

## Rapport d'étape

# à la réflexion stratégique sur les perspectives de la filière viticole à l'horizon 2025

---

*Lors de la présentation du projet de loi d'avenir pour l'agriculture devant le Conseil Supérieur d'Orientation et de Coordination de l'Economie Agricole et Alimentaire (CSO), le 17 septembre dernier, le Ministre de l'agriculture a annoncé qu'il confiait à FranceAgriMer et à son Conseil d'administration la mission de conduire une réflexion sur l'avenir des filières agricoles et agroalimentaires.*

*Cette mission a pour objectif de co-construire une stratégie à moyen terme permettant aux filières agricoles et agroalimentaires de relever les défis majeurs qui engagent leur pérennité, dans une approche intersectorielle.*

*La contribution du conseil spécialisé de la filière viticole de FranceAgriMer étant attendu pour la fin de l'année 2013, les membres du conseil spécialisé de la filière viticole ont souligné que l'exercice de réflexion demandé était difficile avec la contrainte calendaire imposée.*

*Néanmoins, compte tenu que la filière viticole était à un moment « charnière » et que des questions d'importance se posaient actuellement, les membres du conseil spécialisé ambitionnent d'établir un plan stratégique complet, pertinent et nourri d'un plan d'actions. Ce plan stratégique pourrait être présenté pour avis au conseil spécialisé de la filière viticole en juin 2014*

*Le travail présenté ci-après sous forme d'un rapport d'étape à la réflexion stratégique sur les perspectives de la filière viticole à l'horizon 2025 ne se veut volontairement complet et exhaustif. Il tente de dresser un état des lieux et un constat les plus partagés possible et hiérarchise les principaux enjeux. Les objectifs et le plan d'action complets seront intégrés dans le plan stratégique final*

---

## Les chiffres clés de la filière viticole française

---

Surface : environ **755 000 ha** de vignes en production en 2012 (dont 448 000 ha d'AOP, 75 000 ha de vins aptes au cognac, 192 000 ha d'IGP et 60 000 ha de vins sans indications géographiques).

2ème position mondiale derrière l'Espagne

A noter : En 12 ans, le vignoble français a régressé de 14 % environ (dans le même temps, baisse du vignoble espagnol de près de 22% et de l'Italie de 15%)

Récolte : la production française de vin oscille entre **43 et 50 millions d'hectolitres** suivant les années (la moyenne quinquennale 2008-2012 s'établit à 45,5 millions d'hectolitres)

Elle se répartit entre environ 47% d'AOC, 28% d'IGP, 8% de vins sans indication géographique et 17% de vins apte à produire une eau de vie de vin (cognac majoritairement).

Les rendements moyens sont compris entre 44 et 58 hl/ha suivant les années.

La France et l'Italie se partagent suivant les années la place de **1<sup>er</sup> producteur de vins au monde** – environ 17% du vin mondial est français

A noter : La production française a baissé de 22% (production 2000 comparée moyenne quinquennale 2008-2012) alors que celle de l'Espagne n'a enregistré qu'une baisse de 18% et celle de l'Italie de 13%). La baisse de la superficie du vignoble espagnol ou italien (plus importante qu'en France) s'accompagne d'une productivité plus importante (l'Espagne est en passe de devenir le 1<sup>er</sup> producteur mondial de vin en 2013)

Valeur : Le chiffre d'affaires de la viticulture est estimé, tous vins confondus, à près de **12 milliards d'euros** (source : Commission des comptes de l'agriculture – 2013).

Les entreprises de l'aval de la filière vin ayant un chiffre d'affaires supérieur à 2 millions d'euros représentent un chiffre d'affaires global de près de **16 milliards d'euros** (*Observatoire financier des entreprises agroalimentaires – Crédit Agricole – 2013*)

Le chiffre d'affaires des entreprises du secteur des eaux de vie de vin (Cognac, Armagnac et Brandies) est estimé à **2,7 milliards d'euros**

La filière fournit en France plus de **600 000 emplois directs et indirects** et plus de **15% de la valeur de la production agricole**

La France a exporté en 2012 près de

- **13,7 millions d'hl** de vin pour **7,6 milliards d'euros**,
- **475 000 hlap** d'eaux de vie de vin (466 000 hlap pour le cognac et 9 000 hlap pour l'armagnac) pour plus de **2,4 milliards d'euros** et
- **403 500 hlap** de brandies pour **189 millions d'euros**.

Le chiffre d'affaires export total de la filière vitivinicole est donc de l'ordre de **10 milliards d'euros** (2<sup>ème</sup> secteur économique exportateur national derrière l'aéronautique - 1<sup>er</sup> secteur exportateur agroalimentaire). **Le solde positif des exportations est de 9,5 milliards d'euros**

A noter : 47% de la valeur des exportations de vins en bouteille est réalisé par moins de 10% des volumes

57% des volumes représentent ensemble 21% de la valeur globale des exportations de vins en bouteilles

57% des exportations se font à un prix départ n'excédant par 3 euros/bouteille (les AOP/IGP représentant 40% des volumes et les VSIG 17%)

+ de 50% de la production de vin dans le monde concentrée dans 3 pays / + de 50 % de la consommation de vin dans le monde consommée dans 3 pays

Importation : Les importations françaises de vins se sont élevées à environ **6,5 millions d'hectolitres en 2011** (5,9 millions d'hectolitres en 2012) **pour une valeur de 630 millions d'euros**.

