

LA VITICULTURE ET LE MARCHÉ DU VIN EN FRANCE

JEAN DUBOS (*)

La France est, depuis très longtemps, un des grands pays viticoles mondiaux. La surface de son vignoble, si elle a diminué de moitié en un siècle, la place encore, avec 919.000 hectares, au 4^e rang mondial derrière l'Espagne, l'Italie et l'URSS, alors que sa production moyenne (1971-1988, 67,6 millions d'hectolitres) se situe juste derrière celle de l'Italie (70,5). Son vignoble producteur de vins représente dans le monde 11,5% de la superficie de vignes à vins et assure quelque 21% de la production vinicole totale. Important dans le secteur viti-vinicole mondial, il l'est aussi dans l'agriculture française: sur 3,1% de la surface agricole utile nationale, il produit en moyenne 10% de la valeur ajoutée brute de la branche agricole, et occupe 8,5% du nombre des travailleurs actifs agricoles du pays. Le marché vinicole français peut être analysé à partir des statistiques officielles et de certaines estimations, établies dans les hypothèses simplificatrices suivantes concernant le cheminement du produit:

a) Sur un **marché de production**, le viticulteur-vinificateur vend au commerce le vin qui n'est pas consommé à la ferme.
b) Sur un **marché d'aval**, le commerce acheteur de ce vin s'approvisionne à l'intérieur du pays, ainsi qu'à l'importation, pour écouler le produit à la consommation ou auprès de transformateurs (distillateurs, fabricants de jus, de vinaigres et d'apéritifs) ou à l'exportation.

On peut dès lors transcrire les données dans le **tableau 1**.

Ce tableau résume les données essentielles d'une campagne viti-vinicole. Les données de tels tableaux sont reprises en annexe dans les **tableaux A1 et A2** pour 18 campagnes. Ces tableaux décrivent, comme le **tableau 1**, la circulation de flux entre agents. On peut décrire celle-ci dans le **schéma simplifié 1**.

Dans ce tableau, les agents constituent des groupes d'entreprises ou d'unités autonomes disparates représentant des structures particulières et évolutives, que nous proposons d'étudier en considérant séparément les trois marchés figurant dans ce schéma.

1. Le marché de production

Sur ce marché, les viticulteurs qui vinifient

(*) Directeur de Recherche à l'INRA, enseignant à l'Université I de Toulouse (France).

Abstract

The French vine-growing and wine-producing sectors play an important role in the national economy as well as in vine-growing on a world-wide scale. Over the past thirty years areas used for vine-growing have been greatly reduced, mainly due to the elimination of vineyards producing ordinary table wines, while the areas cultivated for the production of DOC wines have greatly expanded and account for over 50% of the total surface area.

Production follows a widely scattered pattern; vineyards cover a mean surface area of about 6 hectares and most are managed by entrepreneurs over the age of 55.

50% of the grapes produced are processed by the producer companies, the remainder by cooperatives (48%) or by private companies (2%).

Internal marketing has evolved in two different ways; by combining companies, often with product diversification, or by vertical integration.

The tendency of this evolution is to separate the producers from the buyers, in both a physical and psychological sense, and it is the buyers who strengthen their position on the market.

France, like most producer countries, has seen a marked reduction in per capita consumption of wine and a steadily growing preference for quality wines.

On the international market French wines have been very active; exports have increased both within and outside the European community.

On the whole the French wine market lacks balance between supply and demand with a consequent reduction in prices.

Balance could be restored by:

- reducing the production of ordinary table wines with the elimination of vineyards without resorting to distillation;
- improving the regulation of quality wines.

Résumé

Le secteur vinicole français détient un rôle important dans le cadre de l'économie nationale et dans l'ensemble de la viticulture française.

La superficie globale a subi pendant les dernières trente années une réduction consistante due en particulier à l'élimination des vignobles destinés à la production de vins communs tandis que la superficie destinée à la production de vins DOC a enregistré une forte augmentation en atteignant plus de 50% de la superficie totale.

La structure productive est caractérisée par une forte dispersion, avec une superficie moyenne par exploitation de plus ou moins 6 hectares et gérée pour la majeure partie par des entrepreneurs de plus de 55 ans.

50% du raisin produit est transformé dans les exploitations productrices, l'autre partie est produite par les coopératives (48%) et par les sociétés privées (2%).

Une double dynamique caractérise le marché intérieur: celle de la concentration des exploitations, accompagnée souvent de la diversification du produit et celle de l'intégration verticale.

Une telle évolution tend à éloigner physiquement et psychologiquement les producteurs des acheteurs qui renforcent leur position sur le marché.

En ce qui concerne la demande, la France comme la majeure partie des pays producteurs, a vu réduire considérablement sa consommation de vin par tête en enregistrant une préférence toujours plus marquée vers les vins de qualité.

Sur le marché international, les vins français ont été très présents en augmentant les exportations soit sur le marché intracommunautaire soit vers les pays du tiers monde.

Dans l'ensemble le marché français du vin souffre d'un manque d'équilibre entre l'offre et la demande, en ayant pour conséquence la réduction des prix.

Parmi les interventions souhaitables pour rétablir un équilibre, on peut noter:

- la réduction de la production de vin commun à travers l'accélération et non pas à travers le recours à la distillation;
- une meilleure réglementation et organisation pour les vins de qualité.

généralement leurs vins sur l'exploitation ou en coopérative vendent ces vins à des commerçants qui sont des négociants ou des centrales d'achat. Mais ils peuvent vendre directement à des détaillants, à des cafetiers ou des restaurateurs, et à des consommateurs, ce que le schéma simplifié ne peut traduire.

Nous rendons compte des structures de la production et du négoce avant d'étudier le flux d'offre provenant de la propriété.

1.1. L'appareil de production

1.1.1. Le vignoble

La régression de la surface vinicole consacrée au raisin de cuve est constatée depuis 1962.

Après le second conflit mondial, elle résulte d'un double mouvement: progression des surfaces sur lesquelles sont produits des vins d'appellation, régression rapide des superficies de vignes à vins de consommation

courante (tableau 2).

Dans la catégorie des VQPRD, on observe depuis 1958 une progression rapide des surfaces, due à l'extension du vignoble à appellation d'origine contrôlée (AOC) réglementé en 1935, et malgré la régression de l'aire productrice de vins délimités de qualité supérieure (VDQS). Les vins de cette catégorie, réglementée par la loi GUILLE (1948), sont progressivement promus dans la catégorie des vins à AOC (1).

La production de ces deux catégories de vins doit respecter des normes qui constituent le plus souvent des contraintes pour les viticulteurs: encépagement très réglementé, rendements limités, pratiques culturelles méthodes de récolte et de vinification codifiées, vins après production analysés et dégustés.

En France, l'appellation d'origine n'est pas, comme dans d'autres pays, une simple indication de provenance des vins: ceux-ci, pour en bénéficier, doivent non seulement être produits dans la zone délimitée mentionnée comme origine, mais encore provenir de vignobles et de chais dans lesquels on a respecté les règles et usages prévus dans les Décrets réglementant spécifiquement l'appellation. Celle-ci renvoie non seulement à l'origine mais à un type de vin produit dans l'aire délimitée. L'extension des vignobles d'Appellation répond aux désirs des consommateurs qui, on le verra, sont de plus en plus nombreux à rechercher la qualité des vins au détriment de leur volume. Cette extension s'effectue de trois manières:

— Extension d'une aire délimitée (ex.: Chablis);

— Attribution de droits de plantation nouveaux dans les aires délimitées. Ces attributions expliquent le rajeunissement du vignoble d'Appellation;

— Promotion de VDQS en AOC (ex.: Cahors, Iroulégu, Côtes du Ventoux, de Provence du Marmandais, de Buzet, Corbières, Minervois, Coteaux du Languedoc, Côtes du Roussillon).

Parallèlement à l'extension du vignoble de VQPRD, on observe une évolution de l'encépagement. En rouge, les cépages «borde-lais» (Cabernet-Sauvignon et Merlot surtout) progressent dans certaines régions dont le Midi où le Carignan, encore dominant, recule. En blanc, on observe la poussée du Chardonnay, du Sauvignon, du Melon et du Riesling, alors que l'Ugni blanc régresse.

1.1.2. Les structures viticoles

La définition de l'exploitation viticole étant «large» en France (à partir de 5 à 10 ares en Champagne, 10 en AOC, 20 en vins de table), cela explique que quelque 40% du nombre des exploitations recensées ne commercialisent plus de vin. Leur production globale, autoconsommée, demeure faible (2 ou 3 millions d'hl.) et décline.

En 10 ans, de 1979 à 1989, le nombre des exploitations qui commercialisent du vin est passé de 237.000 à 166.000 (-3% par an), alors que la proportion d'exploitations produisant des vins à AOC passait de 37,6% à 51,8%. La superficie moyenne de vignes à vins par exploitation est passée en 10 ans de 4,2 à 5,4 hectares, mais la dispersion des surfaces des exploitations reste grande. On trouve quelques unités en monoculture viticole, surtout en Languedoc-Roussillon et

vin (35% du total), deux tiers se classent dans des OTEX végétales — surtout OTEX de polyculture ou arboricoles (leur taille est variable) — et un tiers appartiennent à des OTEX «animales»; ces dernières sont souvent de petites exploitations de polyculture-élevage dans lesquelles la vigne, culture intensive, valorise la main-d'oeuvre familiale et le capital d'exploitation.

Dans la plupart des régions viticoles françaises, les unités dont l'OTEX est viticole

Tableau 1 Bilan de la campagne 1987-88 en France (millions d'hl.).

