

RELEVÉ DE DÉCISIONS
CONSEIL EXÉCUTIF DU CNIV
20 JUILLET 2017

Présents : BARILLERE Jean-Marie (CNIV) – BARRIAT Paul-André (IVBD) – BERNARD Michel (CNIV) – BOURGEADE Jean (InterBeaujolais) – BOVA Fabien (CIVB) – CARRERE Michel (IVSO) - DE LARQUIER Jean-Bernard (BNIC) – DUTOUR Jean-Martin (InterLoire) - EYMARD Brice (CIVP) – FLOCH Claire (Pineau des Charentes) - HAUSHALTER Georges (CIVB) – ORION Philippe (CIVDL) – PERRIN Vincent (CIVC) – RIOU Christophe (CNIV) - ROUMET Benoît (BIVC) – SALIES Jean-Louis (CIVR) - AGOSTINI Jérôme (CNIV) – FRANJUS-GUIGUES Dorothée (CNIV) – CHANEL Floriane (CNIV)

Le Conseil Exécutif démarre exceptionnellement par la présentation d'une étude d'Abso Conseil représenté par Grégoire Machenaud, en collaboration avec EY et Allison Bonnett, sur la segmentation prix des boissons alcoolisées sur le Royaume-Uni, l'Allemagne et la Belgique.

Dans un premier temps, est exposée la méthodologie appliquée à l'étude. Pour chacun des marchés, décrits comme matures et historiques, un constat général sera fait, suivi d'une vision quantitative puis qualitative. Enfin, le positionnement des vins français sera validé pour dégager des axes de travail.

Sur le marché du Royaume Uni, les volumes de vin vendus en Grande Distribution (GD) sont à la baisse, alors que ceux en circuit cavistes progressent. Les autres circuits apparaissent stables.

En GD, les vins français dominent sur les tranches de prix élevés, mais sont peu présents sur les cœurs de marché et entrées de gamme. A noter la force du Pinot Grigio italien et du Sauvignon blanc néo-zélandais sur les tranches fortes de vin tranquille blanc. Sur les hauts de gamme, le nombre de référence ne varie pas mais l'on fait appel à moins de fournisseurs. Sur le circuit 'off-line', le prix moyen est plus élevé qu'en magasin. Alison Bonnett précise la particularité de l'offre française, catégorisée par région en GD.

Plusieurs membres du Conseil Exécutif relèvent la justesse de l'étude commandée et la conformité des résultats par rapport aux attentes. Des questions se posent sur le positionnement de la France sur le cœur de marché.

Sur le marché allemand, les tendances sont à la hausse en GD et à la baisse sur le circuit caviste. Les autres circuits sont stables. La segmentation des vins tranquilles rouges sur le circuit Hard Discount (HD) suscite de vives réactions : 68% de l'offre est dans une tranche de prix inférieure à 2,5€ par bouteille. Est mis en lumière la nouveauté de la présence forte de vins allemands ; est expliqué qu'une vente directe a dû exister et basculer dans les circuits généraux tels que la GD. Est relevé la faiblesse de l'offre de vin du nouveau monde par rapport au Royaume-Uni.

Les réactions se concentrent vers la forte concurrence au sein du marché. Les vins français ont des parts de marché significatives, mais non majoritaires. Est mis en avant la capacité exportatrice de l'Allemagne, notamment par l'achat de vin en vrac et sa revente.

Le marché belge apparaît comme un marché stratégique. La segmentation est assez proche de la segmentation française. Le circuit Café, Hôtel, Restauration (CHR) est un marché clé : il existe un réseau d'établissements important avec deux entreprises majoritaires pour y entrer, à savoir Cinoco et De Coninck.

L'offre française est majoritaire, mais atomisée. Les consommateurs considèrent qu'il y a un écart de qualité par rapport au prix.

Sur les vins effervescents, le cava n'est pas très challengé, ce qui ouvre une perspective de progression pour les vins effervescents français, au même niveau de prix.

Sur les trois marchés, la bière est la boisson alcoolisée la plus consommée et souvent préférée au vin. L'offre est de plus en plus travaillée, avec notamment des cartes très évoluées dans le circuit CHR.

A la fin de la présentation, la question est posée de l'utilisation de cette étude. Les Interprofessions ont effectivement un rôle de diffusion de l'information, mais il faut aussi se demander ce qu'en font effectivement les entreprises, et quelles actions en découlent. Il est rappelé à cette occasion que cette étude doit se lire en cohérence avec les monographies.

Il est proposé que la partie qualitative de l'étude aide à nourrir le travail en cours sur la valeur ajoutée France, mais aussi sur les coopérations possibles entre régions, voire entre entreprises.

L'attention de FranceAgriMer, présent en séance, est attirée sur la communication de l'étude en particulier vis-à-vis de ceux qui ne la financent pas. Il est rappelé que si FranceAgriMer, du fait des règles de financement public, est contraint de diffuser les résultats des études qu'il paie, il est en revanche acquis que cette diffusion se limite à des informations globales, et que ce sont les Interprofessions qui donnent les éléments plus en détail et par régions.

