favoriser la transition vers un modèle agricole plus vertueux pour l'environnement.

### **La certification « haute valeur environnementale » mise en cause**

Mais la déclinaison nationale de cette mesure déplaît à la filière bio. En cause, le fait que la certification « haute valeur environnementale » (HVE) pourra accéder à l'« éco-régime » de niveau 2, le plus élevé, au même titre que le bio. Ce que récusent les chercheurs de l'Institut du développement durable et des relations internationales, rattaché à Sciences-Po, pour qui cette certification « ne peut prétendre accompagner une réelle démarche de transition agro-écologique ». Selon eux, le cahier des charges en vigueur permettrait à des filières comme la viticulture, très consommatrice de produits phytosanitaires, d'être certifiées « sans aucune amélioration de leur performance environnementale ». (...) Loïc Madeline craint que ces nouvelles règles dissuadent les conversions à l'agriculture biologique. « Si vous avez deux possibilités d'atteindre le même niveau d'éco-régime, vous choisissez la HVE, plus facile à obtenir », estime-t-il. (...)

### **La conversion aidée, pas le maintien**

La filière bio est moins sévère en ce qui concerne le deuxième pilier de la PAC, qui porte sur la politique de développement rural. Dans ce cadre, l'aide à la conversion au bio sera portée à 340 millions d'euros par an (...). Une hausse de 36 % du budget, saluée par la plateforme « Pour une autre Pac », qui milite pour une réforme au service de la transition écologique. En revanche, le collectif déplore, en plus des critères de l'« éco-régime », l'abandon des dispositifs d'« aide au maintien » dans la filière biologique (...). D'après le ministère de l'agriculture, la demande croissante de produits bios assure la pérennité des exploitations déjà converties à l'agriculture biologique. Selon la FNAB, cette orientation démontre au contraire que « le gouvernement ne souhaite pas réellement aller vers la bio ». (...)

## **Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus**

**Versus** *Le vignoble n'est pas perçu comme un « bien public » à préserver et les aménités de la bio ne sont pas prises en compte par les Pouvoirs publics.*

Les règles concernant la fiscalité (directe et indirecte) applicables au secteur coopératif sont revues pour se rapprocher du secteur privé.

**Extrait de l'annexe 1 du rapport de M. Joël Bourdin, rapporteur spécial Mission "Agriculture, pêche, alimentation, forêts et affaires rurales" et compte d'affectation spéciale "Développement agricole et rural" (rapport présenté en Commission le 17 novembre 2010)**



## ANNEXE 1 - UN BILAN DU STATUT DES COOPÉRATIVES AGRICOLES

### C. UN RÉGIME FISCAL QUI FAIT L'OBJET DE CONTESTATIONS

#### 1. Des avantages fiscaux indéniables

Les sociétés coopératives agricoles bénéficient de nombreux avantages fiscaux, tels que des exonérations totales ou partielles d'impôt sur les sociétés (IS) pour un montant estimé à 50 millions d'euros ; de taxe foncière sur les propriétés bâties (TFPB) pour un coût total de 10 millions d'euros ; des impôts issus de la suppression de la taxe professionnelle, à savoir la contribution économique territoriale (CET), composée de la cotisation foncière des entreprises (CFE) et de la cotisation sur la valeur ajoutée des entreprises (CVAE) ; d'impôt forfaitaire annuel (IFA) ; de la taxe sur les salaires ; de taxe d'apprentissage ; de droit d'enregistrement sur les mutations immobilières ; de taxe sur les bureaux en Île-de-France...

Le tableau de la page suivante, issu d'informations transmises par la Direction de la législation fiscale à votre rapporteur spécial récapitule certaines de ces mesures, dont le coût total est estimé à 110 millions d'euros.

Les coopératives bénéficient aussi d'avantages non fiscaux, comme une garantie publique (garantie d'aval de premier rang par FranceAgriMer dans le cadre des emprunts qu'elles contractent auprès d'institutions bancaires). Cette situation contraste avec celle des sociétés de négoce, qui pour bénéficier de la même garantie ont dû créer une société de caution mutuelle.

Les négociants sont ainsi parmi les plus ardents opposants aux régimes fiscaux dérogatoires des coopératives, récemment remis en cause, non pas au titre des distorsions de concurrence induites par ces régimes, mais sur le fondement de la réglementation européenne sur les aides d'Etat, en France, en Espagne, en Italie ou, encore, en Norvège.

#### Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** : Le système de fiscalité (directe et indirecte) actuel pour le secteur coopératif demeure en l'état.

Une régulation publique macroéconomique (à l'échelon communautaire, national ou infranational) des marchés du vin subsiste et les interprofessions font surtout de la communication.

Communiqué de presse publié le 17/09/2020 sur le site [www.autoritedelaconcurrence.fr](http://www.autoritedelaconcurrence.fr)

### Vins d'Alsace : l'Autorité de la concurrence sanctionne 3 organisations professionnelles pour entente



(...) l'Autorité sanctionne deux organisations syndicales, l'Association des Viticulteurs d'Alsace (AVA) et le Groupement des Producteurs Négociants du Vignoble Alsacien (GPNVA), ainsi qu'une organisation interprofessionnelle, le Conseil interprofessionnel des Vins d'Alsace (CIVA), pour avoir participé à une entente sur le prix du raisin. Le CIVA est également sanctionné pour avoir élaboré et diffusé des recommandations tarifaires sur le vin en vrac.

#### Les organisations syndicales des viticulteurs et des négociants, ainsi que l'interprofession, se sont entendues dans le but d'augmenter le prix de vente du raisin

Entre 2008 et 2017, l'AVA, représentant les producteurs, le GPNVA, représentant les négociants et vendeurs de vins, et le CIVA, l'interprofession, se sont concertés afin d'établir des recommandations, à l'issue de chaque récolte, sur les prix de vente du raisin et ce, pour chaque cépage alsacien (dont le Riesling et le Gewurztraminer). À compter de 2013, ces mêmes prix ont été publiés dans une revue spécialisée. Les organismes mis en cause visaient, par ces pratiques, à augmenter les prix de la matière première, afin de renchérir mécaniquement le prix de vente aux consommateurs des vins d'Alsace.