Ressources (offre)	Marché de production		Emploi (demande)
Récolte 1987	69,695	Consommation à la ferme	4,464
Variations du stock du 01/09/87 au 31/08/88	2,819	Pertes	0,878
		Vente au commerce	67,172
Total	72,514	Total	72,514
Ressources (offre)	Marché d'aval		Emplois (demande)
Achats du commerce		Ventes du commerce	
— à la production	67,172	— Consommation taxée	37,724
		— Exportations	12,781
— à l'importation	5,030	Transformations	
		— Distillation:	
Variation de stock du commerce du 01/09/87 au 31/08/88	0,703	• par alcools de bouche	6,599
		• communautaires	13,845
		• autres utilisations	1,956
		• industrielles	
Total	72,905	Total	72,905

au coeur des appellations (noyau fertile du Pr. Kunholtz-Lordat), mais dans la plupart d'entre elles, la vigne s'insère dans des systèmes de culture -des organisations technico-économiques d'exploitations variées (OTEX selon la terminologie communautaire (2)). 65% des exploitations commercialisant du vin se situent dans une classe d'OTEX viticole (35% dans l'OTEX viticulture de qualité). Parmi les types d'exploitations caractérisées par une OTEX viticole, on trouve:

— des exploitations en monoculture parfois grandes (appartenant à de gros viticulteurs ou à des entreprises du négoce), mais souvent très petites (une ou deux parcelles), ce qui permet la pratique de la viticulture à temps partiel et dans le cas de production d'Appellation, une bonne valorisation du sol. La coopération favorise le maintien de ces unités;

— des exploitations de superficie moyenne (moins de 10 ha de vigne), plus rarement de grandes exploitations, insérées dans un système de culture où la vigne domine. La superficie du vignoble dans ces exploitations est en moyenne plus grande dans les régions de vins de table que dans les zones d'Appellation.

Parmi les exploitations appartenant à des OTEX non viticoles et commercialisant du

sont dirigées par des exploitants relativement âgés. En Aquitaine, Charente-Poitou, Languedoc, Provence-Côte d'Azur, la proportion de ceux qui ont dépassé 55 ans varie de 56 à 63% (70 à 80% dans les petites exploitations). Dans les trois dernières, le nombre des exploitants ayant dépassé 65 ans oscille entre 20 et 30% dans les petites exploitations (10% dans les grandes).

La proportion de jeunes exploitants (moins de 35 ans) est faible dans de nombreuses régions (7% en Aquitaine, 5% en Poitou-Charentes et Provence) et nulle dans les petites exploitations. Elle est relativement élevée en Alsace (12%) et Champagne (21%). On peut prévoir que la concentration des exploitations va se poursuivre dans les zones d'Appellation où la succession est assurée pour 4 exploitants âgés de plus de 50 ans sur 10, et plus encore dans les régions de vins de table, où la proportion d'exploitations viticoles pauvres atteint presque 50% et où moins de 3 exploitants âgés de plus de 50 ans sur 10 connaissent leur successeur.

Dans l'hypothèse où la croissance des exploitations viticoles se poursuivrait, du fait de la présence de jeunes agriculteurs ou de successibles dans les seules exploitations d'une certaine importance, quels seraient les freins à cette croissance?

— On mentionnera d'abord la pluriactivité qui permet le maintien de petites structures.

Les possibilités d'organisation du travail (travaux manuels par équipe et mécaniques par

(1) Cette mutation a souvent été assortie de restrictions concernant l'encépagement, l'aire de production ou les pratiques viticoles et œnologiques.

(2) L'OTEX est définie par la (ou les) spéculation(s) qui assurent à l'exploitation 2/3 de la Marge Brute Standard. Dans les deux OTEX Viticulture de qualité et autres viticultures la production viti-vinicole assure donc au moins 2/3 de la Marge Brute Standard dans les exploitations.

entreprise ou en coopérative) en viticulture favorisent la pluriactivité, et par-là, le maintien de nombreuses exploitations. Actuellement, 47,5% des viticulteurs exercent une autre activité lucrative: 20% à titre principal, 27,5% à titre accessoire (les pourcentages régionaux figurent en **tableau A3**). — Le poids du foncier est aussi un obstacle à l'extension du vignoble dans les exploitations, dans les régions dans lesquelles l'hectare de vigne est coûteux (moyenne dans la Marne champenoise: 640.000 francs, en Côtes de Bourgogne: 440.000 francs), ce qui n'est pas général (l'hectare vaut en moyenne 40.000 francs dans les vignes à vins de table du Languedoc-Roussillon). En définitive, on peut conclure qu'il existe des freins à la concentration des exploitations viticoles, qui s'effectue lentement, induite par les nécessités économiques.

1.1.3. L'appareil de vinification

La vinification s'effectue:

a) **Dans l'exploitation**, pour quelque 50% de la production en moyenne, le nombre de caves annexées aux exploitations dépassant 80.000, leur dimension étant varia-

ble (de 100 à plusieurs milliers d'hl.).

b) **Dans un atelier privé** (2 à 3% de la production) qui vinifie (partiellement au moins) le raisin acheté aux producteurs. C'est le cas des Maisons de Champagne et d'entreprises complétant l'approvisionnement venant de leur propre vignoble par des achats à la production (Salins du Midi, Henri Maire).

c) **En coopératives** (48% de la production en moyenne). Les coopératives ont, dès le début du siècle, regroupé les petits viticulteurs. D'inspiration socialiste, au début, la coopération s'est ensuite limitée à jouer un rôle technique de vinification et de stockage. C'est en 1948 seulement que la première coopérative a organisé la vente en commun du vin des coopérateurs, maintenant généralisée. 1.150 caves coopératives de capacité variable (5.000 à 400.000 hl.) vinifient 60% de la récolte de vins de table et 41% de celle de VQPRD. Dans les régions de vins d'Appellation, la coopérative est irrégulièrement implantée (elle transforme 8% de la production en Médoc, 30% en Alsace, plus de 50% en Côtes du Rhône et Beaujolais). De gros viticulteurs quittent parfois la coo-

pération pour construire leur cave particulière et espèrent valoriser ainsi leur image de qualité. La concentration coopérative s'effectue rarement par des fusions, plus fréquemment par des unions.

La législation sur les groupements de producteurs (lois d'orientation de 1960-1962) favorise la création de telles unions. En effet, reconnues comme Groupements de Producteurs, elles peuvent organiser la production en amont ou concentrer l'offre à l'aval. Des Sociétés d'Intérêt Collectif Agricole (SICA) regroupent parfois les membres d'une coopérative ou d'une Union avec des entreprises de négoce, ce qui accroît la souplesse de l'institution (possibilité d'effectuer un volume important d'opérations avec des non-sociétaires plus grande que dans le cas des coopératives). Les SICA peuvent être reconnues comme groupements de producteurs et c'est par ce biais que les producteurs en caves particulières ont pu bénéficier des avantages de ces groupements.

Précisons que l'hétérogénéité du statut des viticulteurs adhérents des coopératives (viticulteurs à plein temps et à temps partiel jeunes et vieux notamment) rend parfois dif-

Tableau 2 Evolution des surfaces (en millions d'hectares) de vignes de vins de table en France (1).

	1802	1905	1958	1970	1979	1989
Vignes à VQPRD						
a) à AOC			191	265	370	491
b) à VDQS				94	95	18
			1.059			
Vignes à autres vins				811	534	390
Total	2.320,8	1.744,1	1.250	1.170	999	899

¹ 1862 et 1905: Surface viticole totale.
Sources: 1862, Enquête décennale; 1905: Statistiques Agricoles Annuelles; Depuis 1958: SCEES.

Tableau 3

Années	1954	1963	1973	1976	1982	1988
Consommation	140	122	100	102	88	76

Tableau 4

Années	Importations	Exportations	Solde
1987	1.600	19.271	17.671
1988	1.950	20.801	18.851

Tableau A1 Bilan offre-demande sur le marché français à la production.

Campagnes	OFFRE (millions d'hl.)			DEMANDE (millions d'hl.)			
	Production	Variation du stock à la propriété	Total	Quantités de vins sorties des chais (Corse exclue)	Autoconsommation, pertes et écart statistique + sorties Corse	Pertes par congélation et concentration	Autoconsommation + pertes par congélation et concentration + pertes et écart + sorties Corse
1969-70	49,803	+ 5,335	55,158	46,242	7,986	0,930	8,916
1970-71	74,373	- 8,761	65,612	54,925	10,275	0,412	10,687
1971-72	61,331	+ 2,864	64,195	55,301	8,179	0,715	8,894
1972-73	58,498	+ 4,989	63,487	55,009	7,681	0,797	8,478
1973-74	82,425	- 10,521	71,904	62,232	9,136	0,536	9,672
1974-75	75,481	+ 0,956	76,437	66,379	9,303	0,755	10,058
1975-76	65,974	+ 1,438	67,412	57,449	9,413	0,550	9,963
1976-77	73,035	- 3,038	69,997	60,684	8,467	0,841	9,308
1977-78	52,344	+ 7,244	59,588	53,448	5,636	0,504	6,140
1978-79	58,170	- 0,861	57,309	51,236	6,036	0,237	6,273
1979-80	83,543	- 7,789	75,746	66,609	8,725	0,412	9,137
1980-81	69,203	+ 1,775	70,978	61,599	8,835	0,544	9,379
1981-82	58,922	+ 4,610	63,532	56,206	6,430	0,896	7,326
1982-83	79,230	- 7,266	71,964	65,073	6,331	0,560	6,891
1983-84	68,123	+ 0,601	68,724	62,206	6,239	0,279	6,518
1984-85	63,708	+ 3,166	66,874	61,637	4,044	1,193	5,237
1985-86	70,291	- 1,199	69,092	63,733	4,593	0,766	5,359
1986-87	73,221	- 3,503	69,718	64,088	4,881	0,750	5,641
1987-88	69,695	+ 2,819	72,514	67,172	4,464	0,878	5,342

ficile leur fonctionnement, plus généralement lié à l'identité du véritable pouvoir au sein des coopératives.