Les importations de vins sans indication géographique représentent près de 68% des volumes pour 27% de la valeur.

Les importations françaises de vins proviennent essentiellement d'Espagne, d'Italie et du Portugal. La part de ces trois pays représente à eux seuls 87% des volumes en 2012.

L'Espagne représente plus de 62% des importations, principalement en vrac

## I – ETAT DES LIEUX – CONSTATS

---

Depuis quelques années, la croissance des échanges mondiaux s'est accélérée et la concurrence s'est faite plus vive. La crise financière puis économique a eu un impact profond sur la filière vin mondiale tant sur les pays producteurs que sur les marchés de consommation.

La consommation mondiale de vin en 2012 est estimée à 245 millions d'hectolitres, ce qui confirme le coup d'arrêt de 2011 au recul de la consommation mondiale observé suite à la crise économique de 2008-2009.

La filière viticole française a ainsi vu ses positions se fragiliser alors que de nombreux pays sont devenus concurrents sur le marché mondial et sur différents niveaux de la gamme des vins.

Le vin est le principal débouché de la production viticole<sup>1</sup>, l'évolution de sa consommation est le facteur déterminant de l'équilibre et de devenir des filières vitivinicoles.

Au fil des années, la France a consolidé une stratégie et une orientation « tout vin et eau-de-vie de vin » en délaissant toutes les productions alternatives : vins de base pour brandies, pour vins mousseux jus de raisin, moûts concentrés.

De ce fait, la France est sensiblement dépendante du marché de la consommation de vin, sans véritable capacité d'être présente sur les autres marchés (ni outils industriels adaptés). A noter que l'Argentine utilise le marché du moût concentré comme élément d'adaptation de sa production, l'Espagne est présente sur le marché du brandy et l'Italie est un pays fortement producteur de moûts concentrés et moûts concentrés rectifiés.

### La France : principal marché

La France s'inscrit dans un schéma de baisse régulière de consommation depuis plus 30 ans. En effet, alors que la consommation par habitant avoisinait les 100 l/an/hab en 1975, elle n'est plus que de moins de 50 litres aujourd'hui. L'augmentation de la population est loin de compenser la baisse de la consommation par habitant.

A noter aussi que les modes de consommation de vin en France ont fortement évolué : aujourd'hui, 17% des français sont des consommateurs réguliers de vin, 45% sont des consommateurs occasionnels et 38% des non-consommateurs.

Dans le même temps, les problèmes de consommation liés à l'alcool (nouveaux comportements d'alcoolisation ponctuelle importante) se développent dans un grand nombre de pays. La filière viticole est donc face à des enjeux sociétaux et de santé publique majeurs dans un pays culturellement attaché au vin.

### Un commerce international en croissance régulière

Le commerce international a également subi des mutations aussi bien en termes de destinations (lien avec le développement des marchés asiatiques) que de nature des produits exportés (développement du vrac).

Les échanges mondiaux qui étaient en croissance rapide et régulière depuis le milieu des années 50 ont connu en 2009 un recul significatif pour la première fois depuis le début de la décennie suivi d'un rebond en 2010 et 2011. En 2012, les échanges atteindraient 101,4 millions d'hectolitres marquant ainsi une pause dans l'évolution tendancielle à la hausse des échanges mondiaux.

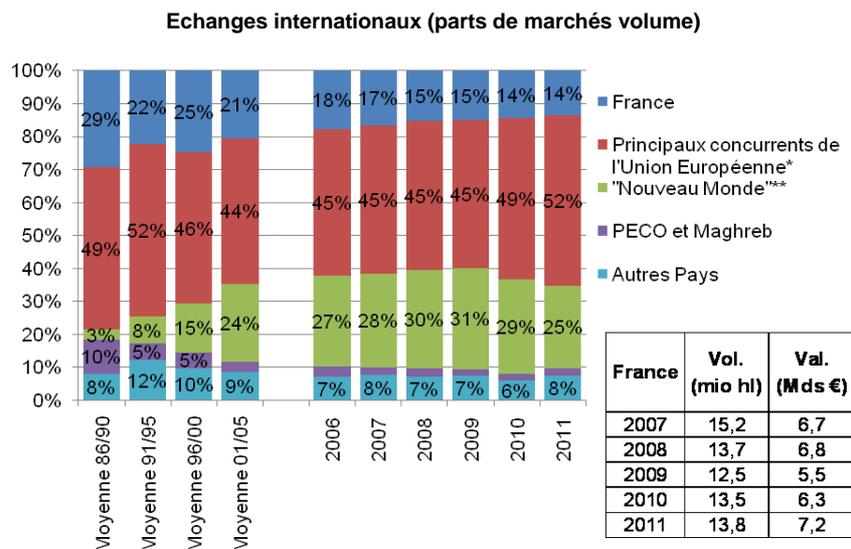
Après une période de forte croissance des acteurs du Nouveau Monde, on observe depuis quelques années un changement de positions des acteurs des échanges internationaux entre Ancien et Nouveau Monde. L'ensemble des pays de l'hémisphère sud et les États-Unis perdent des parts de marchés au profit de deux pays de l'Union Européenne que sont l'Italie et l'Espagne.

