

## LA LETTRE DU VIN DE BORDEAUX N°4

La crise du vin, actualité brûlante dont on parle beaucoup, a pris le pas sur les synthèses de mes dernières verticales dans les grands châteaux.

La prochaine Lettre du Vin de Bordeaux, à partir du 10 Février 2005, s'intéressera plus particulièrement aux châteaux PAVIE et YON-FIGEAC à Saint-Emilion et à BRANE-CANTENAC (Margaux) et PICHON LONGUEVILLE BARON(Pauillac) dans le Médoc.  
LA CRISE VITICOLE

La surproduction mondiale et le marché planétaire globalisé ont précipité la France viticole dans une crise sans précédent. Victime de ses structures éclatées (les crus) et d'orientations aveugles productivistes la profession imprévoyante est désemparée. Et c'est paradoxalement à Bordeaux où l'on produit des vins parmi les plus grands, les plus chers et les plus réputés du monde que la crise est la plus douloureuse et a des conséquences dramatiques.

### CRISE VITICOLE MONDIALE

Depuis 20 ans on plante à tour de bras dans le monde, en particulier dans les nouveaux pays viticoles dont la production a doublé en 10 ans: Californie 20 Millions (M) hl, Argentine 15 M, Aus 8 M, AFS 10 M, Chili 6 M. Et celle-ci menace d'augmenter de 50% d'ici 5 ans si on ne met pas en place des mesures d'arrachage! La France reste le leader mondial avec 60 M (en 2000) devant: l'Italie 55 M, l'Espagne 40 M...

### LA CRISE VITICOLE EN FRANCE

La crise viticole en France s'est lentement mais sûrement installée à la faveur d'une conjonction de facteurs historiques, structurels et conjoncturels.

**SURPRODUCTION:** premier pays viticole au monde en qualité et en notoriété, la France culmine aussi en surface plantée: 850000 ha (2003), 100 000 exploitations, 1000 coopératives. La production en 2000 se répartit comme suit: 18 M hl de vin de table, 16 M hl de vin de pays, 26 M hl d'AOC et 0,5 M hl de VDQS. A la demande du consommateur et en vertu des encouragements des pouvoirs publics, la progression des AOC (en surface et en nombre: 400 dont 57 à Bordeaux!) a été fulgurante et anarchique au détriment des VDQS alors que les vins de table subissaient une lente et sûre récession. Par l'effet cumulé de l'absence de gelées notoires depuis 20 ans, d'une sélection de clones plus productifs que qualitatifs, engraisés à l'azote minéral, désherbés chimiquement, surprotégés phytosanitairement et pouvant atteindre des rendements autorisés bien au delà du raisonnable, jusqu'à 70 hl/ha en AOC, des récoltes pléthoriques se sont succédées alimentant à chaque millésime le stock des invendus.

**MEDIOCRITE GLOBALE:** les méthodes productivistes énoncées ci-dessus couplées à des densités de plantation trop basses, pouvant descendre à 2000 pieds/ha pour l'AOC Bordeaux, génèrent des volumes importants, de 10 à 95% selon les AOC, de vins médiocres, parfois franchement mauvais, toujours indignes de leur AOC. Le laxisme de l'INAO et des dirigeants viticoles (syndicats ..) a fait bon ménage avec l'opportunisme de nombreux viticulteurs peu soucieux de porter atteinte au renom de leur marque collective et trouvant de lucratifs débouchés à une époque où la seule mention <<vin de France>> ou <<vin de Bordeaux>> ou <<vin de.., suffisait pour écouler de par le monde d'infâmes bibines.

**ECLATEMENT DES STRUCTURES ET IMPUISSANCE DU GRAND NEGOCE:** la France peut s'enorgueillir de posséder les plus beaux vignobles-jardins du monde, les crus. En revanche elle souffre d'une part de l'éclatement des structures et d'autre part de l'isolement renforcé par l'esprit individualiste des vigneron dans le climat concurrentiel qui préside sur les lieux de production. Ajoutons à cela que peu de négociants en France comme La Baronnie à Bordeaux, Skalli dans le Midi, Grands Chais de France en Alsace, Boisset en Bourgogne..possèdent à la fois une dimension internationale et une forte image pour écouler sur le marché mondial des excédents ne trouvant plus d'issue commerciale sous leurs propres étiquettes, fussent-ils même de qualité acceptable.