La création, induite par les possibilités offertes par les groupements de producteurs, de grandes unions de coopératives facilite la commercialisation des vins grâce à la concentration de l'offre mais pose le problème de la distance entre leurs instances (Assemblée, Conseil d'Administration, Direction) et le coopérateur de base.

Les Fédérations départementales, régionales et nationale de coopératives viticoles — et des caves particulières — savent souvent se faire entendre des Pouvoirs Publics.

1.1.4. La production de vin en France

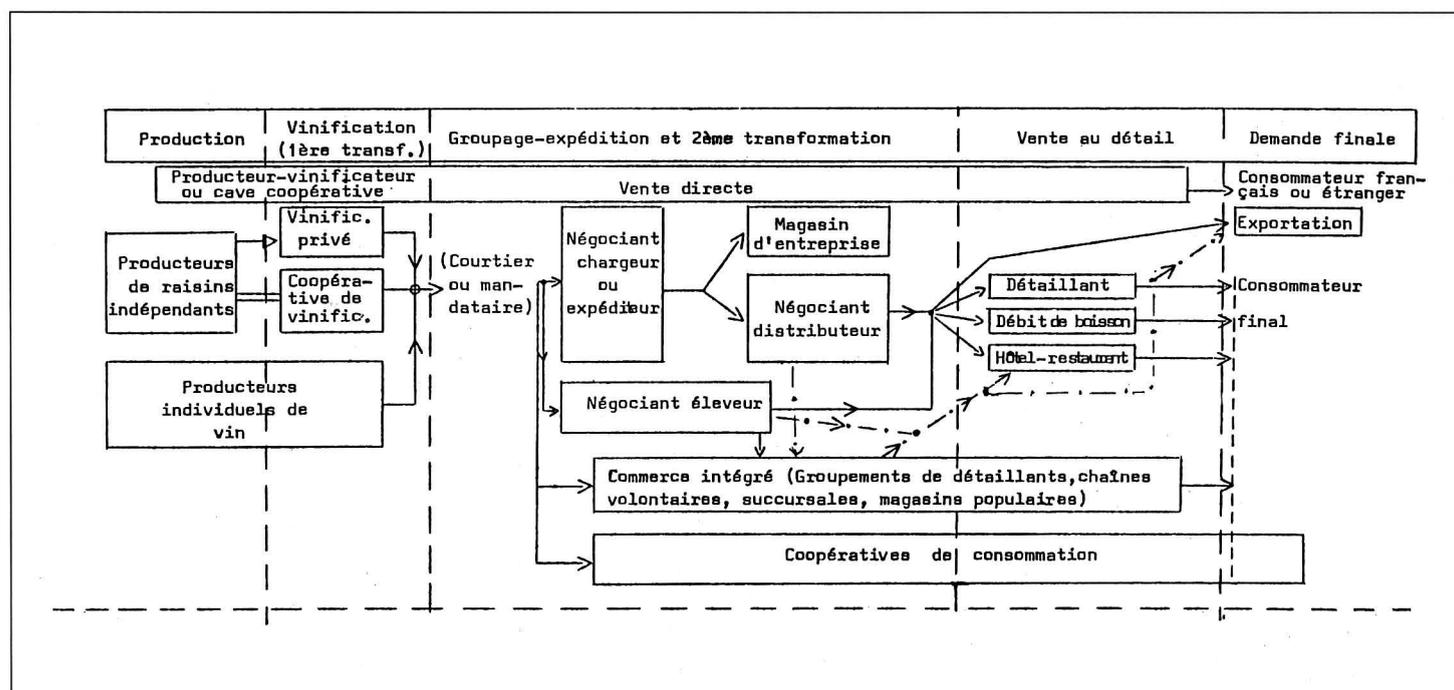
Le **tableau 1** rend compte de l'évolution de la production globale. On observe d'importantes fluctuations annuelles (par exemple, 25,4 millions d'hl. entre 1978 et 1979, 20,3 millions entre 1981 et 1982), mais un accroissement tendanciel de la production.

Pour les vins de table, le graphique 2 rend compte de l'augmentation de la production (sur des moyennes triennales), malgré la régression des surfaces et grâce à une rapide croissance de la productivité de la vigne. En 30 ans, le rendement moyen est multiplié par 2,6: la moyenne triennale passe de 31 hl./ha. (1955-56-57) à 82 hl./ha.

(1985-86-87). Les progrès dans l'obtention du matériel végétal, dans les techniques culturales, ainsi que l'arrachage de vignes peu productives expliquent cette ascension, qui s'accompagne d'un progrès dans la qualité grâce notamment à l'amélioration de l'encépagement, favorisée par le classement des cépages (recommandés, autorisés).

Pour les VQPRD, le graphique 3 montre aussi une progression tendancielle de la production et des rendements (sur des moyennes triennales).

On observe ici, vu l'accroissement des surfaces, que les rendements progressent moins rapidement que les productions. Ce-



Graphique 1 - Structure de la «filière» Production-Transformation-Distribution. Circuits de distribution des vins en économie décentralisée (France).

Tableau A2 Bilan offre-demande sur le marché français d'avail.

Campagnes	OFFRE (millions d'hl.)			DEMANDE (millions d'hl.)			
	Quantités de vins sortis des chais	Importations	Offre provenant du stock commercial et de Corse	Total demande globale	Consommation taxée	Exportations	Demande des Industriels et transformation
1969-70	46,242	10,734	-0,236	56,740	46,765	3,780	6,195
1970-71	54,925	4,003	+1,235	60,163	45,978	4,145	10,040
1971-72	55,301	7,003	-0,070	62,234	47,728	5,344	9,162
1972-73	55,009	9,490	-1,434	63,065	48,430	9,781	7,854
1973-74	62,232	6,036	+2,974	71,242	45,931	6,010	19,301
1974-75	66,379	8,285	+2,559	77,223	46,167	5,732	25,324
1975-76	57,443	8,000	+2,315	67,844	46,455	6,385	15,004
1976-77	60,689	6,293	+2,486	69,468	45,818	8,081	15,569
1977-78	53,448	7,754	+0,923	52,125	45,766	7,120	9,239
1978-79	51,236	9,056	+1,676	61,968	44,408	7,624	9,936
1979-80	66,609	6,252	+1,495	74,356	43,664	9,052	21,640
1980-81	61,600	8,555	+1,974	72,129	43,211	8,727	20,191
1981-82	56,206	7,089	+0,791	64,086	43,132	8,982	12,982
1982-83	65,073	5,439	+0,694	71,206	41,609	9,788	19,809
1983-84	62,206	5,693	+1,698	69,597	40,755	10,992	17,850
1984-85	61,637	7,120	+0,349	69,106	39,467	11,400	18,149
1985-86	63,733	4,606	+3,483	71,822	39,291	12,369	20,162
1986-87	64,083	4,134	+1,610	69,827	38,380	13,186	18,261
1987-88	67,172	5,030	+0,703	72,905	37,724	12,781	22,400

pendant, en 30 ans, ils sont multipliés par 2,3, passant de 23 hl./ha. (1955-56-57) à 53 hl./ha. (1985-86-87). Cette progression, presque aussi rapide que la précédente, malgré la limitation des rendements imposée à ces vins, doit être expliquée.

D'abord, les plafonds de rendements ont été élevés, du fait des progrès des techniques et de la productivité des clones (sans incidence sur la qualité selon les responsables). On peut considérer ensuite que ces plafonds, qui, autrefois, n'étaient souvent pas atteints, le sont maintenant presque chaque année et dans presque toutes les exploitations. Notons que la pratique de l'enrichissement peut inciter à la recherche de rendements élevés au détriment du titre alcoolique (dans l'hypothèse d'une corrélation négative entre les deux).

En définitive, alors que la surface viticole totale diminue et que la main-d'oeuvre se raréfie, l'accroissement du capital — qui se substitue à la terre et au travail — et les progrès des techniques (conduite, culture, fumure, traitements) amènent un accroissement tendanciel de la production viticole française, qui pose des problèmes d'équilibre de marché.

1.1.5. Les acheteurs de vin à la production

Dans le circuit traditionnel (cf. Partie médiane du **graphique 1**), le vin est acheté à la propriété par l'intermédiaire d'un courtier (connaissant les qualités et les types produits dans sa région), par un négociant-expéditeur régional qui l'envoie généralement en vrac à un négoce destinataire installé dans des zones urbaines, qui le conditionne pour le livrer à la distribution.

Dans les régions de cru, un négoce éleveur stocke et conserve le vin, le conditionne, l'embouteille souvent. Si ce dernier type de négoce s'est assez bien maintenu, le circuit traditionnel a souvent évolué sous la double influence de l'affaiblissement du négoce expéditeur et de la poussée des centrales d'achat.

1.1.5.1. DÉCLIN DU NÉGOCE EXPÉDITEUR. Il est apparent surtout sur le marché — en régression — des vins de table: ses faibles marges, l'installation sur les lieux de production d'entrepôts du grand négoce ou du commerce intégré, la poussée des groupements de producteurs commercialisant eux-mêmes leurs vins plus en aval expliquent son déclin. Beaucoup de négociants expéditeurs ont renoncé à stocker les vins, qu'ils expédient directement de la production (qui stocke à leur place en attendant la livraison) au négoce destinataire ou à la distribution. Souvent leur nom ne figure plus dans les contrats de vente: ils jouent alors le rôle de courtiers, parfois celui de transporteurs.

1.1.5.2. TYPOLOGIE DES ACHETEURS À LA PROPRIÉTÉ. Nous examinons ici les canaux par lesquels les viticulteurs-vinificateurs, les coopératives, les SICA et les groupements de producteurs vendent leurs vins (³).