---

<sup>1</sup> Il s'y ajoute la production de jus, mouts, mouts concentrés et de vins de base destinés à la distillation, les vins de base pour mousseux, les vins de base pour vins aromatisés et apéritif à base de vin, les boissons aromatisées à base de vin, les vinaigres..

Cette évolution s'explique par :

- l'orientation stratégique marquée vers l'export des pays européens confrontés à une baisse de leur marché intérieur ;
- Une relative perte de compétitivité des pays de l'hémisphère sud liée en partie à des facteurs macro-économiques extérieurs à la filière (taux de change notamment) et en partie à des facteurs internes comme des disponibilités relativement faibles (NB : la situation 2013 a peut-être modifié cette perspective)



\* Allemagne, Espagne, Italie, Portugal

\*\* Argentine, Chili, Australie, Nouvelle-Zélande, Afrique du Sud, États-Unis

Source : Veille concurrentielle FranceAgriMer 2012 / OIV, note de conjoncture mars 2012

La crise économique a agi aussi sur la nature des produits exportés, ainsi, le commerce mondial est marqué, depuis 2009, par le développement des flux de vrac tandis que les exportations de vins conditionnés restent relativement stable. Cette progression de la demande pour les vins en vrac bénéficie aux principaux producteurs mondiaux en mesure de fournir ces marchés de volume à un prix compétitif : Espagne, Italie et Argentine dans un contexte de repli des disponibilités de vins. Cette évolution reflète une modification structurelle de fond qui révèle deux aspects différents :

- d'une part le développement des ventes en BiB qui sont statistiquement enregistrées comme des ventes de vrac mais qui en réalité sont des vins conditionnés
- d'autre part des exportations en vrac qui sont réceptionnés dans le pays de consommation par l'entreprise exportatrice elle-même, de manière à conditionner sur le lieu de consommation et assurer directement la commercialisation. Il ne s'agit pas d'exportation de vrac « matière première » mais d'une modification de flux logistiques qui pourrait se maintenir durablement pour les vins d'entrée et milieu de gamme.

### La montée en puissance de l'Italie et de l'Espagne

Sur les trois principaux marchés d'importations que sont l'Allemagne, le Royaume-Uni et les États-Unis, la France a vu ses positions se fragiliser au profit de ses 2 principaux concurrents dans un contexte de croissance des échanges.

En effet, alors que les exportations françaises vers ces pays sont restées plus ou moins stables sur les 5 dernières années, les exportations italiennes et espagnoles ont fortement progressé tant en volume qu'en valeur. La France a ainsi perdu de nombreuses parts de marchés mais également sa position de leader.

En volume, la position des vins français est en retrait dans les importations étrangères alors que celles-ci progressent globalement. Pour exemple au Royaume-Uni, les importations de vins ont gagné 12 %, celles de vins italiens 33 % et celles des vins espagnols 47 % alors que celles des vins français ont reculé de 12 %.

De la même façon en valeur, aux Etats-Unis, les importations de vins ont progressé de 9 %, celles de vins italiens de 19 % et celles des vins espagnols de 13 %, alors que celles des vins français ont reculé de 2 %.

Sur les trois principaux marchés d'importation, les vins italiens et espagnols progressent et se portent bien alors que les vins français perdent des parts de marché en volume et suivent tout juste les tendances de marchés en valeur.

La croissance en valeur des vins français est surtout le fait des vins haut de gamme (grands crus de Bordeaux et de Bourgogne, champagne, etc..) mais dont les volumes sont stables et sans perspectives de croissance.

En revanche, les vins d'entrée de gamme sont en baisse de volume face à la concurrence internationale. Or ces vins sont indispensables aux amortissements des outils de production et à la maîtrise des coûts de production (ils permettent en plus de disposer d'un « facing » plus important dans les linéaires de la Grande Distribution à l'étranger).

### **Une forte identité régionale mais des signes de danger potentiels**

La filière viticole française est localisée dans une dizaine de bassins spécialisés. Ces territoires ont tous une identité forte et chacun une politique propre. Ils diffèrent par les types de vins produits et les modes de commercialisation, ainsi que par la superficie des exploitations.

Si, en moyenne, la viticulture est une des orientations agricoles qui dégage les plus hauts revenus, il existe néanmoins de très fortes disparités régionales.