#### L'interprofession a publié depuis 1980 des recommandations tarifaires sur le vin en vrac

Par ailleurs, l'Autorité a relevé qu'entre 1980 et 2018, le CIVA a élaboré et publié, à destination de ses adhérents et pour chaque récolte, des recommandations tarifaires sur le vin en vrac (vin non embouteillé). Elle a considéré que cette pratique du CIVA limitait le libre jeu de la concurrence sur le marché. En effet, le CIVA élaborait des prix uniques, par cépage, applicables à tous les exploitants viticoles alsaciens quels que soient leurs coûts d'exploitation individuels. Ces prix étaient publiés, chaque année au mois de décembre, au début de la période de commercialisation du vin en vrac et s'apparentaient ainsi à une consigne de prix.

#### L'élaboration et la diffusion de barèmes de prix par une organisation professionnelle est incompatible avec le libre jeu de la concurrence

En élaborant et diffusant des barèmes de prix, un syndicat professionnel ou une organisation interprofessionnelle, incite ses adhérents à se détourner d'une appréhension directe et individuelle de leur stratégie commerciale et d'une détermination indépendante de leurs prix et fausse les négociations entre les opérateurs. En outre, au cas d'espèce, bien que les organismes en cause n'aient pas formulé de demande explicite d'exemption individuelle à la prohibition des ententes, l'Autorité a considéré qu'ils n'auraient en tout état de cause pas pu bénéficier d'une telle exemption, dans la mesure où la réalité du progrès économique engendré par les pratiques en cause n'était pas démontrée. (...)

#### Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** Les interprofessions se renforcent dans leur rôle structurant de coordination régionale pour les viticulteurs et évoluent vers plus de pilotage économique en développant des outils de régulation de marchés, d'expertise marché, et de soutien aux entreprises qui assurent elles-mêmes leur communication.

Les débouchés énergétiques sont des débouchés concurrents des débouchés alimentaires et font en conséquence l'objet d'une régulation (type mandat mais pour biocarburant aux Etats-Unis).

**Extraits du site internet de la Fédération Nationale des Distilleries Coopératives Viticoles (FNDCV)**  
<http://fndcv.fr/>



### **Débouchés énergétiques**

Grâce à leurs process industriels de transformation, les distilleries viticoles peuvent produire les énergies suivantes :

- Biocarburant : Les alcools bruts (+ 92°) produits par les distilleries à partir de marcs et des lies deviennent après déshydratation des bioéthanol incorporés dans les essences. Les alcools bruts (+92°) peuvent être utilisés dans l'ED 95. Ce nouveau carburant pour moteur diesel a fait l'objet de budgets de recherche et développement portés par SCANIA avec l'appui de RAISINOR France. L'ED 95 a été récemment agréé pour des flottes captives.
- Biogaz : le biogaz est issu de la méthanisation des vinasses. Il peut être soit utilisé comme source de chaleur, soit être injecté dans le réseau, soit permettre la production d'électricité verte.
- Chaleur : Les tourteaux déshuilés (résidus de pressurage des pépins de raisins) sont utilisés comme combustibles dans les chaudières biomasse. Il en est de même pour les pulpes. En revanche, les pépins de raisins, mieux valorisés actuellement dans la filière alimentaire, ne sont plus utilisés.

### **Débouchés industriels**

Si l'alcool produit par les distilleries viticoles a eu de tout temps des débouchés industriels, la politique de diversification menée par les distilleries viticoles a permis le développement de nouvelles applications et la mise sur le marché d'autres coproduits :

- L'alcool entre dans la fabrication des peintures, des liquides lave-glaces, des parfums, de l'alcool ménager, des produits pharmaceutiques avec un pouvoir désinfectant. Il est également utilisé pour les lampes à alcool ou pour les cheminées d'agrément, secteur en fort développement.
- L'acide tartrique a de nombreuses applications industrielles comme pour le traitement de surface des métaux ou dans l'industrie du ciment et du plâtre. Son pouvoir retardateur de prise rend les manipulations plus aisées.
- Les tanins sont utilisés dans des applications pharmaceutiques, plus particulièrement en cosmétologie, pour lutter contre les effets destructeurs du soleil, et aussi ralentir le processus de vieillissement de la peau.

Les adhérents de la FNDCV financent des programmes de Recherche et développement notamment via l'UNGDA visant à la mise au point ou le développement de produits biosourcés.

### **Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus**

**Versus** : Les VANA & filières de production non alimentaires sont clairement autonomes et séparées des débouchés alimentaires.

› Thème : Recherche, innovation (RIN) – 7 hypothèses

RIN 266 Le recours à la mécanisation et à l'automatisation a beaucoup progressé dans le monde viticole. **Versus** : *Le recours à la mécanisation et l'automatisation évolue peu dans le monde viticole.*

Commentaire : Disponibilité de la main d'œuvre, en particulier dans les nouvelles régions viticoles.