1) **Le négoce expéditeur** qui s'est maintenu obtient sur le plan de la gestion une faible valeur ajoutée et stocke peu. Les **négociants régionaux** qui traitent plus de 300.000 hectolitres constituent encore 30% de l'offre de vins de table. Les **négociants locaux** sont des entreprises familiales contrôlant 80 à 150.000 hectolitres de vins, et traitant à peine 10% de la production de vins de table.

2) **Le négoce éleveur approvisionneur** réalise une importante valeur ajoutée due à la fonction de stockage-élevage, mais sup-

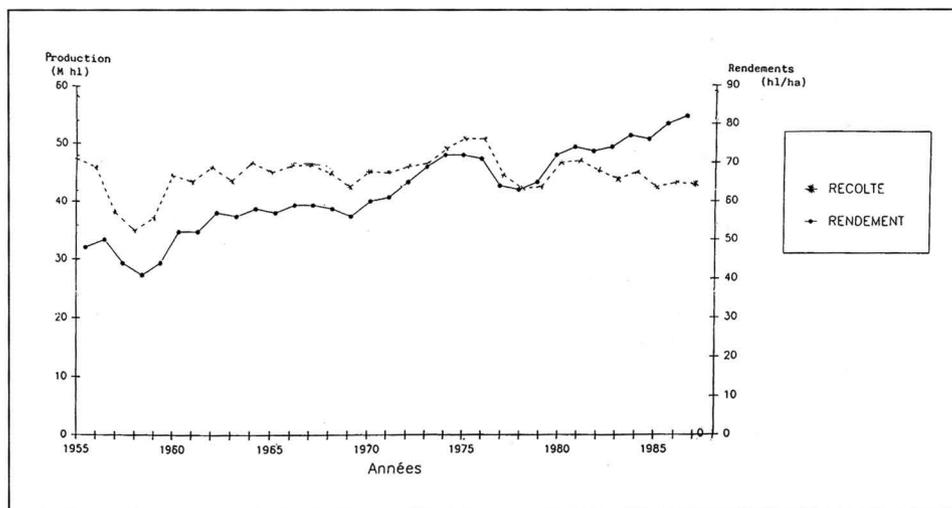
montre qu'il n'élève pas les vins. Les **conditionneurs-expéditeurs** pratiquent souvent une politique de marque et vendent surtout aux centrales d'achat, peu à l'exportation.

Les **conditionneurs distributeurs** polyvalents s'approvisionnent en vins de plus en plus directement à la production et traitent un ensemble de boissons. Ils vendent à toutes les formes de commerce et à l'exportation.

4) **Le négoce éleveur conditionneur.** Celui-ci cumule les fonctions d'élevage (taux

Tableau A3 Pluriactivité dans les exploitations viticoles françaises (OTEX viticulture).

Région	Activité principale hors viticulture	Activité principale viticole	Total Pluriactivité
Aquitaine	17,0%	44,0%	61,0%
Poitou-Charentes	12,0%	48,0%	60,0%
Pays de Loire	22,0%	35,0%	57,0%
Languedoc-Roussillon	—	—	39,0%
Provence-Côte d'Azur	14,0%	14,0%	28,0%
Champagne-Ardennes	23,0%	15,0%	38,0%
France entière	20,1%	27,4%	47,5%



Graphique 2 - Vins de table. Evolution de la production et des rendements (moyennes triennales) — Source: DGI. Graphique: D. Boulet, P. Bartoli.

porte un faible taux d'imposition (moins de 2% du chiffre d'affaires). Il est implanté souvent dans les régions d'Appellation, où il paraît valoriser d'autant mieux son stock que son taux de rotation est faible (⁴). Les négociants éleveurs vendent le plus souvent aux centrales d'achat, à la restauration, aux consommateurs et à l'exportation.

3) **Le négoce conditionneur.** Il conditionne le vin — et notamment l'embouteille. Il réalise une valeur ajoutée importante, mais subit un taux assez élevé d'imposition (plus de 2% du chiffre d'affaires). La forte rotation de son stock (moins de 60 jours)

de rotation de stock faible: plus de 60 jours) et de conditionnement (forte valeur ajoutée).

Parmi ces négociants, les **approvisionneurs** se trouvent généralement dans les régions d'Appellation où ils commercialisent cependant aussi des vins de table, le plus souvent en bouteilles.

Les **distributeurs nationaux** sont de gros négociants spécialisés (en France et à l'étranger), qui commercialisent, à côté des vins de table, de plus en plus de vins d'Appellation, généralement en bouteilles. Les plus grandes entreprises (Castel, Société des vins

(³) Nous utilisons ici les résultats d'une éventuelle étude de M. Remondat: «La mutation de la viticulture méridionale», Caisse du Crédit Agricole Mutuel, Montpellier, 106 pages.

(⁴) D'après les travaux de Ch. Arnaud, la valeur ajoutée (en % du chiffre d'affaires) augmente quand la rotation du stock diminue (mais en même temps, l'intensité du capital augmente et l'autonomie financière diminue).

de France, Nicolas, Chantovent) pratiquent une politique de marque. Ils s'approvisionnent de moins en moins auprès des expéditeurs, de plus en plus auprès des groupements de producteurs, qui acceptent des délais de paiement plus larges.

5) **Le commerce intégré** (cf. graphique 3, bas de page). Ce commerce a développé considérablement ses achats de vins, puisqu'il commercialise plus de la moitié des vins vendus aux ménages. Il s'approvisionne auprès des négociants éleveurs (conditionneurs ou non) et du grand négoce, mais tend à traiter de plus en plus à la production — soit avec les groupements de producteurs, soit avec des coopératives de base, soit avec de gros viticulteurs. Il possède parfois des entrepôts dans les régions de production. Le commerce intégré s'approvisionne par des centrales d'achat, qui peuvent conditionner les vins et faciliter une politique de marque. Ces centrales jouent le rôle de grossistes et peuvent appartenir au secteur coopératif (coopératives de consommation), associatif (la centrale vend son enseigne, son savoir-faire et ses produits à des commerçants indépendants: CODEC, LECLERC, INTERMARCHE) ou au secteur capitaliste (grands magasins, magasins populaires, Casino-Epargne, La Ruche Méridionale, Auchan).

6) **Les petites entreprises de distribution.** Les producteurs et les petites coopératives peuvent approvisionner directement les cafés, hôtels et restaurants, et le petit commerce indépendant. Entre les deux partenaires, se nouent alors des relations de confiance souvent durables, la clientèle étant fidèle à l'origine des vins.

7) **Les consommateurs.** La vente directe qui court-circuite le marché d'aval (cf. graphique 1, partie du haut) représente une forme d'intégration verticale. Liée à l'image du vin, elle se développe beaucoup (20% des ventes de vins d'Appellation) sous diverses formes (cf. 2.1.).

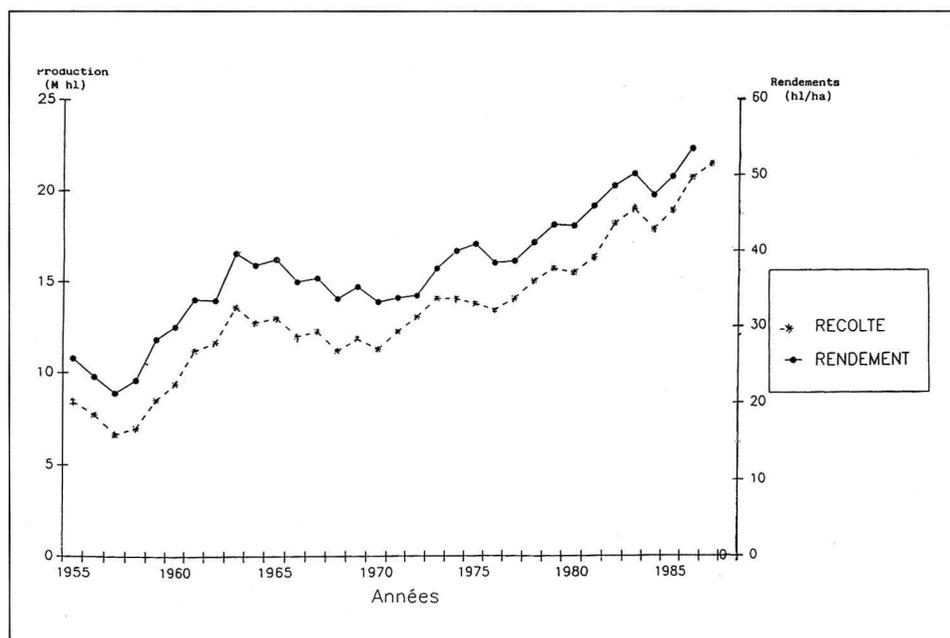
L'évolution du commerce acheteur de vins s'inscrit, on le perçoit, dans une double dynamique: celle de la concentration des entreprises, accompagnée parfois de la diversification des produits, et celle de l'intégration verticale des fonctions de la filière (vente directe, commerce intégré).

Cette évolution tend à éloigner physiquement et psychologiquement les producteurs de leurs acheteurs, qui renforcent leur position sur le marché. Face à eux, les producteurs à la tête d'unités de petites dimensions, ne peuvent guère traiter isolément: ils se sont donc organisés syndicalement et économiquement.