Les exploitations viticoles se caractérisent également par l'emploi d'une main d'œuvre salariée importante.

En 2010, six viticulteurs sur dix ont 50 ans et plus et parmi les chefs d'exploitations spécialisés de plus de 50 ans ou plus, la majorité (60%) ne sait pas qui prendra la succession ou pense que l'exploitation va disparaître (cela pourrait se traduire par une perte potentielle de près de 40% des exploitations viticoles françaises)

De plus, depuis plus de dix ans, on assiste à une augmentation très importante de la mortalité des pieds de vignes qui fragilise d'autant la productivité du vignoble français malgré des efforts notables de restructuration et de rénovation du vignoble (les estimations de l'institut technique de la Vigne et du vin indiquent que le taux moyen de ceps improductifs au vignoble est de l'ordre de 12%).

Pour terminer, d'une région à l'autre, il existe de fortes disparités de rendements. Ces écarts impactent les coûts de production d'une manière importante en particulier avec les pays producteurs bénéficiant de facteurs avantageux (naturels – moins de traitements – et humains – coût de la main d'œuvre)

### **Un système de production fondé exclusivement sur les indications géographiques**

L'organisation de la production vitivinicole française est très majoritairement centrée sur le système des signes de qualité (environ 90% de l'offre français).

Ce particularisme interroge sur la capacité d'adaptation de l'offre française à la demande des marchés internationaux et sur la capacité du dispositif à rémunérer l'ensemble des acteurs de la chaîne.

De plus, le développement important des surfaces en conversion en viticulture biologique, qui ont progressé de 188 % entre 2007 et 2012, pose d'ores et déjà la question de la place du vin « bio » alors même que les cours des vins biologiques permettent de moins en moins de compenser le surcoût amené par la certification.

FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ La France, premier producteur et premier exportateur mondial de vin</li> <li>▪ Vins et Spiritueux : 1<sup>er</sup> poste de la balance commerciale agroalimentaire</li> <li>▪ Reconnaissance du savoir-faire français à l'international</li> <li>▪ Produit lié à l'image de la France à l'étranger</li> <li>▪ La qualité des vins</li> <li>▪ Une grande diversité de vins produits</li> <li>▪ Une production qui peut générer des revenus élevés dans certains vignobles</li> <li>▪ Une filière créatrice d'emplois</li> <li>▪ Une faible dépendance aux aides publiques</li> <li>▪ Marques fortes intégrées dans des groupes puissants pour le cognac</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Une érosion des parts de marché à l'export</li> <li>▪ Une culture pérenne : difficile de s'adapter instantanément à la demande et aux marchés</li> <li>▪ Des vignobles en difficulté malgré la politique de restructuration, et un risque social lié à la disparition d'exploitations</li> <li>▪ Absence de vignobles spécialisés pour certaines productions</li> <li>▪ Une consommation nationale en baisse</li> <li>▪ Des charges en hausse renforcées par une faible productivité</li> <li>▪ Le poids du conservatisme : difficulté à innover</li> <li>▪ Des difficultés de transmission des exploitations</li> <li>▪ Une faible lisibilité (compréhension) du système des indications géographiques</li> <li>▪ Une productivité moyenne faible (très majoritairement placée sous contraintes réglementaires, reflet du modèle de développement viticole privilégié en France : l'indication géographique)</li> <li>▪ Une filière générant difficilement des marges opérationnelles importantes</li> <li>▪ Une difficulté pour la France à passer d'un positionnement haut de gamme à l'exportation d'une gamme complète de vins.</li> <li>▪ Un partage de la valeur ajoutée réparti différemment entre les différents maillons de la filière.</li> </ul>
OPPORTUNITES	MENACES
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Une consommation mondiale en hausse</li> <li>▪ Des exportations vers les pays tiers en forte hausse</li> <li>▪ Le développement des vins effervescents, rosés</li> <li>▪ Le développement des échanges de vin « en vrac »</li> <li>▪ 7 pays aujourd'hui cumulent 60 % de la consommation mondiale. Le développement du marché mondial passera par le recrutement de nouveaux consommateurs dans de nouveaux pays</li> <li>▪ augmentation sensible du tourisme du vin (oenotourisme)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Une concurrence croissante des nouveaux pays producteurs (Amérique, Océanie etc.)</li> <li>▪ Regain de dynamisme des pays producteurs Italie et Espagne</li> <li>▪ Des préoccupations de santé publique dans beaucoup de pays consommateurs</li> <li>▪ Des problèmes sanitaires et de qualité liés au changement climatique</li> <li>▪ La rareté de l'argent public qui nécessite de justifier les aides</li> <li>▪ Des mesures spécifiques au secteur (OCM viticole) remises en cause par les futures réformes ?</li> <li>▪ Le risque de substituer, en France, une concurrence entre régions à une concurrence entre types de produits</li> </ul>

L'analyse « Forces / Faiblesses / Menaces / Opportunités » de la filière viticole française montre qu'en termes de :

- **potentiel de production et de vignoble**, la France reste concurrentielle grâce à sa capacité de production importante et diversifiée même si elle est pénalisée en terme de compétitivité prix (la moyenne des rendements en France est structurellement / culturellement faible voire très faible par rapport à ses concurrents ce qui affecte substantiellement la compétitivité des produits et des entreprises).