RIN 268 L'Etat impulse une dynamique forte dans la R&D viticole **Versus** : *L'Etat ne finance pas de manière importante la R&D viticole*

RIN 271 A la vigne comme à la cave, la mise en œuvre des innovations techniques disponibles (irrigation, lutte antigél, etc.) offre des bénéfices suffisamment importants pour compenser les coûts d'adaptation occasionnés **Versus** : *A la vigne comme à la cave, la mise en œuvre des innovations techniques disponibles (irrigation, lutte antigél, etc.) n'est pas rentable à cause de coûts importants de mise en place et d'entretien*

RIN 273+281 L'innovation (viti ou oeno) est de mieux en mieux connue, comprise et appréciée par les consommateurs. **Versus** : *L'innovation reste discrète pour ne pas porter atteinte au mythe de la production artisanale du vin.*

RIN 275 Les avancées de la recherche permettent de surmonter les impasses techniques de la viticulture bio et les maladies au fur et à mesure de leur apparition (flavescence dorée, alternatives au cuivre, ...). **Versus** : *Faute d'incitation et de résultat de la recherche, les impasses techniques bloquent le développement du vin bio.*

RIN 279 La viticulture française s'organise et devient un « cluster » mondial du vin regroupant pôles de compétitivité, recherche, formation, information (observatoire vitivinicole), entreprises et organisations de la filière vitivinicole, etc... **Versus** : *Les liens entre les différentes organisations/acteurs viticoles et les pôles de compétitivité demeurent trop inopérants pour en faire un « cluster » à l'image des grands pôles mondiaux.*

Commentaire recto : Les relais qui permettent le transfert des résultats de la recherche fondamentale applicables au vignoble / dans les chais, sont déterminants pour les progrès (économiques, réponse aux attentes consommateurs, maîtrise technique, ...) au sein de la filière vignes & vins.

RIN 295 La lutte contre les nouveaux bio agresseurs et les "maladies complexes" (type dépérissement de la vigne) est menée avec des techniques proches de l'agro-écologie (bio, massale, diversification, agroforesterie ... ). **Versus** : *La lutte contre les nouveaux bio agresseurs et les "maladies complexes" (type dépérissement de la vigne) est menée avec des technologies de types NBT, PPP nouvelle génération, ingénierie climatique, ouverture des pratiques oenologiques,...*

Le recours à la mécanisation et à l'automatisation a beaucoup progressé dans le monde viticole.

Article de Céline Bourgeois publié le 4 décembre 2019 sur le site [www.vitisphere.com](http://www.vitisphere.com)

## Le métier de vigneron face à la robotisation Vitisphere

**Longtemps éloignées du vignoble, les nouvelles technologies commencent à s'y faire sérieusement une place. Parmi elles, les robots pourraient être de vrais atouts pour les vignerons... à condition d'en maîtriser les usages.**

A l'occasion de la conférence organisée par le FIRA sur le thème « *Des robots pour mes vignes ? Mon métier évolue* », plusieurs questions ont été abordées notamment autour de la pénibilité du travail des viticulteurs.

Parmi les intervenants, François Purseigle, professeur des universités l'INP-ENSAT a notamment souligné : « *les tâches répétitives, manuelles et fatigantes n'ont aucune plus-value qualitative ou quantitative dans la profession de vigneron et peuvent être considérées comme des tâches facilement automatisables voire robotisables* ». Un point de vue soutenu par Bruno Tisseyre, professeur à Montpellier SupAgro. « *L'utilisation de robots au vignoble peut clairement diminuer la pénibilité, renforcer l'attractivité du métier et redistribuer du temps de travail vers des opérations ayant une plus forte valeur ajoutée* ».

Selon les experts, la robotique trouve ainsi un champ d'application pour toutes les opérations lentes pénibles et répétitives, pour lesquelles la présence de l'homme n'est pas forcément nécessaire. « *Encore faut-il maîtriser quelques fondamentaux* » souligne François Purseigle.

### **Savoir communiquer les bonnes informations**

Parmi ces fondamentaux figurent en première ligne l'automatisation de la récolte d'information. En effet, selon l'intervenant, « *il est impératif de maîtriser et de donner les bonnes informations au robot afin qu'il puisse fonctionner correctement. Or, ces informations doivent être particulièrement fiables et objectives et la subjectivité de l'appréciation par l'homme peut parfois poser problème. En outre, les robots requièrent parfois des informations précises que l'homme ne peut détecter. Par exemple des prélèvements et analyses à effectuer lors des contrôles de maturité, la phénologie de la vigne, mais surtout de la détection précoce de maladies* » explique François Purseigle.

### **Savoir renseigner le zonage**

Sur un autre plan, le zonage et la cartographie des parcelles apparaissent comme un enjeu important dans l'automatisation viticole, aussi bien pour une meilleure surveillance que pour l'utilisation plus facile des machines. « *Une automatisation dans ce domaine peut être une aide conséquente, par exemple lors des traitements ou de la récolte. A condition toutefois d'avoir bien renseigné au préalable la zone d'application et de travail* », remarque Cédric Séguineau, animateur de la commission sécurité au CEMA.

## Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** Le recours à la mécanisation et l'automatisation évolue peu dans le monde viticole.

Commentaire : Disponibilité de la main d'œuvre, en particulier dans les nouvelles régions viticoles.

L'Etat impulse une dynamique forte dans la R&D viticole.



INSTITUT NATIONAL  
DE L'ORIGINE ET DE  
LA QUALITÉ



INRAE



IFV  
INSTITUT FRANÇAIS  
DE LA VIGNE ET DU VIN

### Extrait (p.15) du document « Stratégie de la filière viticole face au changement climatique » (août 2021)

#### Domaine 6 :

### Recherche, développement, transfert, formation

Il est nécessaire de poursuivre les travaux de R&D, notamment en matière économique et de pérenniser le financement de la R&D. Une feuille de route R&D viendra compléter la stratégie d'adaptation de la filière vin face au changement climatique. Cette adaptation de tous doit se faire par le transfert et la formation mais également par le développement de recherches participatives associant un panel d'opérateurs de la filière le plus large possible mais aussi des consommateurs, des citoyens, des acteurs publics et des territoires.

#### Amplifier les efforts de la R&D

##### • Bâtir un Plan Climat

Bâtir un Plan Climat de la filière vin à l'image du Plan National Dépérissement du Vignoble permettrait d'associer tous les réseaux d'acteurs de la filière et des différents territoires. Il s'agit de mettre le changement climatique en priorité 1 des appels à projets CASDAR (expérimentation FranceAgriMer, ...) et autres pratiques environnementales.