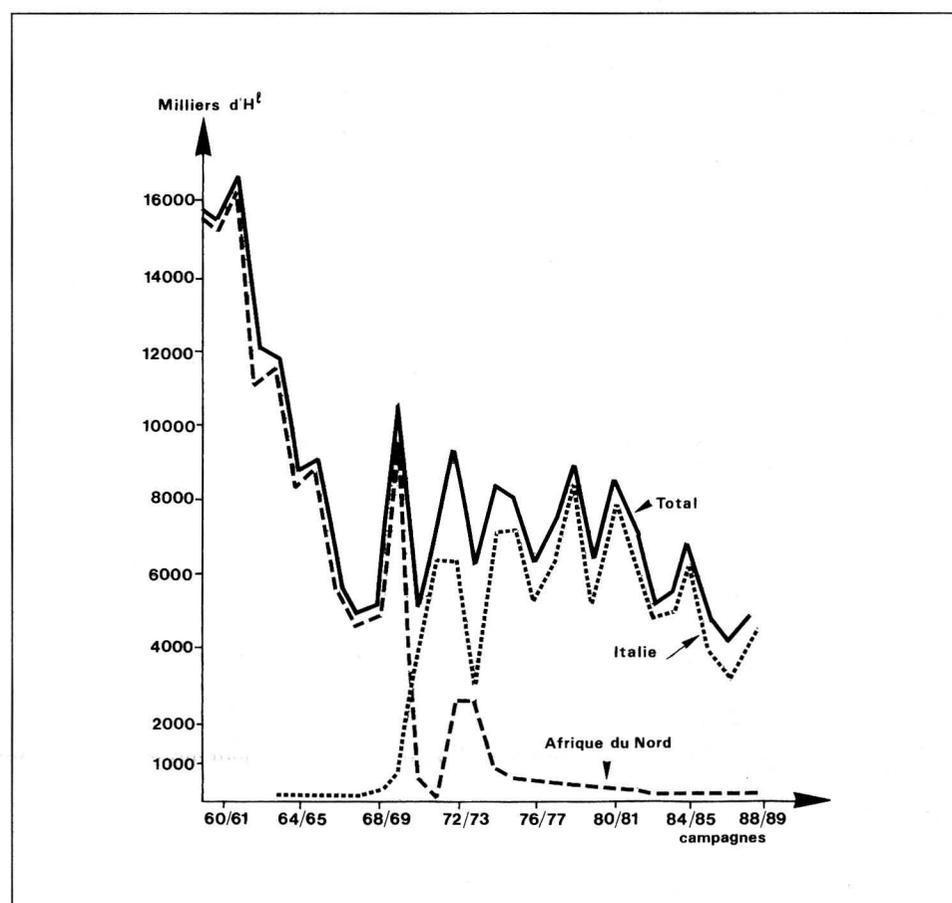
Si les **Syndicats** de producteurs de vins de table — fédérés au niveau national (Fédération Nationale des Vins de Table et de Pays) — restent des organismes de défense professionnelle, les Syndicats de vins à AOC et de VDQS, également fédérés (Fédération Nationale des VDQS, Confédération Nationale des AOC) ont pour tâche principale l'organisation de la production. A ce titre, ils cherchent à préserver les rentes d'appella-

tion et à améliorer les termes de leur partage entre les producteurs et leurs acheteurs. Les **organismes économiques** (coopératives, SICA, groupements de producteurs) concourent à la concentration de l'offre et

de la décision, renforçant ainsi le pouvoir de négociation des producteurs adhérents, face aux acheteurs dans les secteurs des vins d'Appellation et souvent même dans celui des vins de table.



Graphique 3 - V.Q.P.R.D. Evolution de la production et des rendements (moyennes triennales) — Source: DGI. Graphique: D. Boulet, P. Bartoli.



Graphique 4 - Les importations de vins selon leur provenance — Source: Douanes. Graphique: D. Boulet, P. Bartoli, J. Dubos.

Mais la réglementation publique des marchés renforce ce pouvoir, surtout dans le secteur des vins de table.

2. Le marché d'aval

Sur ce marché, on l'a vu (cf. schéma 1), le commerce — ici la distribution — vend aux consommateurs et aux industries de transformation qui expriment la demande finale.

2.1. La distribution

Celle-ci est assurée (cf. graphique 1) par les détaillants indépendants ou intégrés, les cafés et restaurants, les institutions sociales et les producteurs.

2.1.1. Le commerce de détail

Le tableau A4 rend compte de son évolution pour l'ensemble de l'alimentation.

1) **Le petit commerce traditionnel** isolé non spécialisé (35.000 entreprises, 87% indépendantes) recule face à la concurrence des grandes surfaces, qui présentent un choix de vins souvent beaucoup plus vaste que le sien. Le commerce spécialisé dans les vins et spiritueux (4.500 entreprises) paraît mieux se maintenir, voire se réinventer («bis-trots» à vins).

2) **Les petites surfaces des entreprises succursalistes ou coopératives** (magasins traditionnels et supérettes de moins de 400 m² de surface) ont vu leur importance relative baisser de deux tiers depuis 1962.

3) **Les grandes surfaces** (supermarchés: 400 à 2.500 m², hypermarchés: plus de 2.500 m²) progressent rapidement. Quelque 6.000 supermarchés et 650 hypermarchés assument 46% du commerce alimentaire et 50% du commerce des vins à destination des ménages: 3/5 sont des magasins indépendants qui s'approvisionnent auprès d'une grande centrale d'achat qui leur fournit l'enseigne (CODEC, LECLERC, INTERMARCHÉ), 2/5 sont la propriété de grands magasins ou de grandes entreprises de distribution (CASINO, AUCHAN, CARREFOUR). Selon une enquête de l'INAO (1986), 50% des consommateurs estiment qu'ils vendent de bons vins. La présentation et la gamme des vins offerts attirent souvent la clientèle.

4) **Les hôtels et restaurants** vendent (hors domicile) des vins dont la qualité varie avec l'implantation et la réputation de l'établissement. Parmi les 120.000 établissements de restauration (en majorité indépendants), beaucoup proposent à leurs clients de très bons vins. Mais l'importance de leur marge rend les prix de ces vins très élevés pour le consommateur.

5) **Les restaurants d'entreprises**, qui commercialisent trop souvent des vins de bas de gamme, ne contribuent guère à la promotion de la qualité de ces produits.

6) **Les cafés et débits de boisson** qui peuvent vendre des vins (100.000 environ) encouragent plus ou moins la consommation.

7) **Les ventes par les comités d'entre-**

prises touchent une clientèle sensible à la qualité des produits; elles constituent un bon moyen de promotion des vins.

8) **La vente au détail par les producteurs** peut s'effectuer par les **magasins** qui possèdent certains groupements de producteurs ou Comités Economiques agricoles. Elle peut s'effectuer aussi en **coopérative** ou en SICA vinicole (9% du volume des vins à AOC consommés par les ménages) ou par contact direct entre producteur et acheteur (vente en magasin, à l'étal, à domicile ou par correspondance): 20% de la demande de vins à AOC est ainsi satisfaite par la vente

directe. On perçoit ici la dynamique de la vente au détail des vins: elle se développe dans les grandes surfaces au détriment des petits magasins, se maintient dans l'hôtellerie, progresse à la production, surtout dans le domaine des VQPRD et des vins de table personnalisés.

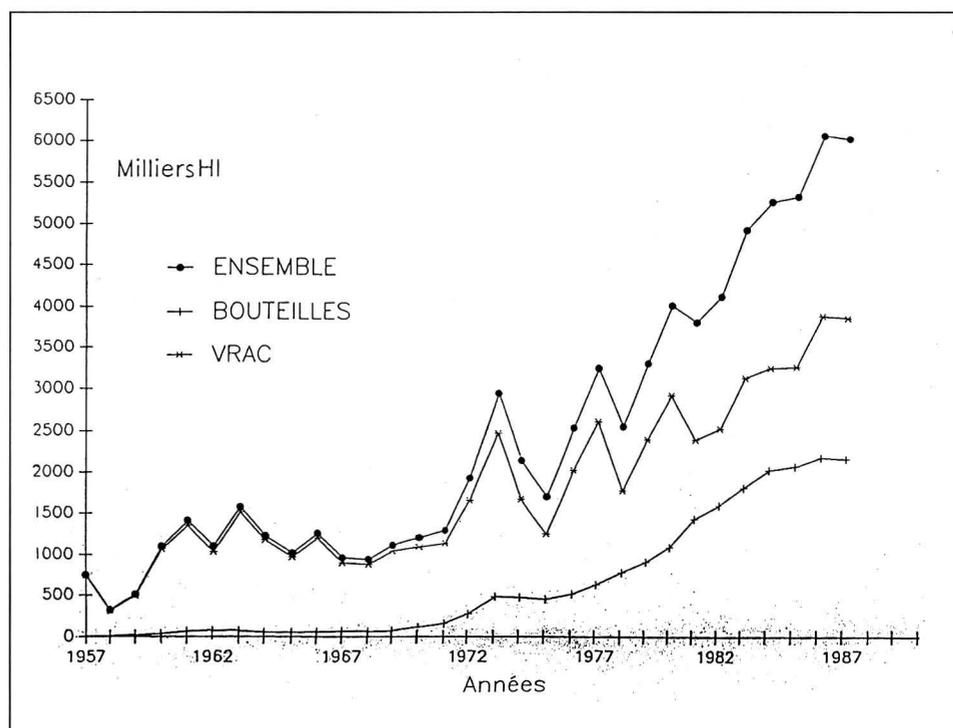
2.1.2. La demande des consommateurs

Nous n'étudions pas ici la demande des industries de transformation — tendanciellement constante si l'on exclut les distillations de soutien. La consommation a évolué en

Tableau A4 Distribution de produits par formes de vente (en %).

