

La crise viticole n'est pas une fatalité



Document de réflexion d'un groupe de travail
autour du Cardinal Jean-Pierre Ricard

La crise viticole n'est pas une fatalité

Très présente dans la presse à certains jours, plus discrète à d'autres, la crise viticole est bien toujours là. Contrairement à une série de crises rencontrées par la viticulture depuis plus d'un siècle, la crise actuelle n'est pas conjoncturelle mais structurelle. Il serait vain d'attendre que "ça passe" en rêvant au retour des années fastes pour les vins de Bordeaux.

La sortie de cette crise est un vrai problème régional pour ne pas dire national. Certaines régions sont peut-être encore plus touchées que la nôtre. Le 4 février dernier, les évêques du Languedoc-Roussillon ont fait part de leurs préoccupations devant l'inquiétude et la souffrance de beaucoup de viticulteurs. Mais notre région, longtemps épargnée, est touchée elle aussi.

Certes, la crise viticole ne touche pas toutes les propriétés de la même façon. Certains châteaux, des crus renommés, s'en sortent plutôt bien et n'ont pas de mal à commercialiser leur vin. D'autres sont frappés de plein fouet et on peut dire que c'est toute une partie de la profession qui ressent les contrecoups de la crise. Au cours de mes visites pastorales et des rencontres que j'ai pu avoir, j'ai été témoin du drame vécu par un certain nombre de viticulteurs qui se sont endettés au moment des années fastes et qui, aujourd'hui, devant la difficulté à vendre leur vin, se sentent étranglés par les remboursements auxquels ils doivent faire face. Cette réelle angoisse du lendemain a chez eux des conséquences sur leur moral, parfois sur leur vie conjugale et familiale. Certains enfants ne voient pas comment prendre en charge après leurs parents la propriété familiale. Cette crise a fatalement aussi des répercussions sur la situation des ouvriers agricoles, des saisonniers et des artisans. Ces viticulteurs sont guettés par le désespoir et la désespérance n'est jamais bonne conseillère. On peut redouter qu'elle provoque parfois des réactions de violence ou pousse à des extrémités.

Devant cette crise, certains sont tentés de baisser les bras et de se laisser gagner par un sentiment de fatalisme. D'autres cherchent un bouc émissaire qu'ils chargent alors de tous les maux (les organisations professionnelles, le négoce, les pouvoirs publics, les campagnes anti-alcooliques, la mondialisation...). L'heure n'est pourtant pas au découragement. D'ailleurs, au cours des deux siècles précédents, les viticulteurs ont toujours fait preuve de courage et d'ingéniosité pour surmonter les crises rencontrées. Une telle ténacité continue. Il nous faut saluer ici les efforts de ceux qui courageusement veulent relever le défi d'aujourd'hui. Ils savent qu'il leur faut compter avec des facteurs nouveaux qui ne disparaîtront pas dans les années qui viennent : la baisse en France de la consommation du vin, la concurrence des vins européens et des vins du nouveau monde et la politique commerciale des grandes surfaces. Ils sont convaincus également qu'il faut veiller à la qualité du vin produit, à sa commercialisation et donc à des campagnes de promotion de leur vin en France, en Europe et dans d'autres pays du monde. En effet, produire, malgré tout le

savoir-faire que cela met en jeu, aujourd'hui ne suffit pas. Il faut commercialiser, tenir compte de la demande, et gagner de nouveaux marchés.

Cette crise ne peut être surmontée qu'ensemble, solidairement, qu'en s'appuyant les uns sur les autres, qu'en s'entraidant les uns les autres. Or, la viticulture a été une profession qui a favorisé jusque là l'investissement individuel et la recherche personnelle du profit. L'argent gagné était le secret de chacun et on se méfiait de l'autre qui pouvait toujours devenir un concurrent possible. D'où la difficulté qu'ont eu beaucoup de viticulteurs, même voisins, à se parler quand la crise a commencé. Or, la solidarité et l'entraide sont aujourd'hui des conditions sine qua non pour surmonter la crise.