#### Exemple

##### Feuille de route R&D

*L'ensemble des acteurs de la R&D ont intégré le défi du changement climatique dans leur priorités d'actions aux plans national et international. A ce titre, INRAE et IFV ont renouvelé pour 10 ans leur accord cadre de partenariat avec une thématique prioritaire sur l'adaptation des vignobles et l'atténuation au changement climatique. Les deux Instituts s'appuient sur le réseau, initié par INRAE, Laccave 2.21, qui a déjà mobilisé les acteurs des différentes régions vitivinicoles et aura vocation à monter en puissance. De même, le réseau des Chambres d'Agriculture et des Instituts techniques s'engagent dans leur contrat d'objectifs avec le ministère de l'Agriculture pour améliorer la résilience de systèmes agricoles face au changement climatique et atténuer les émissions de gaz à effet de serre.*

Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** L'Etat ne finance pas de manière importante la R&D viticole.



A la vigne comme à la cave, la mise en œuvre des innovations techniques disponibles (irrigation, lutte antigél, etc.) offre des bénéfices suffisamment importants pour compenser les coûts d'adaptation occasionnés.

### Les cahiers du Pôle Technique et Qualité #2 : "Innovation à la vigne & en cave"

Le Pôle Technique et Qualité du Bureau Interprofessionnel des Vins de Bourgogne a publié en juillet 2019 le 1<sup>er</sup> numéro de son hors-série, rebaptisé « les cahiers du Pôle Technique et Qualité ». Ce 1<sup>er</sup> numéro était consacré au matériel végétal. Le 2<sup>ème</sup> numéro « Innovation à la vigne & en cave » paru en juin 2020, traite de plusieurs outils et méthodes innovants qui voient le jour actuellement, à la vigne ou à la cave.



#### EDITO

*Nous nous confrontons aujourd'hui à de grands enjeux, qui vont redéfinir nos façons de travailler : faire face au changement climatique, réduction de notre empreinte environnementale, transition écologique, durabilité de nos systèmes de culture, etc. L'innovation est à portée de main. Les nouvelles technologies de l'information, du numérique, ou même de la biologie moléculaire se déploient pour répondre à ces enjeux. De nouveaux outils nous aident déjà dans l'accomplissement de nombreuses tâches : échanges à distance avec des capteurs ou des personnes, modélisation, automatisation. Ils vont se multiplier pour nous permettre, demain, de connaître en temps réel l'état de nos parcelles, l'impact de nos pratiques, de maîtriser finement les qualités de nos vins et d'améliorer les conditions de travail. Ces objectifs ne pourront être atteints sans l'implication et la concertation de tous les acteurs concernés et sans plusieurs cycles d'essais-améliorations afin que les solutions mises à disposition répondent parfaitement à leurs utilisateurs. Vous découvrirez dans ce numéro des Cahiers du Pôle Technique & Qualité quelques-uns des outils et méthodes innovants qui voient le jour actuellement, à la vigne ou à la cave. Testez, échangez et innovez !*

Jean-Yves BIZOT & Frédéric BARNIER

#### LES CAHIERS DU PÔLE TECHNIQUE & QUALITÉ - MAI 2020 -

##### Sommaire

- 4 . La viticulture de précision
- 6 . Des robots dans les parcelles
- 8 . Quels sont les impacts environnementaux des modes de gestion du sol ?
- 9 . Les réseaux d'interactions microbiens dans les sols
- 10 . Flavescence dorée : où en est-on ?
- 13 . Plantation de haies dans le vignoble
- 14 . Agrivoltaïsme
- 16 . De nouveaux outils de détermination de la maturité des raisins
- 18 . Vers des chais neutres en énergie
- 19 . Le Mas numérique : l'exploitation viticole 3.0
- 20 . Nouveaux procédés de stabilisation des vins
- 22 . Détection des Brettanomyces

#### Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** A la vigne comme à la cave, la mise en œuvre des innovations techniques disponibles (irrigation, lutte antigél, etc.) n'est pas rentable à cause de coûts importants de mise en place et d'entretien.

L'innovation (viti ou oeno) est de mieux en mieux connue, comprise et appréciée par les consommateurs.

Communication SITEVI publiée le 08/11/2021 sur le site [www.vitisphere.com](http://www.vitisphere.com)



## Plus de fraîcheur, moins d'intrants : ces avancées œnologiques qui s'adaptent aux nouvelles exigences des consommateurs

La tendance est là, depuis plusieurs années déjà : dans un contexte de réchauffement climatique et de nouveaux modes de consommation, les œnophiles tendent vers la fraîcheur et plébiscitent davantage les vins blancs, rosés et effervescents. Des consommateurs qui, dans le même temps, attachent de plus en plus d'importance aux intrants utilisés en cave. Une exigence bientôt renforcée par la prochaine obligation d'étiquetage nutritionnel. Dès lors, de nouvelles solutions deviennent nécessaires pour guider le profil organoleptique de ses vins. Lors du SITEVI 2021, du mardi 30 novembre au jeudi 2 décembre à Montpellier, chercheurs et entreprises seront réunis pour présenter les dernières avancées en la matière. Le groupe d'experts Vinseo présentera ainsi ses dernières expériences d'application d'une levure Lanchancea, « sélectionnée pour sa capacité à produire de l'acide lactique naturellement à partir des sucres du moût ». Le laboratoire Nyseos et l'IFV dévoileront, quant à eux, leurs derniers résultats de recherche sur l'équilibre azote-lipides dans les moûts. Parmi les exposants, l'entreprise Parsec présentera « Nectar by ADCF », un système de gestion intelligente du CO2 fermentaire, destiné à favoriser l'expression aromatique. Une innovation en lice aux SITEVI Innovation Awards. Également nominé, le groupe Vinventions fera la lumière sur la nouvelle fonctionnalité du PolyScan C200, un test pour prédire l'évolution des vins. Toujours dans cette exigence de maîtrise des profils organoleptiques, la masterclass de dégustation Vins sans sulfites mais pas sans maîtrise aura lieu mardi 30 novembre 2021.