	Alimentaire							
	1962	1965	1970	1975	1980	1985	1986	1987
1. Grandes surfaces alimentaires	1,0	2,8	11,1	21,3	27,9	41,0	43,3	46,0
• Hypermarchés	0	0,1	3,4	10,0	13,6	19,5	21,1	23,2
• Supermarchés	1,0	2,7	7,7	11,3	14,3	21,5	22,2	22,8
2. Magasins populaires (sauf hypermarchés leur appartenant)	3,1	3,7	4,4	3,7	3,3	3,1	3,0	2,9
3. Petites surfaces du commerce alimentaire	81,0	79,6	72,0	61,1	53,4	40,4	38,7	36,7
• Petites surfaces alimentaires, succursales et coopératives	13,6	13,3	13,3	10,4	8,2	5,9	5,1	4,8
• Petites surfaces d'alimentation générale indépendantes	31,3	29,7	25,3	20,4	15,7	10,7	10,4	9,7
• Commerce des viandes	23,2	24,0	22,3	19,7	19,1	14,1	13,5	13,1
• Commerce alimentaire spécialisé	12,9	12,6	11,1	10,6	10,4	9,7	9,7	9,1
4. Commerce de détail non alimentaire non spécialisé	0,8	0,8	0,9	0,7	0,8	0,7	0,7	0,6
• Dont grands magasins	0,7	0,8	0,9	0,6	0,7	0,6	0,6	0,6
5. Pharmacies	0,2	0,3	0,3	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3
6. Autres commerces non alimentaires spécialisés	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,3	0,3	0,3
• Dont. Habillement, textile, cuir	—	—	—	—	—	—	—	—
Équipement du foyer	—	—	—	—	—	—	—	—
Ensemble du commerce de détail	86,2	87,3	88,8	87,3	85,9	85,8	86,3	86,8
Achats hors commerce de détail (*)	13,8	14,7	11,2	12,5	14,0	14,2	13,7	13,2
Ensemble des achats en milliards de francs courants (TTC)	64,2	80,6	114,4	198,8	349,0	547,6	576,1	595,1

(*) Boulangerie-pâtisserie, commerce de gros, commerce de l'automobile, autres prestataires de services et ventes directes des producteurs.
Source: Institut du Commerce et de la Consommation, Afresco, INSEE - Comptes commerciaux de la Nation.



Graphique 5 - Exportations: vins courants — Source: Douanes. Graphique: D. Boulet, P. Bartoli.

35 ans comme on peut voir du **tableau 3** (en litres par tête).

A la lecture du **tableau A2**, on mesure la baisse en quantité de la consommation, alors que le **tableau A5** rend compte de ce que la progression de la consommation taxée de vins d'appellation freine la baisse globale de cette consommation: cette baisse s'accompagne donc d'une mutation qualitative facilitée, il est vrai, par le développement de la production de VQPRD. Si l'on compare, entre 1976 et 1984, la baisse de la consommation taxée (13,9%) et la baisse de la dépense des consommateurs d'après l'INSEE (9,6%), on constate que le prix du vin consommé croît en moyenne de 4,3%.

Ce dernier pourcentage mesure l'**effet qualité** dans la dynamique de la consommation. Cette évolution est confirmée par la comparaison des résultats des deux enquêtes organisées par l'INRA et l'ONIVINS en 1980 et 1985 sur la consommation de vin pendant les repas: en 5 ans, le pourcentage du nombre des repas où l'on consomme des vins a varié selon les catégories: de 70% à 60% pour les vins de tables, de 9% à 15% pour les vins de pays, de 9,5% à 12,1% pour les VQPRD. Cette évolution induit un changement global des attitudes de consommation. Entre 1980 et 1985, la proportion des personnes consommant régulièrement des vins à table passe de 46% à 37%, celle des personnes en consommant une ou deux fois par semaine passe de 29% à 31,4%, celle des personnes n'en consommant jamais de 23,2% à 29,9%: le vin perd ses attributs de

boisson énergétique et désaltérante au profit d'un statut de produit symbole ou «signe». L'urbanisation, l'évolution du statut des travailleurs, des revenus et du mode de vie expliquent que l'on boive moins de vin mais du vin meilleur.

3. Le marché extérieur

3.1. La balance vinicole

Les **tableaux A6 et A7** permettent de calculer qu'en 1987-88, nous avons enregistré un excédent de nos exportations sur nos importations de 8,420 millions d'hectolitres de

vins. Comme la part des VQPRD est très élevée dans nos exportations (50,8%) et beaucoup plus forte que dans nos importations (10,7%), l'excédent précédent doit être beaucoup plus important en valeur qu'en volume, les termes de l'échange étant favorables.

3.2. Les termes de l'échange

Les valeurs des échanges pour les années civiles 1987 et 1988 sont exprimées en millions de francs dans le **tableau 4**.

Alors que le taux de couverture des importations par les exportations est en volume 283% dans la campagne 1987-88, il est en

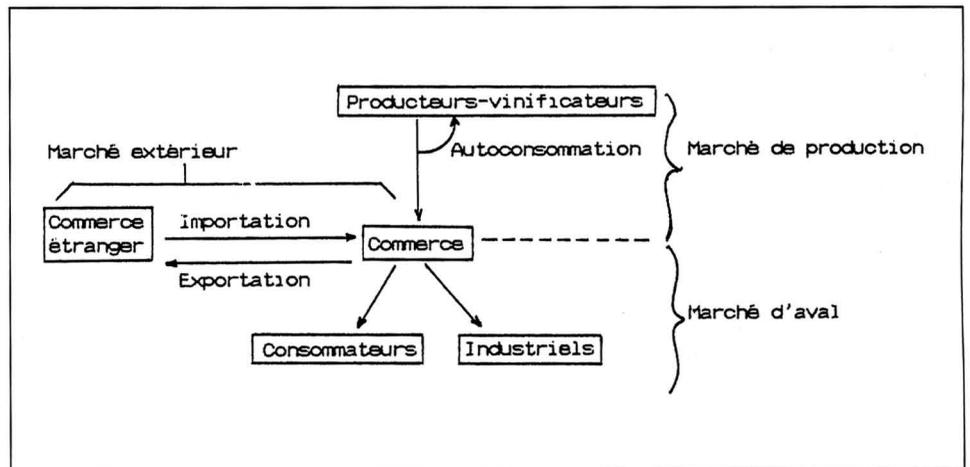


Schéma 1

Tableau A5 Evolution de la consommation taxée des vins en France.

Campagnes	Vins à AOC		Autres vins	Total	% consommation A.O.C.
1964-65	5.080,7		43.156,4	48.237,1	10,5
1965-66	5.242,0		43.065,3	48.307,4	10,9
1966-67	5.357,0		42.457,0	48.814,0	13,0
1967-68	5.310,0		41.615,0	46.925,0	11,3
1968-69	5.360,0		41.936,8	47.296,9	11,3
1969-70	5.376,8		41.340,1	46.716,9	11,5
1970-71	5.488,6		40.489,2	45.977,8	11,9
1971-72	5.932,2		41.795,5	47.527,7	12,4
1972-73	5.588,3		42.320,1	47.908,4	11,7
1973-74	6.347,5		40.541,4	45.889,0	11,7
1974-75	6.654,5		39.504,1	46.158,4	14,4
1975-76	7.484,3		38.971,5	46.455,8	16,1
1976-77	7.582,0		38.236,4	45.818,4	16,5
1977-78	7.228,7		38.537,3	45.766,0	15,8
1978-79	7.446,5		36.941,6	44.408,1	16,8
1979-80	8.023,1		35.532,4	43.555,5	18,4
1980-81	8.691,1		34.519,4	43.210,5	20,1
1981-82	9.120,0		34.011,6	43.131,6	21,1
	AOC+VDQS		sans VDQS		
1982-83	8.818,1	10.018,1	32.790,9	41.609,0	21,2
					AOC+VDQS
1983-84	10.691,9		30.064,0	40.755,9	26,0
1984-85	10.869,5		28.598,2	39.467,7	27,5
1985-86	11.358,3		27.932,9	39.291,2	28,9
1986-87	11.835,6		26.334,0	38.229,6	31,1
1987-88	12.557,0		25.167,6	37.724,0	33,5

Unités: millions d'hl.
Source: D.G.I.

valeur de 919% en 1987 et de 937% en 1988. **Les termes de l'échange sont donc très favorables** à la France dans son commerce extérieur vinicole, grâce aux VQPRD qui, en 1987-88, sont payés en moyenne à l'exportation 2.534 francs l'hectolitre (contre 496 pour les autres vins).

3.3. Dynamique des échanges vinicoles

3.3.1. Les importations

Les importations sont retracées par campagne dans le **graphique V**. Jusqu'en 1969, l'Algérie réalisait la quasi-totalité de ces importations, portant sur des vins de coupage appelés vins «médecins». A partir de 1970, date de la naissance du Marché Commun vinicole, la place de l'Algérie a été prise par l'Italie, non sans quelques soubresauts, alors que nos achats de vins «médecins» poursuivaient leur régression amorcée depuis l'indépendance algérienne en 1962. Le déclin de la consommation de vins de table et les progrès qualitatifs de notre viticulture produisant des vins ont réduit les besoins de vins étrangers pour les coupages. Les importations ont alors parfois répondu à un objectif spéculatif.

Selon nos viticulteurs, c'est un tel objectif qui explique le regain actuel de nos achats à l'Italie. Observons que nos importations de vins d'Appellation (du Maghreb notamment) satisfont à un certain désir de diversification de la consommation de vins fins.