Devant cette crise qui marque profondément notre région, les communautés chrétiennes ne peuvent pas ne pas se sentir concernées. Il est important qu'elles partagent les préoccupations des viticulteurs, soutiennent ceux qui sont dans une passe difficile, encouragent ceux qui se battent pour relever le défi. Je les invite à lire le document de réflexion ci-joint sur *"La crise viticole"* et à manifester à tous les viticulteurs leur solidarité.

Dans ce temps pascal, le Christ vient à nous, vainqueur du fatalisme et de la résignation. Sa résurrection ouvre une brèche, déploie un avenir nouveau. Elle crée du neuf. Que cette espérance soutienne tous ceux qui se battent aujourd'hui pour ouvrir des voies d'avenir à la viticulture dans notre région.

Bordeaux, le 5 mai 2006

✠ **Cardinal Jean-Pierre RICARD**
Archevêque de Bordeaux
Evêque de Bazas

La crise viticole

Une crise marque profondément la filière viticole, les manifestations d'il y a quelques mois en ont révélé l'intensité.

Devant son ampleur et les difficultés qu'elle engendre, plusieurs rencontres ont été organisées autour de Mgr Ricard, rassemblant des viticulteurs et des représentants du négoce, membres de mouvements regroupés au sein du Conseil Diocésain des Milieux Indépendants, pour permettre à chacun d'exprimer ce qui était alors vécu dans la filière viticole ainsi que les perspectives d'avenir que les uns et les autres entrevoyaient. Auparavant, le CMR avait mis en place une commission, qui après avoir échangé et réfléchi durant plusieurs mois, a publié en avril 2005 le résultat de sa recherche dans le livret *"Quand la vigne rend fou !"*, analyse de la crise viticole dans la région de Bordeaux.

Les lignes qui suivent sont le fruit de ces deux recherches.

Nous nous proposons de tenter de cerner les origines de la crise et ses conséquences pour les viticulteurs girondins, puis nous nous demanderons ce qui peut être tenté pour en limiter les effets et quelles initiatives peuvent être alors suscitées.

I - Une crise structurelle et mondiale

a) la filière viticole dans le département :

- Le vignoble girondin s'étend sur une superficie de 123.000 hectares, dont 122.607 hectares plantés en A.O.C. Il regroupe 9300 exploitations d'une surface moyenne de 13,2 hectares, 20% des exploitations ayant une surface supérieure à 20 hectares.
- Il existe 57 A.O.C. différentes dans le département.
- On y produit en moyenne 7 millions d'hectolitres par an, mais en 2005 la production n'a pas dépassé 6,3 millions d'hectolitres.

- Actuellement on vend 5,5 millions d'hectolitres par an.
- En Gironde la filière viticole procure 35.000 emplois directs, dont 15.000 ouvriers agricoles, parmi lesquels 49% de femmes.
- Le négoce regroupe 400 sociétés réalisant 75% des ventes dans 160 pays.
- 104 courtiers concentrent 84% de la vente de vins en vrac.
- 43% des exploitations, mais ne regroupant que 23% des surfaces, vinifient dans une des 52 coopératives du département.

b) l'évolution récente :

Aux alentours de 1997, dans un contexte de marché favorable, l'émergence économique de l'Extrême-Orient a dopé le marché viticole et a provoqué une forte augmentation des ventes et des prix. Une crise asiatique d'origine boursière est survenue en 1998. Une partie du marché a été perdue et les prix ont commencé à chuter.

Jusqu'en 1990, l'Europe fonctionne en marché fermé. Les importations de vins sont faibles et la régulation du marché se fait alors par distillation et restructuration du vignoble (arrachage et replantation en qualité supérieure). Ces dispositions instituées dans le cadre de l'Organisation Commune des Marchés Vitivinicoles devaient permettre d'ajuster l'offre à la consommation de vin.