**CONCURRENCE INTERNATIONALE:** depuis 10 ans l'Europe viticole (la France en particulier) a perdu son aura et n'est plus le centre de gravité incontournable pour les acheteurs de la planète. Les néoconcommateurs du monde entier lorgnent vers les nouveaux vignobles des pays émergents dont les structures, sauf exception, ne ressemblent en rien à celles de la vieille Europe. En effet les procédures d'élaboration et de distribution ne sont plus divisées à la production mais concentrées en de véritables sites industriels (wineries) qui achètent du raisin (ou du moût concentré!), au plus bas prix, sans se préoccuper de l'origine (tout est permis ou presque!). Dans ces pays où l'on raconte que le terroir est une idée française, même si cette notion élitiste fait son chemin, les vins de terroir (crus) ne représentent qu'une part très faible de la production. Excessivement concentrée, l'industrie du vin compte dans chaque pays viticole du Nouveau Monde 4 à 5 entreprises <<fabriquant>> au total plus de 50% du volume national! Jacobs'creek en Australie est fier de ses 70 M de cols/an et Gallo en Californie affiche 50 M de cols/an. Des millions de bouteilles inondent le marché mondial avec des prix de revient imbattables et sous le sceau de marques puissantes se parant tout bonnement du nom de cépages français (Merlot, Cabernet Sauvignon, Syrah, Chenin..) .Le goût du vin, standardisé par l'effet dépersonnalisant de l'assemblage et souvent par un surboisage aux copeaux de chêne (pour donner du goût à des vins qui n'en ont pas ou pour masquer des défauts) est, soit-disant, <<adapté au goût du consommateur de tous les pays du monde>>! Face à un petit cru français de bonne qualité (authentique), produit à quelques milliers d'exemplaires, vendu au même prix dans une superette de Pékin, le combat sera inégal; le cru ne fera que passer alors que la marque a toutes les chances de s'imposer durablement. Le film <<Mondovino>> a le mérite de caricaturer cette situation de la défense absolue du terroir <<à la française>> contre l'industrialisation et la globalisation du vin. Un facteur supplémentaire, conjoncturel certes mais non négligeable, aggrave singulièrement la situation: la faiblesse du dollar par rapport à l'euro.

**MARCHE INTERIEUR EN REGRESSION:** la modification des habitudes de consommation, moins, moins souvent et mieux et la pression d'un lobby hygiéniste associée à une volonté gouvernementale anti-vin non dissimulée (voir ci-après loi Evin) ont érodé les ventes en France.

## LA CRISE VITICOLE A BORDEAUX

En plus des causes générales touchant le vin français, le bordelais présente des spécificités qui ont fragilisé la viticulture de base trop dépendante du négoce.

**AOC BORDEAUX:** la crise touche plus particulièrement la plus grande AOC régionale de France: 50 000 ha de vignes rouges et 10 000 ha de vignes blanches, soit la moitié du vignoble. Conçues en général dans une perspective productiviste, non qualitative, et répondant dans les années 1990/2000 à une demande croissante de vins rouge AOC Bordeaux

en vrac destinée à des marques d'assemblage, un certain nombre d'exploitations sont aujourd'hui dans la tourmente. A l'exception de la Baronnie avec son Mouton-Cadet, 15 M de cols/an, aucune entreprise bordelaise ne dépasse les 7 M de cols. La demande s'est aujourd'hui tellement réduite à cause de la concurrence des vins industriels du Nouveau Monde que, seulement, 15% du volume de l'AOC Bordeaux rouge trouve preneur pour l'élaboration des vins de marque. A tel point que le prix du tonneau de 900 litres est tombé au prix des années 80: 850 euros pour le 2002, en dessous du prix de revient.

**LA NOTION DE CHATEAU AU DETRIMENT DE LA MARQUE GÉNÉRIQUE:** après le procès qui secoua Bordeaux en 1973 et qui condamna des manipulations frauduleuses sur des vins en vrac, le consommateur et le négociant se sont détournés des vins de marque. Depuis lors quelques négociants solides ont renoué avec la tradition des vins d'assemblage mais force est de constater que le cœur du métier de négociant reste la distribution des vins de châteaux. Des grands noms du commerce, autant à Bordeaux qu'à Libourne, ont préféré s'orienter vers les marques que représentent les grands châteaux plutôt que de ferrailler sur le champ de bataille des vins génériques. Noblesse du métier et plus-values obligent. La manne des primeurs-vente anticipée réservée à l'élite: 150 crus environ- ne pouvant satisfaire tout le monde ni constituer une activité à part entière, tous les négociants, 400, ont, peu ou prou, recours au commerce des châteaux moins connus et des seconds vins. Cependant le tissu commercial, surtout en temps de crise, ne suffit pas à assurer la vente de tant de crus: 5000 crus indépendants pratiquant la mise en bouteille. Beaucoup d'exploitations qui n'ont pas mis en place des réseaux personnalisés et multiples de distribution tant en France qu'à l'export rencontrent aujourd'hui de sérieuses difficultés.

**AVEUGLEMENT ET OBSTINATION DE L'INTERPROFESSION:** alors que la crise, principalement du Bordeaux AOC, se profilait à l'horizon depuis de nombreuses années, les dirigeants professionnels de tous bords ont été lâchement attentistes pensant que le pire n'arriverait pas. Des mesures sont prises dans l'urgence: blocage des stocks, aides à l'arrachage!, projet de réforme tant attendue des agréments, projet de création de vins de pays (ne seront-ils pas l'exutoire des plus mauvais Bordeaux?) avec 20 ans de retard. Au lieu par ailleurs de communiquer obstinément sur la marque collective <<Bordeaux>>, sans se rendre compte de l'inefficacité totale des campagnes publicitaires si coûteuses (plusieurs M d'euros/an!), l'interprofession doit impérativement réfléchir à redistribuer les budgets à des fins plus concrètes, telles des aides à l'exportation dans les grands rendez-vous internationaux ou des incitations à la création et au développement de marques génériques.