PHILIPPE COTTEREAU, INSTITUT FRANÇAIS DE LA VIGNE ET DU VIN

### « L'équilibre azote-lipides dans les moûts est fondamental »

« La conférence sur la gestion de la balance azote-lipides dans les moûts, pilotée par Nyseos, présentera les derniers résultats d'expérimentation en la matière. Cet équilibre est fondamental pour le bon déroulé des fermentations comme pour l'orientation du profil aromatique (...). Les thèmes de la fertilisation azotée à la vigne et du débouillage seront particulièrement abordés. »

JULIEN LECOURT, DIRECTEUR R&D, VIGNOBLES BERNARD MAGREZ

### « Le salon permet de voir ce qui relève du projet et ce qui relève de la réalité »

« (...) Les solutions de digitalisation du chai, ainsi que toutes les innovations promettant de garantir le potentiel aromatique de nos vins, nous intéressent particulièrement. Nous serons à l'écoute des levuriers, ou encore des tonneliers. Beaucoup d'acteurs sont en train d'émerger. Le salon permet de voir ce qui relève du projet et ce qui relève de la réalité. »

AUDREY MARTINEZ, ŒNOLOGUE, BLOG « La WINEista »

### « J'espère des avancées dans l'analyse des brettanomyces »

« L'œnologie a beaucoup avancé ces dernières années (...). Mais il y a un domaine dans lequel j'attends des avancées : l'analyse des brettanomyces. Jusqu'ici, on a peu d'outils efficaces pour suivre les populations. Cela empêche d'agir à temps, et de mettre en place des mesures préventives, comme des collages ou des soutirages. (...) »

## Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** L'innovation reste discrète pour ne pas porter atteinte au mythe de la production artisanale du vin.

Les avancées de la recherche permettent de surmonter les impasses techniques de la viticulture bio et les maladies au fur et à mesure de leur apparition (flavescence dorée, alternatives au cuivre, ...).

Article de Pascale Mollier publié sur le site [inra.fr](http://inra.fr) le 26/03/2013, mis à jour le 22/07/2016



## La flavescence dorée de la vigne - Introduction

L'Inra, qui était déjà en pointe dans les années 50 sur l'identification de l'agent de la flavescence dorée et de son insecte vecteur, a réalisé des avancées significatives sur la biologie de ces organismes. Ces nouvelles connaissances ont permis de mettre au point un test de détection spécifique de cette maladie, et d'ouvrir des pistes sur des méthodes de lutte autres que l'utilisation d'insecticides. Car actuellement, la flavescence dorée est incurable : elle n'est contenue que par l'arrachage des ceps contaminés, le contrôle des plants de pépinières et la lutte insecticide contre le vecteur.

### Un fort impact agronomique

La flavescence dorée est une maladie de quarantaine particulièrement contagieuse et incurable chez la vigne. Elle se caractérise par un jaunissement des feuilles et un dépérissement du raisin. On la trouve dans la plupart des zones de production viticole du sud de l'Europe, où elle peut occasionner de fortes pertes de récolte et compromettre la pérennité des vignobles. Aujourd'hui, plus de la moitié de la superficie du vignoble français est en zone de lutte obligatoire.

### Un agent pathogène particulier

Comme d'autres jaunisses végétales, la flavescence dorée est causée par des phytoplasmes, sortes de petites bactéries sans paroi de la classe des Mollicutes. Ce sont des parasites intracellulaires obligatoires se reproduisant dans le phloème des plantes et dans des insectes piqueurs-suceurs qui s'en nourrissent. Le principal vecteur des phytoplasmes de la flavescence dorée est la cicadelle *Scaphoideus titanus*. En prélevant du phloème contaminé et en allant se nourrir sur un autre pied, cet insecte propage la maladie dans le vignoble, de manière analogue à la propagation de la malaria chez l'homme par les moustiques anophèles. La transmission à longue distance est par contre essentiellement due au transport par l'homme de matériel végétal contaminé pour la plantation.

### La recherche est nécessaire pour trouver des traitements

Les moyens de lutte actuels reposent sur l'arrachage des ceps atteints, la prophylaxie de l'état sanitaire des plants de pépinière, et les traitements insecticides contre le vecteur. Ces traitements sont obligatoires, polluants, coûteux, et contrecarrent la démarche de réduction de pesticides de la filière viticole. Ces plans de lutte obligatoire posent en outre d'énormes problèmes aux viticulteurs engagés en Agriculture Biologique ou en processus de conversion vers celle-ci.

Proposer des méthodes qui vont permettre de mieux gérer la lutte actuelle et développer des solutions de lutte alternatives plus économes en insecticides est donc indispensable à court terme. Ceci nécessite une meilleure connaissance du pathogène, du vecteur et des mécanismes qui gouvernent les interactions entre le phytoplasme, la cicadelle et la vigne.

### Une nouvelle dynamique de recherche au centre Inra de Bordeaux Aquitaine

A l'Inra de Bordeaux, deux unités de recherche travaillent conjointement sur le système triangulaire de la flavescence dorée : phytoplasme/cicadelle vectrice/vigne. L'une (1) se consacre au phytoplasme : son origine, l'évolution des épidémies, et l'interaction avec ses hôtes (plante et insecte). L'autre (2) étudie l'insecte vecteur, son comportement en relation avec la plante hôte, l'histoire de son introduction et de son expansion en Europe.

(1) UMR Biologie du Fruit et Pathologie (BFP 1332), équipe « Mollicutes ».