A partir des années 90, avec la fin de la préférence communautaire, le marché européen s'est ouvert. Et, alors qu'en 20 ans l'Europe réduisait sa surface de vigne de 31%, de 7,2 millions d'hectares à 4,9 millions d'hectares, 6 nouveaux pays plantaient 206 000 hectares de vigne entre 1994 et 2000. Cependant, au cours de la même période, de 1980 à 2003, ce sont 30.000 hectares de vignes qui ont été plantés en Gironde.

En Bordelais, pendant plus de vingt ans, on a été occupés à accroître le potentiel de production et on a négligé d'observer l'évolution de la filière viticole

dans le monde. Dans le passé d'autres crises ont affecté le vignoble, mais elles étaient conjoncturelles, les années de surproduction étaient compensées par celles où le rendement chutait à cause des intempéries.

Actuellement, le vin se vend moins, les chais sont encombrés de stocks invendus, les prix du vrac sont en chute libre, la plupart des trésoreries sont négatives, le prix des vignes diminue...

Cette situation n'est pas propre à la région de Bordeaux. D'autres vignobles sont touchés de plein fouet. Il existe des différences liées aux terroirs, à leur histoire, aux mentalités. Il faut cependant se garder de généraliser et en même temps il faut prendre acte du fait que la mondialisation de l'économie marque la totalité de la viticulture. La majorité des producteurs n'était pas préparée à cette nouvelle donne.

c) D'où cela vient-il ?

• La surproduction au niveau mondial est la cause la plus souvent évoquée :

En 2004, la production mondiale s'élevait à 260 millions d'hectolitres, en augmentation de 19,9% par rapport à 1994. L'excédent de la production par rapport à la consommation qui atteignait 90 millions d'hectolitres en 1979, n'était plus que de 50 millions d'hectolitres dans les années 1990, pour se situer autour de 40-45 millions d'hectolitres dans les premières années du siècle. On l'évalue actuellement à 20% de la production mondiale. Il y aurait dans ce cas, une récolte de trop tous les cinq ans. Mais c'est ne pas tenir compte des 30 millions d'hectolitres nécessaires pour la production d'alcool, de vinaigre et de brandy, qui réduisent alors notablement cet excédent.

Dans le département la récolte moyenne est de 7 millions d'hectolitres pour une vente de 5,5 millions.

• Il faut aussi tenir compte de la baisse de la consommation :

Au niveau mondial, elle reste stable, elle augmente même très légèrement 4,5% en 9 ans, mais il est loin d'en être de même dans notre pays. En

France la consommation de vin est passée de 130 litres par habitant en 1960 à 53 litres par habitant en 2004.

Mais lorsque l'on y regarde de plus près, la baisse a surtout affecté les vins de table et de consommation courante pendant que la consommation d'AOC et de vins de qualité supérieure augmentait en volume et en proportion.

En 1991, pour une consommation totale de 34,996 millions d'hectolitres, la consommation de vins de table s'élevait à 21,569 millions d'hectolitres, soit 62% et celle d'AOC et de vins de qualité à 13,427 millions d'hectolitres, soit 38%.

En 2005, la consommation totale a légèrement baissé avec 32,92 millions d'hectolitres. Les vins de table n'y représentent plus que 46,5% avec 13,427 millions d'hectolitres, tandis que la consommation d'AOC et vins de qualité s'élevait à 17,608 millions d'hectolitres, ce qui correspond à une augmentation en volume de 31% en quatorze ans, tandis que la consommation vins de table diminuait de 38%.¹

Cependant les ventes de vin ont reculé en France de 2% entre 2003 et 2004. De plus nous avons du mal à capter les nouveaux marchés et les nouveaux clients nous échappent.

Au contraire, dans la période récente, les vins du Nouveau Monde n'ont cessé de gagner des parts du marché mondial. Ainsi en 2001, ils absorbaient 16% des parts de marché et 21% en 2004. Alors que dans les mêmes années la France passait de 23% des parts de marché en 2001 à 19% en 2004. (*La Croix* 2/11/05 p. 15)

En France la part de vente des vins étrangers dans l'hexagone ne représente que 2 à 4% des ventes. Et 50% de ces ventes concernent des vins espagnols. C'est donc surtout sur le marché étranger que se fait sentir la concurrence des vins du Nouveau Monde.

