

L'impact du cadre juridique communautaire sur le marché du vin : l'exemple de la France

Caroline LE GOFFIC
caroline.legoffic@normalesup.org
Université Paris II Panthéon-Assas

La communication proposée vise à faire apparaître l'impact qu'ont sur la production et la vente de vins en France les règles juridiques issues des règlements communautaires sur l'organisation commune du marché vitivinicole.

On partira d'un rappel des conditions essentielles de production et de commercialisation des vins selon les grandes catégories instituées par le règlement communautaire n° 1493/99 du 17 mai 1999 (complété par le règlement d'application n° 753/2002 du 29 avril 2002), actuellement en vigueur. Ces catégories sont :

- les VQPRD (vins de qualité produits dans des régions déterminées – AOC (80% de l'offre française, environ 450 appellations) et AO-VDQS (une vingtaine) en France)
- les vins de table qui se subdivisent en
 - o vins de table proprement dits (par exemple « Les Vieux Papes »), et en
 - o vins de table à indication géographique – ou vins de pays en France : environ 150 : 52 dénominations départementales, 94 dénominations de zones dont 57 en Languedoc, 5 dénominations régionales : « Vin de pays d'Oc », « Vin de Pays du Jardin de la France » (val de Loire), « Vin de pays du Comté tolosan », « Vin de pays des Comtés rhodaniens », « Vins de pays des portes de la Méditerranée »).

Les règles essentielles sont :

- pour les VQPRD :
 - o règles de production : détermination précise des zones délimitées, coupages interdits, contrôles stricts du respect du cahier des charges (conditions d'encépagement, de production, de rendement, de degré alcoolique, de techniques culturales).
 - o règles d'étiquetage : nom de la région déterminée et « VQPRD » ou une mention traditionnelle de l'État membre (en France, « AOC ») ; possibilité de faire figurer le cépage et l'année de production (droit communautaire : règle des 85% (sauf dans le cas où deux ou trois variétés de vignes sont utilisées) ; droit français : règle des 100%)
- pour les vins de table à indication géographique (vins de pays) :
 - o règles de production : agrément délivré par VINIFLHOR ; conditions de production fixées par chaque État (moins strictes que pour les AOC) ; coupages interdits entre des unités géographiques ou des

États mais assemblages possibles au sein des unités ; cépages déterminés

- règles d'étiquetage : « vin de table » (« vin de pays » en France) suivi du nom de l'unité géographique ; possibilité de mentionner le ou les cépages avec un agrément spécifique.
- pour les vins de table (commercialisés en général sous une marque) :
 - règles de production : plus grande latitude des producteurs, pas de critères qualitatifs particuliers ni d'agrément spécifique, mélanges courants
 - règles d'étiquetage : « vin de table » suivi du nom de l'État membre, ou « mélange de vins de différents pays de la Communauté européenne » ; interdiction de mentionner l'année de récolte, le cépage, une aire géographique ou une mention traditionnelle valorisante. Or, la mention d'une origine géographique est très valorisante dans la commercialisation du vin (l'indication de la provenance géographique du vin est passée d'environ 30% de la récolte française à la fin des années 1970 à 80% aujourd'hui).

On constate une forte rigidité pour les producteurs s'agissant des VQPRD/AOC (rigidité des conditions de production) et, à l'autre extrémité de la chaîne, s'agissant des vins de table (rigidité des conditions d'étiquetage). Elle se combine avec un émiettement du nombre d'AOC, d'où la difficulté pour le consommateur de se repérer dans une offre de plus en plus complexe. Ex : 9 AOC en Provence dont 4 comprenant le mot « Provence ».

Cela est source d'une évolution dans le sens d'une progression globale de l'importance économique des vins de pays et d'une baisse corrélative de celle des vins d'AOC et des vins de table. Cette évolution se manifeste par de nombreux indicateurs :

- en quantité de production :
 - progression du nombre des vignes revendicables en vins de pays (+ 9,2% entre 2000 et 2003, contre seulement +0,5% pour les vignes revendicables en AOC)
 - recul du nombre des vignes produisant des vins de tables (-12,5% entre 1995 et 2005)
 - baisse depuis 1999 des récoltes d'AOC et de vins de table (-5% par an ; -6% entre 2005 et 2006)
 - progression des récoltes de vins de pays (+ 12% entre 2003 et 2004, + 19% entre 2005 et 2006, soit 7 millions d'hl)
 - augmentation des stocks à la propriété pour les vins de pays (+ 3% entre juillet 2006 et juillet 2007) ; baisse pour les vins d'AOC (-2%) et surtout pour les vins de table (-31%)
- en quantité vendue :