3.3.2. Les exportations

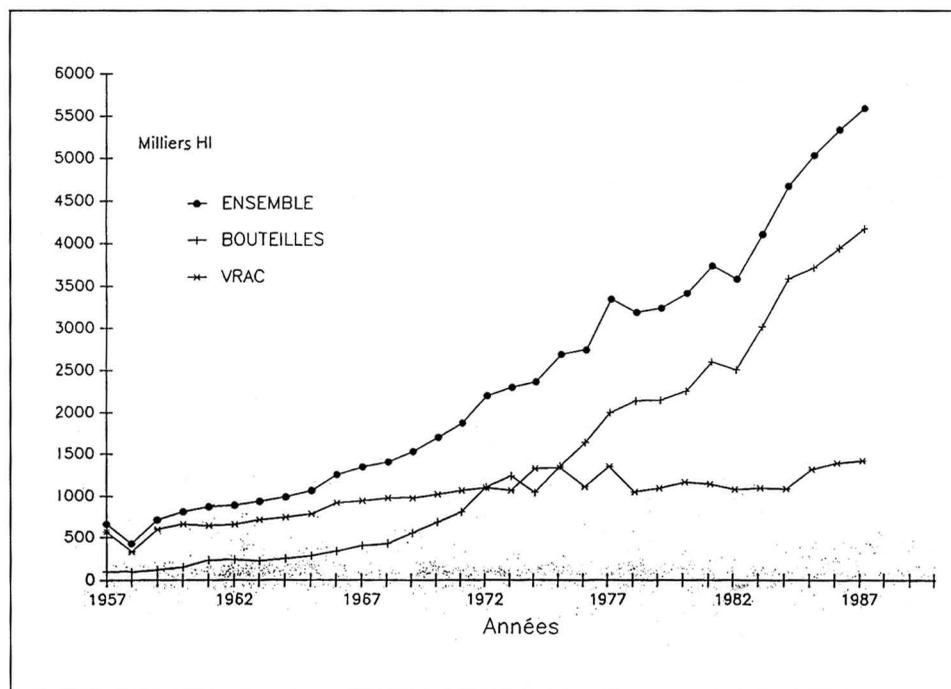
Les **graphiques 5 et 6** montrent la rapide croissance de celles-ci dans le domaine des

vins de table (VDQS inclus) et des vins à AOC. Importateur net en volume dans les années 1960 et au début des années 1970, notre pays est devenu exportateur net dans les années 1980, et n'a cessé, sur le marché international, d'améliorer sa position excédentaire jusqu'en 1987 (cf. légère baisse dans la campagne 1987-1988», **tableau A5**). On observe que depuis 1975, la progression de nos exportations des vins à AOC s'effectue sur des vins en bouteille — à forte va-

leur ajoutée — alors que, dans le domaine des autres vins, la croissance depuis cette date est imputable plus aux vins en vrac qu'aux vins en bouteille.

3.3.3. Les perspectives

Si l'on considère que, dans des échanges internationaux ne dépassant pas 45 millions d'hectolitres et assez stables, 23 millions d'hectolitres font l'objet d'échanges intra-communautaires, on se rend compte que



Graphique 6 - Exportations: AOC — Source: Douanes. Graphique: D. Boulet, P. Bartoli.

Tableau A6 Exportations françaises de vins.

Categories de vins	Campagne 1986-87 1/9/86-3/8/87		Campagne 1987-88 1/9/87-31/8/88		1987/88-1986/87 en %	
	Volume hl.	Valeur	Volume hl.	Valeur	Volume	Valeur
Vins a AOC: Total	6.033.954	14.756.999	6.523.434	16.672.910	+ 8,1	+ 13,0
Champagnes & autres	654.067	5.310.729	721.988	5.530.799	+ 10,4	+ 4,1
Vins Tranquilles	5.379.887	9.446.270	5.801.436	11.142.111	+ 7,8	- 18,0
Alsace	276.667	458.672	287.479	479.727	+ 3,9	+ 4,6
Anjou	204.519	175.216	222.900	192.909	+ 9,0	+ 10,1
Beaujolais	644.858	1.085.860	717.238	1.143.890	+ 11,2	+ 5,3
Autres Bourgogne	474.325	1.912.625	529.223	2.140.015	+ 11,6	+ 11,9
Bordeaux	1.588.999	3.227.838	1.776.821	4.356.378	+ 11,8	+ 35,0
Côtes du Rhône	671.952	822.731	675.673	856.905	+ 0,5	+ 4,2
Autres	1.518.567	1.763.328	1.592.102	1.972.287	+ 4,8	+ 11,9
VDQS Total	129.257	117.869	95.028	100.504	- 26,5	- 14,7
Autres vins: Total	7.023.511	3.277.533	6.393.172	3.172.154	- 9,0	- 3,2
Vins Mousseux de table	278.077	323.588	305.642	337.841	+ 9,9	+ 4,4
Vins tranquilles de table	6.132.037	2.651.731	5.438.521	2.529.796	- 11,3	- 4,6
Vins Vinés	574.413	234.621	603.724	229.129	+ 5,1	- 2,3
VDL et Mistelles	38.984	67.593	45.285	75.388	+ 16,2	+ 11,5
Total Vins	13.186.362	18.152.401	13.011.634	19.945.568	- 1,3	+ 9,9

Unités: hl., Millions de francs.
Source: CFCE.

c'est à l'intérieur de la CEE que les pays gros producteurs d'Europe du Sud-Ouest trouvent la plus grande part de leurs débouchés. Quelles pourraient être les perspectives de la France dans les échanges intra-communautaires et extra-communautaires?

1) **Les échanges intra-communautaires** sont destinés à:

a) *L'approvisionnement des pays déficitaires et non producteurs*, dont les besoins se situent autour de 22 millions d'hectolitres. Le montant souvent élevé des droits d'accises dans certains pays fait obstacle à la progression de nos exportations vers ces pays, et nous replace en concurrence sur leur marché avec les pays tiers qui acquittent des droits de douane faibles par rapport aux accises.

La concurrence entre exportateurs est donc vive dans ces pays.

b) *La fourniture de vins de base* pour l'élaboration de brandies et de mousseux, qui nous permettent d'écouler quelques centaines de milliers d'hectolitres de ces produits, sans espérer accroître rapidement notre part de marché.

c) *La fourniture de vins de coupage* par les régions Sud d'Italie et d'Espagne notamment, dont le besoin se fait de moins en moins sentir (actuellement quelque 3 à 4 millions d'hectolitres).

d) *Les échanges entre pays de la CEE de vins typés* produits dans un seul pays. Ces échanges concernent, pour la France, 200.000 à 300.000 hectolitres; actuellement, elle est importatrice de petits volumes de tels vins (cf. **tableau A7**).

Au total, le marché interne de la CEE offre actuellement des perspectives favorables dans les pays non producteurs ou déficitaires dans lesquels la consommation croît encore.

Mais la concurrence est vive et la lente croissance de la demande est loin de compenser la baisse de consommation interne dans les pays gros producteurs.

2) **Les échanges avec les pays tiers.** Les besoins d'importation de ceux-ci représentent un peu moins de 20 millions d'hectolitres, et les pays de la CEE sont déjà d'importants fournisseurs de certains d'entre eux.

Comme la consommation paraît stabilisée dans certains pays gros importateurs (USA, URSS) où elle progressait jusqu'à ces dernières années, nos parts de marchés à l'importation dans ces pays doivent d'abord être maintenues, puis si possible accrues, dans un contexte concurrentiel dans lequel le néo-protectionnisme (exigences croissantes dans la composition des produits, les conditions de paiement, les délais de livraison...) n'est pas absent (?).

Comme certains pays de l'Est européen sont aussi excédentaires, ils approvisionnent naturellement leurs voisins déficitaires (dont

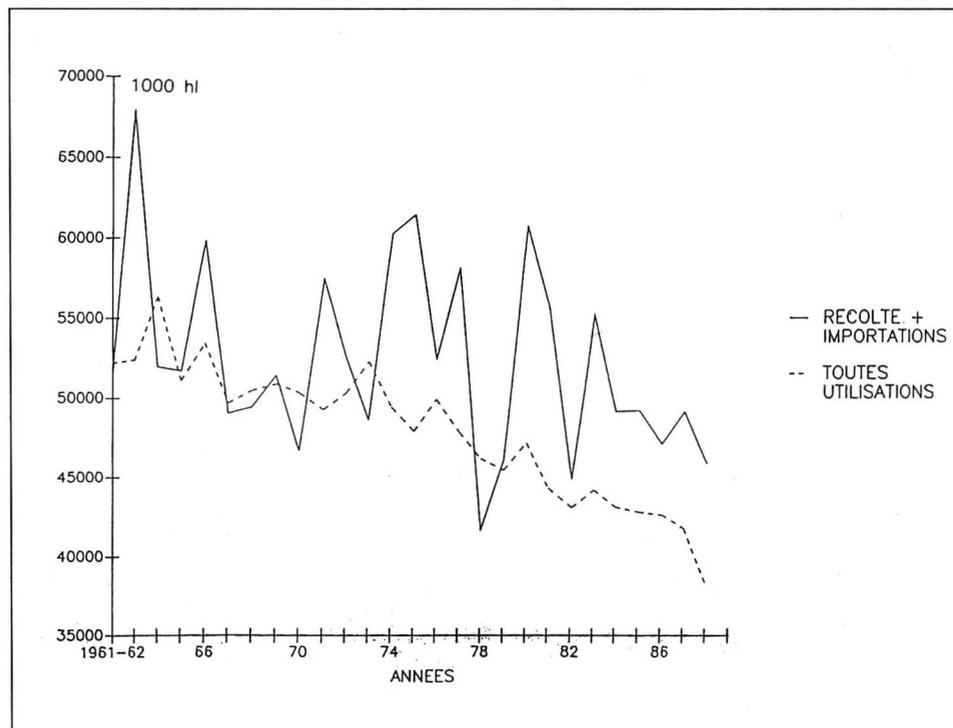
l'URSS), comme cherchent à le faire les pays viticoles sud-américains face aux besoins des USA.

