

## Actualités

### **Vins: la France doit passer du «produit» au «business» et penser exportation «jusqu'à l'obsession» (rapport)**

Le ministère de l'Agriculture a communiqué jeudi 16 avril le «plan stratégique de valorisation de la filière vitivinicole française à l'horizon de 2020». Michel Barnier avait commandé ce rapport en janvier 2008 à Michel Roumegoux, ancien député maire de Cahors.

Remis en décembre 2008 par son auteur au ministre, ce document dont le nom de code «VIN/VIN» dénote un certain sens du jeu de mot, propose des «mesures à adopter d'urgence», associées entre autres «aux vingt-sept mesures du plan quinquennal de modernisation» de la filière vitivinicole française. Le plan de modernisation a été lancé par le ministère de l'Agriculture en mai 2008, pour assurer l'application au niveau national de la nouvelle OCM vitivinicole.

Cette dernière, entrée en vigueur le 1er août 2008, en s'orientant vers la fin de l'interventionnisme et la généralisation de la pensée libérale, veut rendre aux vins européens leur compétitivité par rapport à leur concurrents.

Et les derniers chiffres publiés par l'Office international de la vigne et du vin (OIV) le 7 avril ont confirmé le nouveau recul des vins français à l'exportation. La France qui a encore perdu des parts de marché n'occupe plus que le troisième rang mondial des pays exportateurs de vin en 2008, derrière l'Italie et l'Espagne.

Selon le rapport, «sans attendre» il faut «restaurer un commerce intérieur équitable du vin, accélérer l'adaptation de beaucoup d'entreprises en difficulté» – un «véritable plan Orsec pour la viticulture familiale», dit l'auteur –, et «organiser des audits d'entreprises pour un bon repositionnement produit».

Pour l'exportation, si la France reste «la référence» en termes de qualité, avance Michel Roumegoux, «elle doit compléter son offre avec des vins technologiques «à grands volumes constants» pour progresser sur les marchés de masse». Et «elle doit être présente sur toute la gamme, mais bien positionner chacun de ses vins» en fonction du potentiel de chaque vignoble, de la demande des marchés et de leur segmentation.

En outre, le rapport Roumegoux préconise d'aider à l'émergence de wineries, de mettre en œuvre une «nouvelle forme de promotion» via internet et dans les zones touristiques ou oenotouristiques, ainsi que de «permettre la reconnaissance en un clin d'oeil» de chaque bouteille de vin en provenance de France. Il propose également d'élargir la promotion aux vins de cépage, aux vins de marque «spécial export» et aux AOC génériques «à l'instar du modèle champenois».

Ces mesures «peuvent constituer à l'horizon de 2020 un plan de valorisation susceptible de renverser la tendance à l'érosion de nos parts de marché», estime Michel Roumegoux.

Selon lui, la France du vin doit passer des «seuls vins de vigneron» aux vins «au goût du consommateur», du «produit» au «business»: «c'est de marketing qu'il faut parler, de rapport qualité/prix, d'étiquette... bref de commerce» et penser exportation jusqu'à l'obsession».

Il appelle les producteurs à passer d'une «vision franco-française» à une «vision mondiale» et exhorte «surtout» les décideurs à «renoncer à la tentation d'une nouvelle prohibition».

«Sortir enfin de notre schizophrénie», écrit le rapporteur ministériel.

Il y a un peu de ça, lorsqu'on voit que la neuvième mesure du plan quinquennal de Michel Barnier pour la viticulture française prévoit un «élargissement pour les vins sans indication géographique des pratiques culturales et œnologiques en reprenant celles définies à l'OIV et autorisées par la réglementation communautaire».

Or c'est l'une de ces pratiques, la fabrication de vins rosés par coupage, actuellement autorisée au niveau européen pour les vins d'appellation, et que Bruxelles voudrait étendre aux vins sans indication géographique, que le ministre de l'Agriculture français combat aujourd'hui en brandissant l'étendard de la qualité, après avoir donné un premier avis favorable en janvier à la Commission.

**Publié le vendredi 17 avril 2009 | 18h18**