Toutefois, il faut souligner que depuis près de deux décennies, le potentiel de production français est en baisse alors que celui de nos concurrents progresse.

- **capacité à conquérir les marchés**, moins adaptée à la demande que ses concurrents (faible présence de marques fortes ou de grands groupes ...), la France perd des positions au profit de l'Italie et de l'Espagne qui sont beaucoup plus compétitifs en termes de prix et plus agressifs sur les marchés de grande consommation.

La France n'a plus aujourd'hui de capacité à produire, avec une réelle efficacité économique, des vins de base mousseux, vins pour brandy ou alcool, vins aromatisés, jus de raisin, MCR..... Or, il existe une demande sur ces marchés spécifiques qui représentent un volume de production non négligeable (par exemple, on estime entre 0,7 et 1,2 millions d'hectolitres les besoins des opérateurs français de vins mousseux sans IG et vins aromatisés (hors boissons aromatisées à base de vin) et environ 1 million d'hectolitres de vins sans indication géographique les besoins des producteurs de brandy français qui faute de disponibilités de ces produits en France sont contraints de s'approvisionner en Italie, Espagne et pays d'Europe de l'Est).

A cela, il convient d'ajouter le manque d'intégration du segment des vins sans indication géographique (abordé principalement dans une logique de repli et sans réflexion sur sa place dans la segmentation et la création de valeur) dans la stratégie globale de la filière.

- **équilibre des flux et des marchés**, (marché intérieur, export, import) malgré un manque de dynamisme à l'export la France reste bien positionnée du fait de son image très positive à l'international et de sa consommation locale qui reste élevée. Néanmoins, on constate une érosion lente des parts de marchés des vins français à l'exportation.

## II - LES ENJEUX

---

*< Des débats doivent encore avoir lieu dans les prochains mois, à partir desquels la filière pourra déterminer précisément ses enjeux et objectifs, et décliner concrètement les actions nécessaires pour les atteindre. Néanmoins.....>*

De ce constat et de cet état des lieux, une question centrale et stratégique se pose :

**La France viticole a-t-elle vocation à être présente sur tous les segments de marché tant en France qu'à l'international : du vin destiné à un second usage au vin « icon ».**

En parallèle, quelques questions d'importance nécessitent des réponses claires de la part de la filière viticole (et pour certaines des pouvoirs publics) pour formaliser une stratégie cohérente :

1. La France a vu ses positions se fragiliser alors que de nombreux pays sont devenus concurrents sur le marché mondial et sur différents niveaux de la gamme des vins.  
**Question : la filière viticole française veut-elle d'une stratégie ambitieuse afin de reconquérir ses positions ?**
2. La France a consolidé une stratégie et une orientation « tout vin » en délaissant toutes les productions alternatives (vins de base pour brandies, pour vins mousseux, jus de raisin, moûts concentrés...). Elle est donc ainsi dépendante du marché de la consommation de vin.  
**Question : La France souhaite-t-elle continuer dans le futur cette stratégie « tout vin » ?**
3. Le marché national est le principal débouché de la production de vin français dans un pays où les relations entre la filière viticole et les autorités de santé publique sont difficiles  
**Questions : La filière viticole peut-elle se permettre de perdre encore des volumes sur son principal marché et comment peut-on collectivement promouvoir le vin tout en participant activement aux enjeux réels de santé publique ?**
4. La croissance en valeur des vins français à l'exportation est surtout le fait des vins haut de gamme mais dont les volumes sont stables et sans véritables perspectives de croissance sur le long terme.  
**Question : la France doit-elle continuer à se développer en cherchant principalement la valeur au détriment du volume ?**
5. Six viticulteurs sur dix ont 50 ans et plus et parmi les chefs d'exploitations spécialisés de plus de 50 ans ou plus, la majorité (60%) ne sait pas qui prendra la succession ou pense que l'exploitation va disparaître  
**Question : Comment assurer au mieux la pérennité des exploitations viticoles existantes, favoriser l'installation de jeunes viticulteurs, former les acteurs d'aujourd'hui et de demain avec de nouvelles compétences ?**
6. Depuis près de deux décennies, le potentiel de production français est en baisse alors que celui de nos concurrents progresse.  
**Question : Si elle veut tenir son rang, la France peut-elle se permettre de continuer à voir la qualité et la quantité de son potentiel de production diminuer**
7. La France manque de stratégie globale sur le segment des vins sans indication géographique, abordé uniquement dans une logique de repli, et sans réflexion sur sa place dans la segmentation et sur la création de valeur.  
**Question : La France doit-elle encore considérer que le segment des vins sans indication géographique est à aborder uniquement sous l'aspect « logique de repli » ?**

La stratégie de la filière viticole française doit résolument se placer dans une perspective dynamique et ambitieuse car elle doit rester un secteur stratégique pour la France en matière d'emploi, d'équilibre de la balance commerciale et de relance de l'activité.

