



ÉDITO

PAR JEAN-MARIE BARILLÈRE,
PRÉSIDENT DU CNIV

Les chiffres des exportations 2016, communiqués le mois dernier par la FEVS, confirment les enseignements de notre grande étude sur les facteurs de compétitivité : la France demeure le premier exportateur mondial de vins et eaux-de-vie de vin. Elle est, certes, en pole position sur le très haut de gamme, mais elle résiste moins bien aux assauts de la concurrence sur le cœur de gamme. Plusieurs facteurs sont en cause, et parmi eux, le manque d'adaptation des produits aux marchés, malgré la très grande diversité des produits de notre filière.

Pour autant, il ne s'agit pas de remettre en cause notre modèle AOP et IGP. Bien au contraire. Mais nous devons redonner à ce modèle le dynamisme qui l'a toujours caractérisé et non le figer. Là encore, l'étude des filières concurrentes le montre : l'exemple italien nous prouve qu'il est possible de s'adapter à la nouvelle donne mondiale, avec les contraintes que le cadre européen nous impose, mais aussi avec les aides qu'il nous apporte. A nous de jouer. ■

L'ACTUALITÉ DU CNIV

Budgets publics : une hausse en trompe-l'oeil

En 2017 comme en 2016, l'essentiel des soutiens publics à la promotion des produits vitivinicoles vient de l'Europe. En France, les budgets stagnent ou régressent.

Quels sont les **budgets publics** utilisables par la filière vitivinicole en 2017 ? Cette année, comme les années précédentes, c'est de l'Union européenne que provient la plus grosse partie des fonds : **l'enveloppe nationale viticole** 2016/2017 s'élève à 280,5 M€ au total, dont 50 M€ pour la promotion. L'enveloppe n'ayant pas été épuisée lors de l'appel à projets d'octobre 2016, un autre appel à projets devrait être organisé.

Des aides sont également accessibles via **le règlement « horizontal »** de promotion des produits agricoles n°1144/2014 (la date limite de dépôt des dossiers pour l'appel à projets en cours est fixée au 20 avril 2017). Depuis la suppression du Fonds viticole, les aides à la promotion sont exclusivement **d'origine européenne**.

L'ÉROSION SE POURSUIT

Pour les **crédits français**, malgré un budget du Ministère de l'agriculture en hausse par rapport à 2016, à **5,2 milliards d'euros** (+ 700 M€ dont 480 M€ servent à financer une réduction de cotisations sociales des agriculteurs), les lignes dont la filière vitivinicole française pourrait bénéficier n'augmentent pas, voire **se réduisent**, même s'il est difficile d'obtenir des éléments concernant l'affectation précise des budgets. La dotation d'**Atout France** est de 33,08 M€ en 2017 contre 33,35 M€ en 2016 et celle de **Business France** se réduit à 104,1 M€ contre 107,7 M€ en 2016. Le budget de fonctionnement de **FranceAgriMer** est reconduit à hauteur de 94,6 M€. L'enveloppe **Casdar**, quant à elle, est en baisse en 2017, à cause de la mauvaise année agricole 2016. La répercussion annoncée sur les **dotations** des Instituts (dont l'IFV) **atteint -5%** et -30 à -40 % sur les appels à projets Casdar et France Agrimer. De plus, une interrogation subsiste à moyen terme : **le retour spécifique** vers la filière viticole sera-t-il toujours garanti face à de possibles transferts de charges ?

Pour compléter ce tour d'horizon, soulignons qu'il convient d'ajouter les budgets agricoles des **Régions** et les aides du **deuxième pilier** de la Pac (Feader). ■

Quels vins trouve-t-on dans le e-commerce ?

Plutôt du vin tranquille rouge, en bouteille de 75 cl, entre 10 et 25 € : tel est le portrait robot du vin vendu sur Internet. Néanmoins, pure-players, cavistes ou sites généralistes ont chacun leurs spécificités.

Après une première étude du secteur du e-commerce mutualisée au sein du CNIV, les interprofessions vitivinicoles ont souhaité mieux connaître les **références de vins français** proposées par les sites de vente. Une **centaine de sites marchands** ont été sélectionnés, parmi les plus représentatifs en chiffre d'affaires et en fonction de leur modèle économique. Leur offre a ensuite été relevée par CHD expert. Les sites de vignerons et négociants ont été exclus de cette analyse, ainsi que les sites de ventes privées et ceux proposant des box, dont le modèle repose sur des offres temporaires.