Concluons que la stabilisation actuelle de nos exportations peut s'expliquer dans un contexte concurrentiel où s'affrontent quatre pays excédentaires désirant au pire maintenir ou au mieux accroître leurs échanges extérieurs, et qui accumulent des excédents

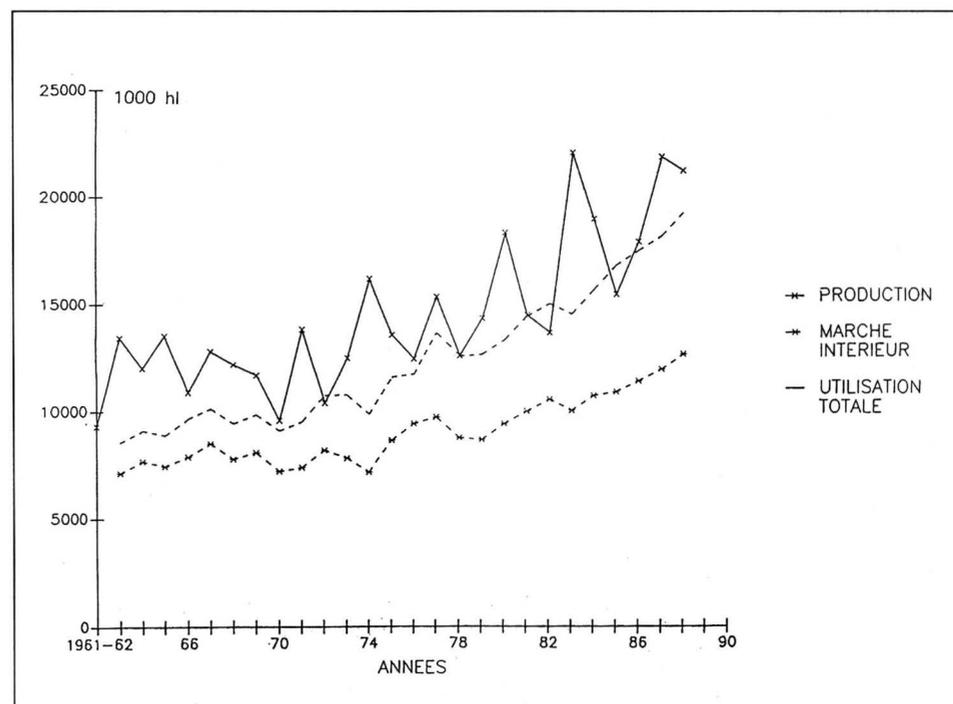
malgré la régulation des marchés, que nous analysons maintenant.

4. Le déséquilibre et la régulation du marché

Le **tableau 2** et le **graphique 1** nous montrent qu'en 1987-88, l'équilibre du marché



Graphique 7 - Tendances du marché des vins de table — Source: DGI. Graphique: D. Boulet, P. Bartoli.



Graphique 8 - Tendances du marché des vins fins (AOC + VDQS) — Source: DGI. Graphique: D. Boulet, P. Bartoli.

(?) Au sujet des entraves à la liberté des échanges, voir les exposés de Mme M. Darrigo et J. Dubos au Symposium International de Benevento (juin 1986).

n'a pu se réaliser (on a dû distiller 13,8 millions d'hl.). En fait, l'équilibre sur la période longue qui apparaît dans le **tableau 1** (pas d'accroissement cumulé du stock à la propriété) est dû à une majoration artificielle des achats du commerce (quantités de vins sorties des chais) du fait de l'accroissement de la distillation enregistré dans le poste: demande des industriels du **tableau A2**, qui cumule la demande «normale» et celle qui provient de distillations de soutien. Les **graphiques 7** pour les vins de table et **8** pour les VQPRD montrent l'évolution de l'offre du vin (production + importations) et de la demande «normale» (utilisations hors distillation communautaire). Comment et dans quelle mesure la régulation de l'offre permet-elle un équilibre offre-demande à un niveau de prix rémunérateur pour les producteurs?

4.1. Régulation du marché des vins de table

Le **graphique 7** révèle, depuis 1970 et surtout 1980, un déséquilibre chronique du marché. Dans ce cas, le stockage régulateur, mesure conjoncturelle adaptée à un marché équilibré, ne suffit pas; il faut éliminer une partie de l'offre lorsque ce marché connaît des déséquilibres croissants et de même sens. La distillation est, faute de mieux, le moyen utilisé. Laissée après 1970 à l'initiative des viticulteurs (distillation préventive, de bonne fin des contrats de stockage, exceptionnelle) dans l'esprit du traité de Rome, elle leur est maintenant en partie imposée. La distillation obligatoire marque le retour au dirigisme: la CEE répartit la charge de distillation par pays et chaque pays publie sa propre grille des impositions individuelles. De plus, le prix des vins distillés est peu incitatif et fonction décroissante du volume global de vins à distiller.

Ces mesures de régulation conjoncturelle, coûteuses, intervenant presque annuellement, ne sont qu'un palliatif, car la régulation vise ici le produit alors que c'est le potentiel productif (trop fort) qu'il faudrait réduire par une mesure structurelle.

Celle-ci a été mise en place par des directives organisant l'arrachage volontaire assorti d'une prime. Mais celle-ci n'a sans doute pas été assez incitative au début pour ramener le potentiel productif au niveau des besoins. Les directives qui sont appliquées actuellement devraient être plus efficaces, car elles prévoient des primes incitatives croissant avec le potentiel viticole et plus élevées, qui arrivent au niveau de la valeur résiduelle d'une vigne de 10 ans (dont le coût de constitution, voisin de 90.000 francs, serait amorti sur 35 ans). Ainsi peut-on espérer voir arracher des vignes jeunes dans les secteurs productifs où le vin est réputé médiocre. Mais les arrachages, toujours soumis à l'initiative individuelle, ne peuvent pas être rationalisés comme si on avait créé à l'image du dispositif concernant la restructuration des zones où les opérations auraient été obligatoires et bien indemnisées.

La CEE n'a pas pu recourir à une telle mesure qui serait apparue autoritaire et discriminatoire. Elle a d'ailleurs renoncé à une autre mesure dirigiste: la réduction systématique de l'aire vinicole recréée après un arrachage technique (sans prime).

Les mesures structurelles ci-dessus n'ont pas encore permis de rééquilibrer durablement le marché (cf. Travaux de P. Bartoli).

Institutionnellement, le secteur des vins

mités Régionaux ont une constitution interprofessionnelle. Grâce à cette formule juridique, l'INAO, doté d'une Direction et d'un corps d'inspecteurs, propose les règles régissant chaque Appellation, contrôle le vignoble et les plants, et défend les Appellations en justice. Il bénéficie donc d'une grande autonomie dans l'organisation de la production.

Les organismes interprofessionnels, fon-

Tableau A7 Importations de vins et moûts dans les campagnes 1986-87 et 1987-88.

	1986-1987	1987-88	Variation en %
Vins de table d'Italie	3.291.000	3.818.199	- 16,0
Vins de table des autres pays étrangers	304.200	281.150	- 7,6
	3.595.200	4.099.249	+ 14,0
Vins d'appellation d'Italie	85.500	82.991	- 3,0
Vins d'appellation des autres pays étrangers	455.500	408.850	- 10,2
	541.000	491.841	- 9,1
Total vins	4.136.200	4.591.090	+ 11,0

Unité: hl.
Sources: J.O. Douane, Onivins.

de table est géré par un établissement public industriel et commercial (EPIC) contrôlé par l'Etat mais dont le Conseil a une constitution interprofessionnelle. Il contrôle le vignoble et les plants, suit l'évolution du marché et distribue les primes et les aides, servant ainsi de relais entre la CEE et le Ministère français qui les financent et la viticulture qui les reçoit. Une Association interprofessionnelle a été créée selon la loi de 1975, mais elle n'a pas toujours pu soumettre aux Pouvoirs Publics un accord de campagne sur les conditions de mise en marché. Elle gère un fonds de promotion alimenté par une taxe parafiscale.

4.2. Régulation du marché des VQPRD

Ce marché paraît mieux équilibré que celui des vins de table (**Graphique 8**), mais un surstockage est apparu depuis quelques années à la suite d'abondantes récoltes successives.

Est-ce là la sanction «naturelle» d'un certain assouplissement — demandé par les viticulteurs — des normes et contraintes qui leur sont imposées? Ces normes (limitation des rendements, de l'encépagement, des pratiques culturales et oenologiques) visent à préserver la qualité des vins, à valoriser une rente d'appellation sur de bons terroirs dont la délimitation constitue un obstacle — justifié par le souci de qualité — à l'accès de nouveaux viticulteurs au bénéfice de l'Appellation.

Pour les vins à Appellation d'origine contrôlée (AOC), la production est organisée par l'Institut National des Appellations d'Origine Contrôlée des vins et eaux-de-vie (INAO), Etablissement public contrôlé par l'Etat, mais dont le Comité National et les huit Co-

tionnant conformément à la loi de 1975 ou ayant conservé leurs règles juridiques antérieures, regroupent des viticulteurs et des commerçants dans chaque cru important. Pour organiser chaque campagne, ils proposent à l'homologation de la Puissance Publique des mesures qui, approuvées par celle-ci, s'imposent à tous les viticulteurs du cru. Ce sont donc les interprofessions qui organisent la régulation conjoncturelle du marché, sous contrôle public, alors que l'INAO peut prendre ou faire prendre des mesures structurelles à incidence économique (extension d'un vignoble d'appellation, modification des rendements de base ou de l'encépagement).

Pour assurer la cohérence de l'ensemble des mesures prises, la concertation entre ces organismes devrait être permanente, même si elle est laissée à leur initiative.

Quoi qu'il en soit, il semble qu'un marché vinicole — de vins de table ou de crus — doive être réglé pour maintenir un niveau suffisant de revenu pour la plus grande part des viticulteurs concernés.

Vu les rapports de force sur les marchés (cf. *supra*), leur régulation s'effectue grâce à l'intervention de la Puissance Publique (vins de table) ou sous son contrôle (VQPRD). On peut s'interroger sur la force montante de grandes firmes acheteuses face à une viticulture constituée de petites unités, regroupées, il est vrai, dans des coopératives et des Groupements de producteurs.

Ne va-t-elle pas peser sur le niveau des prix des vins de table à la faveur d'un désengagement budgétaire partiel de la CEE et sur les termes du partage des rentes d'Appellation, si l'atténuation de la sévérité dans la définition et le contrôle des normes ou des pratiques viti-vinicoles menace les situations les «plus fragiles»? ●