Les marges de progression semblent aujourd'hui essentiellement tournées à l'export et pour reconquérir des marchés, il est peut-être nécessaire d'être présent sur l'ensemble des segments de marché. Tout cela suppose de travailler à la définition de produits pour répondre aux besoins des différents marchés, à la compétitivité sur chacun des segments, mais aussi de limiter au maximum les interférences entre segments.

De plus, il est tout aussi indispensable d'assurer la meilleure adéquation possible entre la ressource « vin » et le « marché », ce qui suppose un matériel végétal, une conduite du vignoble, un processus de vinification et un marketing adaptés au marché visé.

La filière viticole n'est-elle pas face à des défis majeurs connus maintenant depuis plusieurs années ? :

- **Reconquérir des parts de marché à l'export** : maintien des prix et développement des volumes, positionnement sur tous les niveaux de gamme, développement sur les nouveaux marchés.
- **Mais aussi maintenir un marché intérieur fort et durable** : l'importance pour la filière viticole d'une consommation locale constitue un élément clé de la compétitivité de la filière.

en prenant en compte la situation mondiale du marché du vin, telle qu'elle se présente réellement aujourd'hui, en offrant aux entreprises et aux producteurs les moyens d'assurer la compétitivité et la pérennité de leurs entreprises et exploitations et en permettant de gérer de manière durable l'ensemble des territoires viticoles français ?

Mais au-delà de l'ensemble des mesures générales, des évolutions de la Politique Agricole Commune et des réglementations européennes, l'avenir de la filière viticole passera par un renforcement de sa compétitivité (filiale, entreprises et producteurs).

Un constat partagé par tous : il existe aujourd'hui des marges d'évolution. Certaines de ces marges dépendent pour partie de l'environnement global (fiscalité, charges sociales, coût du travail...), mais aussi de la filière elle-même, de sa capacité à renforcer sa cohésion sectorielle, à anticiper les évolutions des marchés et la stratégie de ses concurrents. Ces évolutions dépendent de chaque acteur économique et de la capacité collective à s'organiser et à progresser ensemble (renforcer l'information économique pour comprendre et anticiper les évolutions ; accompagner l'expérimentation et l'innovation, favoriser la concertation et le débat au sein de la filière et de ses bassins ; appuyer l'adaptation des outils de production etc.....).

**A CE STADE, NOUS POUVONS IDENTIFIER LES ENJEUX STRATEGIQUES SUIVANTS :**

- **A - LES ENJEUX DE L'ECONOMIE VITIVINICOLE GLOBALE**
- **B - LES ENJEUX DE L'ECONOMIE DE LA FILIERE VITICOLE**
- **C - LES ENJEUX POUR LES ENTREPRISES ET LES EXPLOITATIONS VITICOLES FRANÇAISES**

## **A - ENJEUX DE L'ÉCONOMIE VITIVINICOLE GLOBALE**

---

Répondre aux attentes du consommateur en matière de santé, sécurité et traçabilité est un défi majeur pour la filière viticole française.

Deux objectifs principaux découlent de ces enjeux

### **► Objectif 1 - Acceptabilité sociale de la filière**

La France « pays du vin » semble incapable de tenir un débat apaisé, dépassionné et constructif sur la vin, sa place et ses enjeux dans et pour la société. Si les conditions de ce dialogue ne sont pas créées, il va être difficile de sortir du champ clos actuel de l'affrontement « viticulture » vs « santé ».

Dans ce contexte, comment assurer la promotion de la filière viticole dans un cadre juridique incertain où toute forme de communication pourrait être condamnée ? 20 ans après sa promulgation, la loi « Evin » fait l'objet d'une interprétation de plus en plus restrictive et crée une insécurité juridique importante.

Pourtant, l'approche que développent les autres pays européens producteurs de vins démontre que des actions partagées et consensuelles entre filières et pouvoirs publics sont possibles et que les problématiques relatives au vin peuvent être traitées différemment.

En conséquence, une concertation pertinente entre les différents acteurs concernés et suffisamment en amont des décisions doit exister. Compte tenu des enjeux actuels – exigence de santé et de sécurité publique, redressement et soutien de l'économie, promotion des atouts de la France,... - et des difficultés à les concilier dans une politique globale, la mise en place d'une véritable démarche de concertation est essentielle.

### **► Objectif 2 – Prise en compte de l'environnement et du développement des territoires**

Augmenter la dépendance de la viticulture française par la réduction de l'usage des intrants de synthèse ou ayant un impact sur la santé publique ou l'environnement, tout en maintenant des niveaux de production rémunérateurs.