TROIS JOURS DE LIVRAISON EN MOYENNE

Les trois-quarts des sites étudiés mettent en avant le **produit lui-même**, 13 % misent sur les **promotions** (type C-discount), 7 % présentent les vins selon le **mode de production**. Seuls 4 % mettent en avant les **producteurs**. 2 % offrent avant tout un **service** (stockage du vin en cave, par exemple). Le délai moyen de livraison est de **trois jours**, pour un coût moyen de 9,6 €. Un tiers des sites a mis en place un programme de **fidélisation** : parrainage, points cumulés, réduction, livraison gratuite sont les méthodes les plus fréquentes.

Pour décrire les vins, les trois principales clés d'accès utilisées sont le **type de vin**, le **vignoble et la couleur**. Le consommateur, quant à lui, peut restreindre la sélection affichée en utilisant des **filtres de prix, de couleur et de millésime** pour les plus

courants. Il peut également utiliser des critères de tri pour ordonner la sélection, dont les trois principaux sont : le prix, le nom et la présence en stock.

LE POIDS DES GRANDS CRUS

Au total, 74 406 références ont été analysées. Sur cet échantillon, **neuf bouteilles sur dix** sont des **vins tranquilles** et **six sur dix** sont des **vins rouges**. La bouteille de 75 cl est de loin le format le plus proposé, avec 76 % des références. Mais le e-commerce mise aussi sur les bouteilles **grand format** (12 % de l'offre). Le Bib®, en revanche, est **peu présent** (moins de 1 %). Pour les bouteilles de 75 cl, les prix des vins proposés sur Internet au moment de l'étude variaient de **1,43 € à plus de 30 000 €/col**. La tranche de prix de 10 à 25 € est la plus représentée avec 29 % de l'offre. Plus d'un quart de l'offre est positionnée à **plus de 75 €/col**. Le prix médian se situe à 32 €.

Cette répartition souligne le poids des grands crus bordelais et premiers crus bourguignons dans l'offre disponible par e-commerce. **Bordeaux et Bourgogne** sont les deux régions quasi-systématiquement présentes sur les sites de e-commerce. Les communales du Médoc (Pauillac, Margaux, Saint-Julien...) représentent à elles seules 19 % de l'offre. A contrario, Savoie et Corse sont proposées par un site sur deux. **Le Champagne** compose la majeure partie de l'offre des vins effervescents.

LES PURE-PLAYERS PLUTÔT ORIENTÉS VERS LE HAUT DE GAMME

L'étude met en évidence des spécificités de l'offre en fonction du modèle économique des acteurs de e-commerce. Les **sites non spécialisés** (qui distribuent également d'autres produits que le vin) proposent **davantage de vins effervescents et rosés** que leurs concurrents pure-players et cavistes cross-canal. En revanche, ils présentent moins fréquemment des vins doux naturels ou des vins blancs doux. Les sites **pure-players** sont plus fréquemment orientés vers le **haut de gamme** (prix médian à 34,80 €/col), tandis que les non spécialisés proposent des vins moins chers (16,00 € de prix médian). ■

Répartition de l'offre e-commerce par tranches de prix (€/col de 75 cl)



LA TRANCHE DE PRIX DE 10 À 25 €/COL EST LA PLUS REPRÉSENTÉE, AVEC 29 % DE L'OFFRE (ANALYSE RÉALISÉE SUR 53 678 RÉFÉRENCES DE BOUTEILLES DE 75 CL).

GROS PLAN SUR LES QUATRE PLUS GROS ACTEURS

Deux pure-players (Millesima et Millésimes), un caviste cross-canal (Vins grands crus) et un non spécialisé (Cdiscount) sont les quatre sites proposant le plus grand nombre de références de vin en 2016.