- déclin du vin de table *stricto sensu* : baisse des ventes de -5% en volume en 2006
 - progression des ventes de vins de cépage de 14% en moyenne en 2006 (+ 12% en vin rouge, + 16% pour les rosés, + 17% pour les vins blancs). Le Languedoc est devenu le 1^{er} producteur européen de vins de cépage, avec l'appellation « pays d'Oc »
 - baisse des ventes des cinq grandes régions d'AOC (Bordeaux, Bourgogne, Languedoc, Côtes-du-Rhône, Alsace) de 1% en 2006. Les ventes des AOC « Bordeaux » et « Bordeaux supérieur » ont baissé de 4% - malgré une surproduction qui continue. Selon des études de l'UFC-Que Choisir, 20 à 40% des vins AOC ne méritent pas cette appellation.
 - augmentation en nombre et en proportion des ventes de vins de pays, encadrés par des règles plus souples : entre 2000 et 2006, les ventes de vins de pays français ont progressé de 41% en volume et 37% en valeur dans le monde ; même évolution sur le marché français (+ 26% en volume pour les vins de pays de l'Hérault sur la seule année 2006-2007) ; au 1^{er} semestre 2007, le volume a encore progressé de 5%. Déclassés volontaires d'AOC en vins de pays (des AOC bordelaises à la dénomination « Vin de pays d'Aquitaine »).
- en notoriété : même si les AOC demeurent plus connues, la connaissance des vins de pays progresse auprès des consommateurs français : près de 7% des Français citent spontanément le vin de pays de l'Aude, 4% celui de l'Hérault et 2,3% le vin de pays d'Oc, soit 6 fois plus qu'il y a 10 ans
 - en consommation : évolution des mentalités, baisse de la méfiance contre les vins de pays ou de cépages (influence des consommateurs étrangers). Les vins de pays distribués dans les enseignes Monoprix depuis 1995 ont atteint 5 à 6% du chiffre d'affaires de l'enseigne.
 - en prix :
 - augmentation corrélative du prix des vins de pays de qualité : passage de 56 à 65 €/hl en moyenne entre juillet 2006 et juillet 2007 pour les vins de pays blancs ; de 45 à 50 €/hl pour tous vins de pays confondus (le prix moyen est à 55 €/hl au 30 janvier 2008). Quelques exemples : Domaine de Trévallon (Bouches-du-Rhône), Domaine Gauby (côtes catalanes), Mas Daumas-Gassac (Hérault) sont des vins de pays à plus de 70 Euros, commercialisés de manière très sélective ;
 - baisse du prix des AOC : -7,1% du prix/hl pour les AOC du Bordelais entre 2004 et 2005. Certaines AOC sont très bon marché : AOC « Côtes du Tricastin » à 1,75 Euros disponible en grande distribution.
 - en concentration : apparition de dénominations « ombrelles » :
 - marques comme « Sud de France Languedoc Roussillon » ; marque semi-figurative « Rosé de Provence » créée au printemps 2007 par PGA Domaines (regroupe les appellations « Côtes-de-Provence »),

« Côteaux-d'aix-en-provence » et « Coteau-varois ») : objectif de commercialiser 750 000 bouteilles en 2007 pour porter les ventes de PGA domaines de 1,2 million à 2 millions de bouteilles (distribution chez Auchan, Casino et Carrefour).

- « vin de pays de France » ; « vin de pays d'Oc »
- création d'interprofessions comme « Sud Ouest France » (cahors, fronton, jurançon... : 20 AOC et 18 vins de pays) pour donner plus de visibilité aux vins (chaque dénomination regroupe entre 50 000 et 100 000 hectolitres ; l'interprofession en comporte 3 millions).

Conclusion :

La réglementation juridique a une influence indéniable sur la configuration du marché du vin. On observe des tendances similaires dans les grands pays producteurs de vin du sud de l'Europe (Espagne, Italie). Le marché français et européen du vin est en pleine restructuration. Cela explique les difficultés occasionnées par la réforme (en cours depuis 2006) du système juridique de l'organisation commune du marché vitivinicole.