De plus, la filière viticole est concentrée sur des territoires spécialisés où elle joue un rôle essentiel pour l'économie locale, par les emplois directs qu'elle crée et par les retombées positives indirectes comme le développement du tourisme. La présence de la vigne a également un impact positif sur l'environnement. Elle permet le maintien d'une activité sur des terres à faible potentiel agronomique, le plus souvent inaccessibles à d'autres cultures, et l'entretien des paysages. La viticulture se trouve ainsi à la base du développement de certaines zones rurales.

## **B - ENJEUX DE L'ÉCONOMIE DE LA FILIÈRE VITICOLE**

Les enjeux de l'économie de la filière viticole s'articulent autour de deux thématiques principales :

**Le « mieux produire »** : la capacité de la filière à innover, se doter d'outils de recherche, de développement et d'analyses économiques performants à la disposition des entreprises et des producteurs, à construire des stratégies cohérentes, à proposer des produits en phase avec la demande mondiale

**Le « mieux vendre »** : la capacité de la filière viticole et de ses entreprises d'être présentes sur tous les marchés mondiaux et de véhiculer une image « France » forte

Huit objectifs découlent de ces deux thématiques

### **► Objectif 1 - Développer la prospective / l'analyse économique et favoriser leur accès comme outils économiques d'aide à la décision**

L'intelligence économique est un facteur clé de succès indispensable au développement d'une filière. Elle doit permettre aux opérateurs français, entreprises, producteurs et interprofessions, d'améliorer leur connaissance, d'anticiper les crises et de préparer aux changements.

### **► Objectif 2 - Développer l'innovation, la recherche et le développement**

La recherche, l'innovation et le développement sont les effets « leviers » les plus importants (avec la formation des Hommes) pour la pérennité d'une filière. Mais quelle stratégie adopter pour répondre aux enjeux de recherche et de développement de la filière viticole ? Le champ des recherches s'élargit, les disciplines se diversifient, les connaissances s'accumulent. Encore faut-il définir dans quelle direction orienter la recherche et l'innovation.

### **► Objectif 3 - Développer une dynamique « bassin viticole » autour d'un projet économique**

Le bassin viticole doit être en capacité non seulement de piloter mais aussi de se doter d'un objectif et d'un projet économique et politique le plus cohérent possible et ce pour l'ensemble des productions. En effet, ce qui doit prédominer dans les bassins c'est bien évidemment la cohérence économique et non les différences. Le projet économique et politique doit s'appuyer sur différents acteurs, différentes organisations professionnelles dont les interprofessions sont des éléments essentiels. Le projet économique et politique doit s'appuyer sur au moins trois piliers indissociables : qualité des produits – une segmentation cohérente des produits et productions - des opérateurs économiques dynamiques pour porter et promouvoir le projet et les produits.

### **► Objectif 4 - Anticiper et gérer les risques et les crises (sanitaires, climatiques...) en développant des outils de crise à l'amont et à l'aval de la filière**

La vigne s'adapte difficilement, sur une année de production, aux aléas climatiques et sanitaires (gel, grêle, sécheresse, calamités, maladies du bois, flavescences...). De plus, les fluctuations de revenus des exploitations sont suffisamment importantes pour justifier une intervention destinée à les stabiliser. Chaque année 35% des exploitations enregistrent une baisse de résultats de plus de 30%. Sur l'ensemble de la période, les revenus varient de 20 à 40% autour du revenu courant moyen. Cette instabilité aléatoire rend peu prévisible l'avenir. Elle fragilise les exploitations et les entreprises et ne sécurise pas les projets d'entreprises à long terme.

► **Objectif 5 - Favoriser une meilleure gestion du potentiel viticole français**

Un nouvel encadrement communautaire de la gestion du potentiel viticole sera en place à partir du 1er janvier 2016. Des autorisations de plantations, délivrées pour les trois segments de l'offre (AOP, IGP, VSIG) et permettant la croissance du potentiel de l'État membre de 1% par an succèdent au régime d'interdiction de plantation et à la gestion des replantations après arrachage par des droits de plantation. De nouveaux rapports de force entre les pays producteurs européens pourront s'établir sur la base des choix faits par les États membres en janvier 2016. Les choix qui seront faits marqueront durablement la production française, puisque le régime doit être en vigueur jusqu'en 2030.

L'objectif est de concevoir un nouveau dispositif assis sur une politique de développement du potentiel viticole cohérente avec les ambitions françaises de reconquête des marchés à l'export, intégrant le contexte mondialisé du marché. Le potentiel viticole est un des éléments de la compétitivité de la filière.

► **Objectif 6 - Conforter une gouvernance nationale et une déconcentration des lieux de concertation et de décision au niveau des bassins de production**

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 essentiel. 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. Ils sont aujourd'hui un des lieux de gouvernance les plus importants de la filière viticole, le lieu où la profession, l'Etat et les collectivités territoriales peuvent se retrouver, échanger et bâtir si tous le souhaitent une politique régionale viticole forte et cohérente.