Ces poids-lourds expliquent et reflètent à la fois les tendances observées sur l'échantillon de l'étude :

- avec 2 423 références, **cdiscout.com** propose l'offre la plus diversifiée par rapport aux trois autres acteurs, avec plus d'effervescents et de rosés.
- **vinsgrands crus.fr** est positionné sur le très haut de gamme, avec un prix médian à 126,00 € la bouteille de 75 cl, de même que **millesimes.com** (97,20 €/col).
- Avec plus de 9 000 références, **millesima.fr** est le site proposant l'offre la plus conséquente, avec un prix médian à 47,08 €/col.



Les programmes agricoles des candidats

L'agriculture fait partie des sujets abordés par les candidats à l'élection présidentielle. Mais peu se sont penchés sur la viticulture en particulier. Passage en revue.

Il faut bien éplucher les programmes des candidats à la présidentielle pour trouver une indication de ce qu'ils promettent **pour notre filière**, mis à part François Fillon et Emmanuel Macron. Une vision peut toutefois émerger d'après les grandes lignes de leurs programmes agricoles. Ainsi, sur le thème du **commerce international**, deux groupes de candidats s'opposent : les libéraux et les autres.

NÉGOCIER AVEC LES ETATS-UNIS ET LA CHINE

Du côté des libéraux, **François Fillon** (LR) promet de soutenir politiquement la conquête de marchés dans les pays tiers, en Chine, aux Etats Unis, par des **négo-ciations bilatérales d'accords douaniers** favorables aux produits français. Il veut également défendre les indications géographiques dans les accords internationaux. Sur le marché intérieur, il est favorable à une campagne de **communication positive sur la modération**, notamment en direction des jeunes. Le développement des exportations est aussi avancé comme une priorité par **Emmanuel Macron** (En Marche) qui veut notamment **négo-cier des accords** entre l'Union européenne et la Chine, le Japon et les Etats-Unis. Dans une interview, il a déclaré que s'il était élu, sa première mesure serait d'œuvrer pour le **maintien de l'architecture actuelle de l'OCM** au niveau européen (i.e. maintien des enveloppes nationales, notamment pour la promotion).



© photos : D. Franjus-Guigues/CNIV

DÉVELOPPER LES CIRCUITS-COURTS

Plusieurs candidats sont, en revanche, opposés aux traités de libre-échange. C'est le cas de **Benoît Hamon** (PS), désormais allié avec Yannick Jadot (EELV). La mesure phare de son programme agricole est le développement de l'agro-écologie. Il n'a pas annoncé de mesures spécifiquement viticoles, mais sur le volet des échanges internationaux, il projette **l'arrêt de l'application du Ceta** (traité avec le Canada) et la fin des négociations avec les Etats-Unis (Tafta) et sur les services (Tisa). Interrogé par Vitisphère, il détaille son souhait de défendre les IG et de **promouvoir la responsabilisation** plutôt que l'interdit pour lutter contre les effets néfastes de l'alcool.

Le refus des traités de libre-échange est aussi une mesure brandie par **Marine Le Pen** (FN), qui, en contrepartie, veut développer les circuits courts. Elle souhaite toutefois « promouvoir les exportations agricoles, en soutenant les labels de qualité ». Sur le marché intérieur, elle promet de **renationaliser la politique agricole** et d'appliquer « le patriotisme économique » aux produits agricoles français au travers de la commande publique. Sur le volet de la santé publique, elle dit **préférer la prévention à la taxation**. L'arrêt des négociations du Tafta et le refus du Ceta sont mis en avant par **Jean-Luc Mélenchon** (FdG) qui souhaite le développement d'**accords de coopération entre Etats**. En France, son projet est d'instaurer une agriculture **100 % écologique** et de favoriser les circuits courts. ■

ET « LES PETITS » ?

Nicolas Dupont-Aignan (Debout la France) et Nathalie Arthaud (Lutte ouvrière) ont obtenu leurs parrainages et peuvent donc se présenter à l'élection présidentielle. Si Nicolas Dupont-Aignan propose dix mesures pour sauver l'agriculture

(dont le refus du Tafta), il ne dit rien sur la viticulture. Interrogé par Vitisphère, il a indiqué vouloir défendre la spécificité du vin au niveau européen, mener une politique de santé publique contre les abus et non contre la consommation modérée. Rien

non plus dans le programme de la candidate « du camp des travailleurs ». Nathalie Arthaud a toutefois déclaré se préoccuper des intérêts des ouvriers viticoles et des petits viticulteurs par rapport à ceux des « capitalistes de la viticulture ».



