

Viticultures

> La note d'information du délégué de la filière Vins de FranceAgriMer



• numéro 29 / 1^{er} octobre 2011 /

Aide à l'enrichissement par moûts concentrés et moûts concentrés rectifiés

Modalités pour la campagne 2011/12

• Les règlements communautaires établissant l'OCM viti-vinicole donnent la possibilité de soutenir les producteurs de vin qui utilisent le moût de raisin concentré (MC) ou le moût de raisin concentré rectifié (MCR) pour accroître le titre alcoométrique des produits viticoles. L'aide à l'enrichissement encourage l'emploi des produits de la vigne (MC et MCR) dans le but de supprimer la discrimination, notamment économique, qui découle de la diversité des pratiques œnologiques visant à augmenter le titre alcoométrique des vins. Cette aide, financée à 100 % par le budget communautaire, est destinée aux producteurs de vin.

Le montant de l'aide dépend de la nature du produit enrichissant utilisé (MC ou MCR), du pourcentage d'alcool et du volume du produit enrichissant utilisé.

Les modalités d'obtention de l'aide pour la campagne 2011/12 sont maintenant connues. Un formulaire de demande d'aide et une note explicative de FranceAgriMer sont à la disposition des producteurs.

Pour tous renseignements :

> unité OCM viti-vinicole « Aides marché » à Libourne (tél. : 05 57 55 20 00) ;
> services territoriaux de FranceAgriMer.

Retrouvez les documents sur le site de FranceAgriMer :

www.franceagrimer.fr/Projet-02/03appui_aux_filiere/Apu_op_fil/Vins/index32_63.htm#autres_doc

COMPORTEMENTS ALIMENTAIRES

Retour du plaisir, de la convivialité et du naturel

L'ETUDE SUR LES COMPORTEMENTS ET OPINIONS ALIMENTAIRES DES FRANÇAIS EN 2010 EST UN VOLET D'UNE ENQUETE PLUS VASTE, REALISEE PAR LE CREDOC, QUI SE PROPOSE D'ANALYSER LE RAPPORT DES FRANÇAIS A L'ALIMENTATION SOUS L'ANGLE DE LEURS OPINIONS ET DE LEURS COMPORTEMENTS EN TERMES D'ACHATS, DE CUISINE, EN OBSERVANT SUR UNE SEMAINE PLEINE TOUT CE QU'ILS ONT CONSOMME.

ENQUETE EN DEUX PARTIES...

En 2007, lorsque le Credoc présente la sixième édition de son enquête sur les comportements alimentaires des Français, le contexte alimentaire est bouleversé par un ralentissement du pouvoir d'achat, un débat médiatique amplifié sur les prix dans la grande distribution et sur les dangers nutritionnels de l'alimentation. Trois ans plus tard, en 2010, le contexte de crise économique est plus difficile encore, mais la médiatisation des risques nutritionnels est moindre, liée sans doute à un équilibre entre une information sous l'angle de la santé publique et une prise de parole sur l'importance du « ré-enchantement » de l'alimentation.

Le 16 novembre 2010, la cuisine française, plus exactement le « repas gastronomique » est inscrit au patrimoine immatériel de l'Unesco. Ainsi, manger ne se réduit pas à la seule action de se nourrir, mais repose sur des valeurs et une culture comme la convivialité, le partage, la sociabilité.

Le climat de confiance dans lequel nous vivons s'est nettement détérioré depuis le milieu de l'année 2007. L'effet conjugué d'une croissance difficile, de mouvements sociaux médiatisés, d'une augmentation des prix du carburant et des matières premières a infléchi le moral des Français en fin d'année 2007. Ce moral, après avoir connu quelques embellies en raison d'une baisse de l'inflation (- 0,6 %) en 2009, s'est dégradé de nouveau en 2010.

Vin sans indication géographique (VSIG)

Utilisation de la mention

« nouveau »

Depuis quelques semaines, les services de FranceAgriMer sont interrogés sur la possibilité offerte par la réglementation française ou communautaire d'utiliser les mentions « primeur » ou « nouveau » sur les vins sans appellation d'origine ou indication géographique (VSIG). Il convient de préciser que seule la mention « nouveau » peut être utilisée pour un VSIG. En effet, le règlement communautaire (CE n°607-2009 du 14 juillet 2009) protège et réserve le terme « primeur » aux seuls vins AOP et IGP français.

Néanmoins, l'indication de l'année de récolte est obligatoire dans l'étiquetage des vins sans indication géographique (VSIG) comportant le qualificatif « nouveau ». La taille des caractères de l'indication du millésime sera au moins équivalente à celle de la mention « nouveau ». De ce fait, l'entreprise souhaitant commercialiser un vin sans indication géographique avec l'indication du millésime et la mention « nouveau » devra se conformer aux procédures d'agrément et de certification suivies par FranceAgriMer.