► **Objectif 7 - Promouvoir l'image des vins français sur tous les marchés internationaux**

Les actions à mettre en œuvre devront viser à conforter et améliorer l'image des vins français, et des marques correspondantes, dans les pays tiers et sur le marché européen d'une manière cohérente et pertinente à travers notamment une meilleure organisation collective. Les actions doivent en outre permettre de faire émerger une capacité d'actions concertées au niveau national.

► **Objectif 8 - Développer notre présence sur les marchés à l'export**

Pour accompagner les entreprises à l'export, les pouvoirs publics, dans le cadre de leur action régaliennne devrait mettre l'accent sur l'accès aux marchés, la lutte contre les obstacles techniques au commerce et la mise en place d'une organisation de gestion de crise.

## **C - ENJEUX POUR LES EXPLOITATIONS ET LES ENTREPRISES VITICOLES FRANÇAISES**

---

Pour « mieux produire » et « mieux vendre », il faut des exploitations et des entreprises viticoles performantes. Comment développer et accompagner des systèmes de production viticole à la fois productifs, compétitifs, économes en ressources (eau, énergie, matières fertilisantes, etc.) et respectueux de l'environnement? Comment faciliter l'adaptation de l'outil de production aux attentes du marché et aux conditions de la concurrence notamment internationale? Tels sont les enjeux pour les exploitations et les entreprises françaises.

► **Objectif 1 - Favoriser l'installation de jeunes viticulteurs actifs pour assurer le renouvellement des générations**

► **Objectif 2 - Favoriser le maintien d'exploitations viticoles viables sur l'ensemble des zones viticoles tout en assurant une gestion économiquement et écologiquement performante des exploitations et des entreprises**

Produire en recherchant la double performance (économique et environnementale) est un objectif majeur pour toutes entreprises ou exploitations viticoles. De plus, la promotion d'une viticulture plus exigeante qui allie performances écologiques, performances économiques tout en contribuant aux enjeux sociaux, va profondément modifier l'approche en matière d'installation et de renouvellement des générations.

Pour faire évoluer la compétence des acteurs de la viticulture, il est nécessaire de mieux intégrer la formation tout au long de la vie professionnelle vers les connaissances et les capacités à la conduite du changement adaptées à l'évolution des pratiques

► **Objectif 3 - Favoriser les liens contractuels entre producteurs et metteurs en marché**

La filière viticole est encore très régionalisée, même si le nombre d'acteurs multirégionaux a progressé ces dernières années, mais aussi très atomisée (la plupart des entreprises sont des PME et TPE) alors que la distribution est au contraire très concentrée et à la recherche d'offres de gammes. La filière vin française est aussi caractérisée par une forte dichotomie amont/aval alors qu'il est indispensable d'assurer la meilleure adéquation possible entre la ressource vin et le marché, ce qui nécessite de renforcer et améliorer le lien entre l'amont et l'aval.

► **Objectif 4 - Développer la restructuration et la rénovation du vignoble français**

L'objectif général est de faciliter l'adaptation de l'outil de production aux attentes du marché et aux conditions de la concurrence notamment internationale. Les actions à mettre en œuvre devront permettre de faire évoluer la structure, l'encépagement et les techniques de conduite du vignoble en prenant en compte les spécificités de chaque bassin viticole.

► **Objectif 5 - Favoriser l'accès à l'innovation et développer l'investissement dans les exploitations et dans les entreprises viticoles**

Faire face à la concurrence sur les marchés mondiaux, c'est aussi permettre aux entreprises et aux exploitations viticoles d'optimiser leurs outils de production et de transformation et d'accéder à l'innovation. Les actions à mettre en place devront donc aider les opérateurs à renforcer leurs moyens de production et de commercialisation, (modernisation des capacités de traitement et des outils de vinification, maîtrise de la qualité par des moyens adaptés...) à développer de nouveaux produits ou process.

► **Objectif 6 - Assurer la gestion des sous-produits de la vinification**

Les objectifs du régime de gestion des sous-produits de la vinification sont le respect de la réglementation communautaire, le maintien d'un réseau des distilleries sur le territoire tout en apportant un traitement équitable sur tout le territoire à tous les opérateurs en évitant les contentieux et d'éviter les impacts négatifs sur l'environnement.

De plus, les sous-produits de la vinification sont aujourd'hui la base d'une véritable nouvelle économie (biocarburants, amendements et engrais organiques, alimentation du bétail, fourniture d'énergie, huilerie, cosmétique, pharmacie...); économie qui a besoin d'être confortée pour se développer.

► **Objectif 7 - Assurer la gestion de l'eau**

La viticulture ne peut être durable que si l'ensemble de la filière peut en vivre. Sans la ressource eau dans un certain nombre de régions viticoles, les exploitations viticoles ne peuvent sécuriser ni production, ni revenus et ni emplois. Il faut assurer aujourd'hui une meilleure gestion de la ressource en eau avec efficacité pour permettre le maintien et le développement des productions viticoles très importantes dans certaines économies régionales.