© photo : @VUANO-ConseilVinsAlsace

Un programme transfrontalier pour le vignoble alsacien

InvaProtect vise à trouver une protection durable de la vigne et des vergers contre les bioagresseurs invasifs. Le Civa participe à deux volets de ce projet : l'enroulement et la flavescence dorée.

Parce que les maladies et les ravageurs ne connaissent pas les frontières, de nombreux partenaires en **Alsace, Allemagne et Suisse** ont décidé de mettre sur pied un projet transfrontalier contre les bioagresseurs invasifs : InvaProtect. Son objectif ? Apporter des moyens de protection efficaces et durables contre **le virus de l'enroulement, la flavescence dorée (FD)** et la mouche **Drosophila suzukii**. Les responsables du Civa (Conseil interprofessionnel des vins d'Alsace) ont souhaité associer l'interprofession à ce

travail, notamment sur les questions en lien avec le **matériel végétal**.

Le Civa a ainsi mis en place une **surveillance renforcée** dans les vignes-mères de greffons (une quarantaine d'hectares) et dans un périmètre de 1 km autour de ces parcelles. La présence de **vecteurs** (cochenilles et cicadelle de la FD) et de **symptômes** sur les pieds est recherchée. Une **analyse de filière** a aussi débuté, de la récolte des greffons à la plantation en passant par la pépinière, afin de repérer les éventuelles étapes critiques et de rechercher des actions correctives.

FORMALISER LE TRAVAIL COLLABORATIF

En 2016, première année du programme, **aucun cas** de flavescence dorée n'a été repéré en Alsace, par contre, le vecteur, jusqu'alors absent du vignoble, a été pour la première fois formellement identifié. La présence de **cochenilles** et de pieds **porteurs d'enroulement** autour des vignes-mères a été confirmée. Il va s'agir maintenant d'étudier la vitesse de transmission de la maladie, afin de se préparer à trouver d'autres surfaces de vignes-mères, si nécessaire.

L'intérêt d'un programme Interreg est qu'il permet de **mobiliser des financements** et de **formaliser le travail collaboratif** entre des régions de différents pays. Les échanges peuvent, par exemple, permettre de mieux connaître les réglementations nationales respectives et d'ainsi, mieux estimer les **risques liés aux échanges** transfrontaliers. ■

AGENDA

13/04

Réunion des directeurs

20/04

Conseil exécutif du CNIV

21/04

Commission études et suivi des produits

NEWS

Concurrence : le débat avance

La commission agriculture du Parlement européen a saisi l'occasion de la préparation du règlement « omnibus », pour proposer des positionnements forts sur la concurrence, via le rapport parlementaire du député Paolo de Castro. Si la Commission est réticente, le débat va maintenant se porter entre les différents Etats membres, dont le positionnement sera à suivre. Le règlement omnibus, qui révisé le cadre financier pluriannuel de l'Union, doit être adopté en 2018.

EN BREF

L'Europe se penche sur ses interprofessions

La Commission européenne a commandé une étude sur les interprofessions en agriculture. Ses résultats ont été présentés le 24 mars à Bruxelles.

Le CNIV y était.

Alors que la réglementation européenne a introduit la possibilité pour tout les Etats membres de l'Union de **créer des interprofessions** dans le domaine agricole, via la Politique agricole commune, la Commission a souhaité faire un point sur la mise en œuvre pratique **dans les différents pays européens**. La Commission européenne semble, en effet, de plus en plus convaincue du **rôle positif** que peuvent jouer les interprofessions. Une étude a été confiée au cabinet Arcadia et à l'Université de Wageningen. Elle **décrit les législations** nationales applicables aux interprofessions, **fait l'inventaire** des interprofessions existantes et **détaille cinq cas pratiques**. Ses résultats viennent d'être présentés à une centaine de personnes, dont des représentants du CNIV, lors d'une journée-débat sur « **le rôle des interprofessions dans la chaîne alimentaire** ». Nous reviendrons en détail sur ses enseignements dans notre prochain numéro. ■