(2) UMR Santé et Agroécologie du Vignoble (SAVE 1065).

### Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** Faute d'incitation et de résultat de la recherche, les impasses techniques bloquent le développement du vin bio.

La viticulture française s'organise et devient un « cluster » mondial du vin regroupant pôles de compétitivité, recherche, formation, information (observatoire vitivinicole), entreprises et organisations de la filière vitivinicole, etc...

## Apprendre de l'échec d'un pôle de compétitivité : la non labellisation de la filière vigne et vin en Aquitaine



Extraits de l'annexe du document (disponible sur le site [www.strategie-aims.com](http://www.strategie-aims.com))

### ANNEXE : ANALYSE DES CAUSES DE L'ECHEC LORS DE LA 1<sup>ère</sup> TENTATIVE

( ... )

- Les professionnels n'étaient pas assez impliqués dans la conception du projet et n'avaient pas suffisamment de liens avec les laboratoires de recherche : « *À l'époque, il me semble que [les raisons officielles qui ont été évoquées] c'était un manque d'implication des industriels et un manque de relation entre les industriels et les partenaires recherche/formation* ».

( ... )

- Le choix des thématiques dans le dossier ne correspondait pas aux exigences d'un pôle de compétitivité. Il y avait une insuffisance des sciences « dures » à travers des projets collaboratifs technologiques et, inversement, une importance trop grande des sciences humaines et sociales (notamment du marketing) : « *Sur la problématique des marchés, l'innovation marketing, il y a plein de choses à faire. Or, ce n'est pas vraiment des sujets qui rentrent facilement dans une logique de pôles de compétitivité [...]. Le dossier ne semblait pas suffisamment orienté sur la problématique de la R&D collaborative. Quels sont les axes de R&D que l'on va faire en commun ? Quels sont les enjeux technologiques auxquels on veut s'atteler ? Etc. Or, quand même, lors de la première candidature, c'était quand même ça le sujet !* ».
- Les PME/TPE de la filière vitivinicole n'ont pas de budgets suffisamment conséquents en R&D (elles cotisent auprès du CIVB, qui co-finance des programmes de recherche), ce qui se traduit par une certaine faiblesse de l'innovation technique relativement à d'autres secteurs d'activité : « *Le problème de la filière vin – mais comme de beaucoup de filière agroalimentaire – c'est que le potentiel de R&D privée est quand même restreint [...]. Et donc demander à ces entreprises – qui parfois n'ont aucune compétence R&D interne – de faire de la R&D collaborative (pour pouvoir exister en tant que pôle), c'est parfois se tirer une balle dans le pied !* ». ( ... )

### Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** Les liens entre les différentes organisations/acteurs viticoles et les pôles de compétitivité demeurent trop inopérants pour en faire un « cluster » à l'image des grands pôles mondiaux.

**Commentaire recto** : Les relais qui permettent le transfert des résultats de la recherche fondamentale applicables au vignoble / dans les chais, sont déterminants pour les progrès (économiques, réponse aux attentes consommateurs, maîtrise technique, ...) au sein de la filière vignes & vins.

La lutte contre les nouveaux bio agresseurs et les "maladies complexes" (type dépérissement de la vigne) est menée avec des techniques proches de l'agro-écologie (bio, massale, diversification, agroforesterie ...).

Extrait d'une interview de Céline Abidon, ingénieur viticole à l'Institut français de la vigne et du vin publié sur le site [www.lachampagneviticole.fr](http://www.lachampagneviticole.fr)



**En quoi la recherche publique et/ou privée est-elle indispensable pour lutter contre les maladies de la vigne ?** (...) La filière vitivinicole a décidé de déclarer le dépérissement du vignoble comme une priorité nationale, avec l'intention de privilégier une approche systémique en travaillant sur la réduction des effets et pas seulement sur la compréhension des causes. Il s'agit également d'avoir une approche interdisciplinaire dans laquelle des agronomes, des économistes, des pathologistes, des généticiens, sont amenés à travailler ensemble. La profession viticole représentée par le CNIV, avec le soutien de FranceAgriMer, du ministère de l'Agriculture, de l'Institut français de la vigne et du vin ont uni leurs forces pour engager le Plan national dépérissement du vignoble. (...)

**Quels sont les freins que vous observez dans votre travail de recherche ?** Plus que les freins à la recherche ce sont plutôt les difficultés à appréhender ce phénomène complexe qu'il faut souligner. (...) Nous ne sommes pas face à une cause unique. Plus de 70 facteurs impactent plus ou moins directement le dépérissement des ceps de vigne. Ils sont biologiques (virus, ravageurs), physiques (stress hydrique) ou liés aux pratiques culturales (taille, gestion des maladies, qualité du matériel végétal). (...) C'est pour cette raison qu'il est important d'avoir une approche systémique et interdisciplinaire. Le Plan national dépérissement du vignoble répond au besoin de mobilisation de la filière pour assurer la pérennité du vignoble et la compétitivité des entreprises. (...) « Se mobiliser, innover, s'adapter » constitue le triptyque de l'engagement collectif de toute la filière vitivinicole pour un vignoble sain, durable et pérenne.

**Quelles sont les perspectives de lutte contre les maladies du bois de la vigne ?** (...) face à ces maladies complexes, une seule solution ne sera pas satisfaisante. Neuf projets de recherche sont actuellement en cours. Les perspectives portent à la fois sur la lutte curative (avec l'arrivée de nouveaux produits fongiques notamment) mais aussi préventive : innovation dans les pratiques de taille et de gestion du vignoble, innovations en pépinière avec un matériel végétal. Le projet Vitimage piloté par l'IFV avec le soutien du CNRS de Montpellier et le Comité interprofessionnel du vin de Champagne, cherche à comprendre, par exemple, la propagation des pathogènes responsables de la maladie du bois grâce à l'imagerie (rayons X, etc.). De ces travaux découleront des solutions pour améliorer la prévention, la qualité des plants et la maîtrise des risques biologiques liés aux dépérissements. Le projet Eureka, piloté par l'Université de Haute-Alsace, propose une approche multidisciplinaire pour lutter contre la maladie du bois : approche curative via de nouvelles techniques d'endothérapie végétale, nouvelle architecture du pied de vigne comme déjà expérimentée lors de la lutte contre le phylloxera, étude d'impact du greffage et identification des bonnes pratiques culturales. De nombreux résultats concrets, transférables dans les vignobles, sont attendus dans les prochaines années à partir de ces travaux innovants.

### Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** La lutte contre les nouveaux bio agresseurs et les "maladies complexes" (type dépérissement de la vigne) est menée avec des technologies de types NBT, PPP nouvelle génération, ingénierie climatique, ouverture des PO, ...

› Thème : Territoires, urbanisation (TUR) - 3 hypothèses

TUR 343 L'œnotourisme est une nouvelle manière de découvrir le vin qui bénéficie de la recherche croissante d'authenticité, de retour aux sources du réel et du plaisir (tendance forte chez les jeunes citadins qui souhaitent prendre du recul par rapport au mode de vie contraignant qui leur est imposé). **Versus** : *L'œnotourisme ne se développe pas, ou peu.*

TUR 346 Malgré la crise économique et financière persistante, la pression sociétale autour de l'environnement pris au sens « biotope humain » (cadre de vie, milieu,...) impose des choix aux politiques, notamment en matière d'urbanisme. **Versus** : *L'atténuation des conséquences sociales de la crise économique et financière est la seule ligne directrice des politiques qui négligent l'environnement, notamment urbain.*

TUR 348 La cohabitation rurbain / agriculteur (y compris viticulteur) se dégrade et se traduit par la création d'espace "vert" (forestier par exemple) ceinturant les agglomérations et rejetant l'agriculture dans des espaces spécialisés à faible densité. **Versus** : *Les précautions prises et la mise au point de mode de conduite adaptés (variétés résistantes, alimentation du bétail limitant les odeurs, 0 pesticides, engins silencieux,...) permettent une agriculture (et une viticulture) à proximité immédiate des villes voire dans les villes, sous forme de jardinage généralisé.*

L'œnotourisme est une nouvelle manière de découvrir le vin qui bénéficie de la recherche croissante d'authenticité, de retour aux sources du réel et du plaisir (tendance forte chez les jeunes citadins qui souhaitent prendre du recul par rapport au mode de vie contraignant qui leur est imposé).

## ŒNOTOURISME

### Une motivation forte pour visiter une destination



En France, les régions viticoles sont de grandes destinations touristiques qui proposent une diversité de produits touristiques liés à la vigne et au vin. Un tiers des touristes cite le vin et la gastronomie comme motivations de choix d'un séjour.

Alors qu'ils étaient 7,5 millions en 2009, les touristes venus à la découverte des vins et vignobles français étaient 10 millions en 2016, ce qui représente une dépense globale de 5,2 milliards d'euros. La clientèle étrangère représente 42% de la fréquentation (les Belges 27% de la clientèle étrangère, les Britanniques 21%, les Allemands 15%, les Néerlandais 11%, et les Américains 4% (Editions Atout France "Tourisme et vin" 2010).

Les enjeux liés à l'économie de l'œnotourisme sont importants tant pour l'accroissement de la fréquentation des régions viticoles que pour stimuler le vente des vins. Il s'agit d'une filière clé pour la destination qui porte en son sein des valeurs d'art de vivre, de quête de sens, d'échanges et d'expériences, en parfaite cohérence avec les attentes actuelles des touristes. Il s'agit d'un marché porteur au plan économique mais aussi au niveau culturel, le vignoble tenant une place incontestable dans l'image et la notoriété de la France à l'étranger.

Atout France, via son Pôle Œnotourisme, s'engage aux côtés des professionnels pour le développement de l'œnotourisme, à travers 4 axes principaux :

- Améliorer la qualité de l'offre en accompagnant son évolution et sa structuration à travers le développement du label Vignobles & Découvertes.
- Développer l'intelligence économique pour stimuler les initiatives et l'investissement en améliorant la capacité d'observation de la filière.
- Professionnaliser la filière à travers la mise en place de contenus de formation spécifiques permettant notamment d'aborder des sujets clés (impact environnementaux, innovation, évolution demande...).
- Stimuler la demande à travers des actions de promotion concentrées sur le digital (web et réseaux d'influenceurs) et la séduction des prescripteurs internationaux.

Créé en 2020 à la suite du Cluster Œnotourisme, le Pôle Œnotourisme rassemble des partenaires, institutionnels et professionnels français du tourisme et du vin, représentatifs de la diversité de l'offre et des 17 vignobles français dans une démarche volontaire et collective de développement de l'œnotourisme. Il est piloté par un Comité de filière œnotourisme qui rassemble le Conseil Supérieur de l'Œnotourisme, la Fédération Vignobles & Découvertes ainsi que les forces vives de l'œnotourisme français.  
( ... )

Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus:** L'œnotourisme ne se développe pas, ou peu.

Malgré la crise économique et financière persistante, la pression sociétale autour de l'environnement pris au sens « biotope humain » (cadre de vie, milieu,...) impose des choix aux politiques, notamment en matière d'urbanisme.

Publié sur le 16 juin 2020 sur le site [www.cerdd.org](http://www.cerdd.org)



## Urbanisme durable et modes de vie

L'urbanisme durable recouvre d'emblée de multiples dimensions : technique, économique, écologique, sociale

et plus largement culturelle. Il s'agit de penser et de faire la ville autrement, de créer un autre modèle d'aménagement et de développement urbain, mais également, d'inventer d'autres modes de vie, les façons d'habiter, de se déplacer, de consommer...