#### **LA FAUSSE IMAGE D'UN VIN INACCESSIBLE**

La médiatisation de la vente en primeur avec l'augmentation régulière des prix depuis 10 ans a donné au vin de Bordeaux la fausse image d'un vin inaccessible, réservé à une clientèle de gens fortunés. Cependant les crus classés ont joué longtemps un rôle de vaisseau amiral. Depuis 2001 et 2002, après que la bulle 2000 se soit dégonflée, la locomotive a lâché les wagons. Un hiatus s'est créé entre le petit monde des nantis qui porte haut le renom de Bordeaux et le reste de la production dont une part de l'AOC Bordeaux se retrouve à 1,5 euros la bouteille dans les grandes surfaces. 1000 à 1500 exploitations sont dans une situation alarmante, le prix du foncier a chuté considérablement et à terme 25 000 ha de Bordeaux AOC sont appelés à réformer leurs modes de production et de structure commerciale ou bien carrément à disparaître.

#### **CONCLUSION**

A l'exception de la Champagne ayant concentré ses efforts depuis longtemps sur de puissantes marques à l'image de celles mises en place récemment dans les pays nouveaux producteurs de vin et de la Bourgogne dont l'offre reste encore inférieure à la demande, on arrive à l'amère conclusion qu'en raison de ses causes profondes la crise du vin est irréversible. Pour survivre le monde viticole va devoir prendre des mesures drastiques pour réduire les quantités, améliorer la qualité générale tout en prenant en compte les problèmes de protection de l'environnement et de santé publique, sujet crucial sur lequel nous reviendrons. Ce constat ne peut occulter le fait que, dans toutes les AOC de France, des crus, souvent anonymes, ayant associé la meilleure qualité du vin à des efforts commerciaux, tant à l'intérieur qu'à l'étranger, continuent de bien se porter. Augurons même qu'ils ont de beaux jours devant eux..pour le plus grand plaisir de notre palais.

## LOI EVIN

Prétendant faire appliquer à la lettre la loi qui interdit toute publicité sur les qualités gustatives du vin l'ANPAA, Association Nationale de Prévention en Alcoologie et Addictologie, a attaqué en justice les campagnes de communication des interprofessions de Bordeaux et de Bourgogne. En réaction, la profession, par députés interposés, a obtenu du Parlement une modification du texte pour autoriser une information du consommateur sur les caractéristiques organoleptiques, culturelles et hédonistes du vin d'AOC et de pays. La seconde lecture du projet d'amendement par le Sénat n'est pas acquise car M.Raffarin s'y oppose farouchement. Et pour bien signifier cette volonté de nuire à l'image du vin, l'INPES, Institut National de Prévention et d'Education pour la Santé, a lancé une odieuse campagne publicitaire à la télévision consistant à faire passer le vin pour un toxique: les images montrent un sablier dans lequel s'écoule goutte à goutte un liquide rouge, du sang? du vin? avec les mentions <<jour après jour votre corps enregistre chaque verre>>, <<au-delà de trois verres/jour le vin peut générer des maladies, cancers..>>.Et cela au mépris d'études épidémiologiques antérieures prouvant l'effet favorable ou <<french paradox>>, d'une consommation raisonnable et régulière de vin sur la santé: prévention des maladies cardiovasculaires et, entre autres maladies, des cancers!.. Pour apaiser le courroux bien justifié de tous les vigneron de France, Dominique Bussereau, le nouveau Ministre de l'Agriculture, a annoncé la création d'un <<conseil de la modération>>. Il est à la recherche d'un <<modérateur>>!! capable de concilier les intérêts contraires de la profession viticole et des prohibitionnistes. Il a dit être favorable à la création de vins de pays dans les grandes régions d'AOC -on fait machine arrière en rétrogradant du vin AOC, ce qui par ailleurs ne résoudra pas la question du volume- mais attend des propositions des grands bassins de production.

Tout le monde s'accorde pour prêcher la modération afin de lutter contre l'alcoolisme et l'insécurité routière mais le vin ne doit pas servir de bouc-émissaire. Le gouvernement se trompe de combat: ce n'est pas contre le vin qu'il faut lutter mais contre l'alcool. La répartition des dépenses publicitaires annuelles pour les boissons alcoolisées en France (source ONIVINS pour 2001) en est une preuve indiscutable: 220 Millions de F pour le vin, 440 pour la bière et 900 pour les apéritifs, les whiskies et les alcools!!

Et que tout cela ne vous empêche pas de déboucher les meilleures bouteilles, arrivées à maturité, de vos plus grands Bordeaux. Bonnes fêtes et Meilleurs Voeux.