Cette étude sera transmise aux Interprofessions à la rentrée de septembre afin qu'elle puisse être prise en compte dans l'élaboration des stratégies. Elle démontre l'évidence d'un besoin d'apport collectif, voire de synergie.

1. Etats Généraux de l'Alimentation

La grande réunion formelle sur les Etats Généraux de l'Alimentation, en présence de ministres, a lieu le même jour que le présent Conseil Exécutif.

Une réunion des différents Présidents des organisations nationales représentant la filière viticole a eu lieu deux jours avant en vue de la rédaction d'un document commun faisant état de messages partagés :

- La préservation du revenu des producteurs
Le nombre d'acheteurs mis en face du nombre de producteurs nécessite que le rapport de force soit encadré et équilibré.
- Les relations avec la grande distribution
Les négociations doivent être équilibrées.

- L'utilisation des Appellations d'Origine et des Indications Géographiques comme produits d'appels
- Le renforcement de la viticulture durable.

Il a été conclu, d'une part, que pour être véritablement efficaces, il ne fallait pas multiplier les axes de travail, et que d'autre part, ils pouvaient ainsi être réunis en trois axes prioritaires : 1. L'équilibre dans les négociations 2. L'utilisation des produits sous signe d'origine et de qualité et la destruction de valeur 3. La viticulture durable.

Ces Etats Généraux sont, en réalité, une grande action de communication gouvernementale. Néanmoins, il est possible de les utiliser efficacement, au regard des disciplines professionnelles et des choix d'organisation, et de la pratique administrative en matière de concurrence.

Sur la forme, il sera important de savoir ce que le Gouvernement a d'ores et déjà prévu et envisagé, et de connaître le contenu des travaux des groupes en mettant en place un référent.

Un courrier de la filière viticole va être adressé au Ministre afin d'affirmer qu'elle souhaite être représentée en tant que filière.

Concernant plus spécifiquement le rôle des Interprofessions et la procédure d'extension, il y a un chantier sur la contractualisation, le sujet de l'échange d'informations et sa licéité, et plus largement celle de la protection de la chaîne de valeur.

Au Conseil Exécutif de septembre, des éléments concrets et les messages que nous souhaitons faire passer seront rédigés et fournis aux élus.

2. Réunion des Présidents du CLIAA

Il est rappelé au Conseil Exécutif que le niveau d'autonomie des Interprofessions, notamment vis-à-vis de la FNSEA est différente selon les structures et les filières.

Les Présidents des Interprofessions agricoles et agroalimentaires se sont réunis et ont trouvé un accord sur :

- Un socle commun sur tout ce qui touche le fonctionnement interprofessionnel, y compris l'échange d'informations et le rôle de l'Interprofession.
- La légitimité de communiquer des Interprofessions sur leur vision de l'alimentation.
- La nécessité de structurer à Bruxelles une organisation de filière tout produit et européenne du fait du développement des Interprofessions en Europe qui entraîne nécessairement le besoin d'un discours commun auprès des instances du trilogue (Commission, Conseil et Parlement Européens).

3. Point Dépérissement

Le Conseil Exécutif est informé de la tenue d'une réunion du comité mixte de suivi le 29 juin dernier. Il s'agissait d'une réunion des partenaires (INRA, APCA, IFV et FFPV). C'est une étape forte avec un message important de volonté d'engagement et de contribution au plan national.

La régionalisation du plan est également en cours. 29 réseaux de « viticulteurs acteurs » dans 3 régions pilotes ont été mis en place. La diffusion de l'information se fait au travers des Interprofessions. Un web magazine a été lancé, le premier porte sur les Charentes.

Un débat s'ensuit sur les passagers clandestins. Cette question pèse sur l'ensemble des dossiers nationaux, et nécessite l'engagement des organisations professionnelles, et ce d'autant plus que d'autres dossiers sensibles arrivent (viticulture durable, par exemple).

Une proposition est à nouveau formulée qui consiste à utiliser le Conseil de Bassin.

4. Promotion

Le Conseil Exécutif est informé d'une réunion du groupe de travail sur la simplification qui se tenait la veille à FranceAgriMer. A cette occasion, il a été décidé de rédiger ensemble trois guides d'utilisateur qui couvriraient chacune des périodes concernées par les dossiers déposés. Un projet de table des matières a été travaillé, sachant qu'à chaque question la réponse sera double, à savoir côté utilisateur de l'aide, et côté traitement et gestion par FranceAgriMer, conformément à la demande du Cniv et des Interprofessions.

En parallèle, la mission en Espagne demandée par le Conseil Exécutif aura lieu la semaine suivante à l'occasion de laquelle le Cniv rencontrera des entreprises, des coopératives et le conseil régulateur de Rioja afin d'avoir une meilleure connaissance du fonctionnement de la mesure et pouvoir éventuellement en tirer des propositions, en particulier sur le plan de la gestion administrative.

Le Président Barillère informe le Conseil Exécutif qu'une information a été faite en Conseil Spécialisé la veille selon laquelle 30% des dossiers déposés pour l'année 2017 étaient purement et simplement rejetés. Il a été expressément demandé et obtenu que les opérateurs concernés puissent avoir des explications formelles sur les causes de ces rejets.