Loin d'être une procédure, l'urbanisme durable s'inscrit dans un processus, une démarche de projet et de progrès qui ré-interpelle les pratiques professionnelles, les responsables politiques et les acteurs locaux dont les habitants. L'apprentissage de comportements « éco-responsables » par les acteurs de la ville, et en particulier les habitants, demeure un enjeu clef pour une réelle maîtrise des ressources et des usages en ville. Dans cette perspective, l'urbanisme se doit d'être aujourd'hui un vecteur et un moyen d'appropriation de modes de vie plus durables.

### Manifeste Régional sur l'urbanisme durable

De la prise en compte d'un monde fini, des évidences sont apparues bousculant les pratiques d'urbanisme et d'aménagement. Le développement durable interroge la ville de demain. Elle se dessine mais ses contours ont du mal à se préciser dans l'espace, notamment parce que le changement climatique et la façon de s'y adapter ne sont pas encore une réalité, alors que nos territoires auront inévitablement à faire preuve de robustesse et de résilience.

Du niveau européen au niveau local, les déclarations et cadres réglementaires convergent et inscrivent de nouveaux enjeux. **Diviser par 4 les émissions de gaz à effet de serre à l'horizon de 2050, préserver les ressources naturelles, s'adapter aux conséquences du changement climatique et répondre aux besoins futurs de la population, tels sont les nouveaux paradigmes qui doivent guider les choix et opérations d'urbanisme d'aujourd'hui.**

Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** L'atténuation des conséquences sociales de la crise économique et financière est la seule ligne directrice des politiques qui négligent l'environnement, notamment urbain.



La cohabitation rurbain / agriculteur (y compris viticulteur) se dégrade et se traduit par la création d'espace "vert" (forestier par exemple) ceinturant les agglomérations et rejetant l'agriculture dans des espaces spécialisés à faible densité.

Article de Pierre-Marie Puaud publié le 20/07/2016 sur le site france3-regions.francetvinfo.fr

## Les agriculteurs en conflit de voisinage : la FDSEA du Calvados lance une pétition



**La cohabitation entre les agriculteurs et les urbains venus s'installer aux champs n'est pas toujours simple. "La campagne vous accueille, soutenez-là" répondent la FDSEA, les Jeunes Agriculteurs et la Chambre d'Agriculture du Calvados.**

La pétition plaide pour "un maintien des fermes à la campagne": la revendication peut sembler incongrue tant il semble logique qu'une exploitation agricole soit implantée en milieu rural. Mais aujourd'hui, la FDSEA et les Jeunes Agriculteurs assurent ne plus se sentir plus tout à fait chez eux à la campagne. "Tout est parti de quelques plaintes qui ont fini au tribunal", explique Patrice Lepointeur. Il y a sans doute d'autres moyens plus intelligents de résoudre un différend, poursuit le patron de la FDSEA du Calvados. Essayons au moins de nous comprendre".

### Le bruit et l'odeur...

Le sujet n'est pas tabou, mais il est souvent évoqué avec un peu de gêne. Combien d'agriculteurs ont vu les ennuis arriver avec la construction de quelques pavillons à proximité de leur exploitation ? Au bout de quelques temps, il n'est pas rare que des voisins se plaignent "du bruit" et "des odeurs". "Souvent, ces néo-ruraux partent le matin, ils rentrent le soir, et on ne se voit quasiment jamais : cela entretient la méfiance." Parfois, la gêne occasionnée par l'activité agricole dégénère en conflit de voisinage.

### Pesticides et bouillie bordelaise

Le va-et-vient des machines, les effluves émanant des troupeaux et des bâtiments d'élevage, la terre laissée par les tracteurs sur les petites routes pendant l'ensilage : les urbains venus s'installer à la campagne déchantent parfois en découvrant qu'ils devront composer avec les nuisances générées par l'agriculture. "Et puis il y a les pulvérisateurs ! s'étrangle Patrice Lepointeur. C'est un appareil destiné à protéger les plantes d'un certain nombre d'assauts. C'est un peu comme le jardinier qui met de la bouillie bordelaise. Mais comme ils ne savent pas ce qu'on pulvérise, ils parlent de pesticides. (...) Le mot pesticide, c'est comme si on diffusait la peste. Nous, on parle de produit de protection. Le pesticide, c'est le langage du citoyen qui ne cherche pas à savoir ce qu'il y a dans le pulvérisateur". Dans mon canton, on maintient le comice agricole. En général, les neo-ruraux y participent. C'est un bon moyen d'expliquer notre travail, espère-t-il. Tous les agriculteurs ne sont pas exempts de reproche. D'un autre côté, j'ai connu le risque de désertification des campagnes : les néo-ruraux évitent aussi que se vident nos bourgs. Les écoles, les commerces vivent grâce aux néo-ruraux. Il faut qu'on ait davantage de liens et de communication. Il faut apprendre à vivre ensemble".

### Commentaires / Argumentaire / conditions d'emploi / versus

**Versus** : Les précautions prises et la mise au point de mode de conduite adaptés (variétés résistantes, alimentation du bétail limitant les odeurs, 0 pesticides, engins silencieux,...) permettent une agriculture (et une viticulture) à proximité immédiate des villes voire dans les villes, sous forme de jardinage généralisé.



## LES ÉTUDES



Prospective vignes et vins 2040 - 2045 / Rapport  
**édition février 2023**

Directrice de la publication : Christine Avelin  
Rédaction : direction Marchés, études et prospective  
Conception et réalisation : service Communication / Impression : service Arborial

12 rue Henri Rol-Tanguy - TSA 20002 / 93555 MONTREUIL Cedex  
Tél. : 01 73 30 30 00 ■ [www.franceagrimer.fr](http://www.franceagrimer.fr)

 FranceAgriMer  
 @FranceAgriMerFR