Pour tous renseignements :

> services territoriaux de FranceAgriMer

AGENDA

> 19 octobre 2011 : groupe de travail du Conseil « PAC 2013 »

> 19 octobre 2011 : Conseil spécialisé de la filière viticole de FranceAgriMer

> 20 octobre 2011 : conférence de presse

> 20 octobre 2011 : groupe de travail permanent du Conseil « R&D »

> 04 novembre 2011 : groupe de travail du Conseil « Questionnaire OCM »

> 15 novembre 2011 : Comité « Fonds de la filière viticole »

Plaisir, praticité et alimentation durable : les piliers du triptyque de l'alimentation

En 2010, la notion de prix est encore plus présente qu'en 2007 dans les arbitrages des ménages français. En effet, le prix conditionne la relation qu'entretiennent les consommateurs avec leur alimentation, d'autant plus qu'en 2008, les prix n'avaient jamais connu pareille augmentation depuis plus de 15 ans. À partir de 2008, les consommateurs choisissent des stratégies d'arbitrage privilégiant les fondamentaux et délaissent les produits jugés superflus tels que les aliments « santé ».

Outre ces considérations, les aliments sont dotés d'un fort potentiel symbolique. Héritées de générations en générations, valeurs et pratiques structurent tout un ensemble de spécificités que nous connaissons et que les étrangers nous reconnaissent : gastronomie, plaisir de cuisiner, variété des ingrédients, valorisation du goût, arts de la table, « manières de table », satisfaction de partager, codification des plats... Cette dimension culturelle, de plaisir, progresse significativement en 2010, comme un retour de balancier après la montée des préoccupations santé du début des années 2000. Les qualités organoleptiques de l'aliment, c'est-à-dire le goût, voire le plaisir qui s'y rapporte, prennent de l'importance.

Les préoccupations d'alimentation durable, intégrant les attentions portées aux aspects nutritionnels, progressent elles aussi. La recherche de produits locaux et de commerces de proximité a nettement augmenté pendant la période de crise. Elle permet de répondre à des préoccupations écologiques, mais aussi sociales lorsqu'il s'agit de préserver l'emploi des agriculteurs

À ces phénomènes, il faut ajouter un troisième pilier : la praticité, illustration d'une évolution des modes de vie et d'un désir d'expression de soi qui se traduit par une demande croissante de « temps pour soi ». Les nouvelles générations sont de plus en plus tournées vers la sphère existentielle de la satisfaction immédiate. Les durées d'usage de l'alimentation sont donc en constante baisse, traduisant cette demande accrue de commodité et de praticité.

Une inquiétude croissante sur les risques écologiques et les OGM

La proportion de Français estimant que les produits alimentaires présentent des risques pour la santé a nettement baissé en 2007, pour se stabiliser en 2010. Les peurs alimentaires restent installées dans nos esprits, mais à un niveau affaibli. La conscience de ces risques n'induit plus tout à fait les mêmes discours de précaution que ceux analysés lors des précédentes vagues d'enquête. Ainsi, dans une hiérarchie des risques dont elles ont le plus peur, les personnes interrogées placent les accidents de la route en tête (49 %), devant les risques liés à la pollution atmosphérique (34 %). Si l'on se focalise sur les risques alimentaires (29 %), ce sont, d'abord, les problèmes écologiques qui viennent en tête : la présence de pesticides, un trop grand nombre d'additifs, le risque bactériologique, la transmission possible de certaines maladies animales à l'être humain prédominant sur les OGM, l'obésité, les maladies cardio-vasculaires et le cancer.

De même, les produits jugés « à risque », bénéficient d'une baisse générale des craintes par rapport à 2003 et 2007 sur l'ensemble des aliments, hormis le vin qui progresse très sensiblement, les plats cuisinés frais et le lait. Le scénario se déroule donc comme si les consommateurs voulaient faire abstraction d'un contexte alimentaire inquiétant, en cherchant à vivre de façon plus sereine.

L'opinion publique tend toujours à se méfier des OGM, avec un certain fatalisme, puisque les deux tiers des individus pensent que les OGM sont de plus en plus présents dans les aliments. Cette détérioration de l'image des OGM est à mettre en regard de la méfiance vis-à-vis de l'industrialisation. Elle s'exprime au travers d'une demande de produits naturels, qui a significativement progressé en trois ans. Les contrôles à la fabrication, à l'importation et sur les lieux de vente sont perçus comme nettement insuffisants.

(fin de l'enquête dans le prochain numéro de *ViticultureS*)