Entre 2000 et 2005 les ventes de vin de Bordeaux ont perdu 1 million d'hectolitres à l'exportation, car nous ne sommes pas assez présents sur les marchés étrangers et nos outils de distribution et de commercialisation n'y sont pas suffisamment adaptés.

Cette évolution a été difficilement perçue peut-être parce que les viticulteurs et la filière vivaient depuis une vingtaine d'années, une période de prospérité et qu'ils étaient assurés de la qualité de leur produit, de leur savoir-faire et de leur culture ancestrale. Et par là même trop confiants.

- **Le monde de la production est mal préparé à la commercialisation :**

Dans la région il y a toujours eu distinction entre le monde de la production et celui du négoce. Beaucoup de viticulteurs faisaient confiance au négoce pour vendre l'essentiel de la récolte, habitués à ce qu'on vienne leur demander leur vin. Cela a contribué à la domination du marché du vin par le négoce. La crise a donc d'abord touché de plein fouet les viticulteurs et les coopératives qui vendaient leur vin en vrac et dépendaient le plus du négoce pour les achats. Ils ont vu le prix du tonneau divisé par deux en sept ou huit ans. Par contre ceux qui avaient dû faire face à des difficultés antérieures, en particulier dans le domaine des Bordeaux Blancs, et avaient commencé à vendre eux-mêmes directement leur vin, ont été beaucoup moins touchés.

L'enseignement agricole n'a pas assez préparé le monde de la production aux questions de la commercialisation. Il a formé d'excellents techniciens, mais qui ont un manque profond de culture commerciale. Il y a là un problème culturel lié à la formation technique agricole, elle-même dépendante des traditions commerciales régionales.

Cependant, il faut noter que depuis quelques années des BTS commerciaux ont été mis en place dans les lycées viticoles du département et que des jeunes de plus en plus nombreux suivent cette formation.

- **Enfin la grande distribution a un rôle ambivalent.**

Elle a un rôle important puisqu'elle assure 62% des ventes de la consommation à domicile, soutient la demande et étend le nombre des consommateurs potentiels. Mais en même temps, à cause du volume de ses ventes, elle impose des conditions draconiennes au niveau des prix, qui peuvent handicaper la gestion des trésoreries.

d) Quelles en sont les conséquences ?

Cette situation engendre des souffrances qui marquent les personnes et les institutions. Elle est souvent angoissante, la précarité progresse, les viticulteurs se sentent écrasés et ne savent plus comment refaire surface.

- **l'effondrement des cours marque les trésoreries des viticulteurs :**

Les chiffres d'affaires en subissent les conséquences et ne permettent plus comme auparavant de régler les frais de culture, les salaires et les remboursements d'emprunts. Les coûts de production augmentant, le revenu du viticulteur s'en trouve diminué.

Certains pris à la gorge sont contraints de brader leur patrimoine viticole.^②

Plus les exploitations sont petites, plus le poids des charges incompressibles devient lourd et rend la gestion difficile. Au printemps les achats du négoce apportaient habituellement de l'argent frais dans les exploitations. Depuis deux ans, la diminution des achats a mis un grand nombre de petits exploitants en difficulté. Jusqu'ici certains ont pu bénéficier de la solidarité familiale, par exemple en interrompant le paiement du fermage familial. Mais alors, on cesse de rémunérer le capital, on ne raisonne plus qu'en termes de gestion de trésorerie au jour le jour. Cela génère souvent des difficultés dans les couples et les familles. Quelquefois les gens quittent la propriété en silence et vont travailler ailleurs. De toute façon, tous ceux qui sont marqués par la crise, ont de grandes difficultés pour en parler. On en parle en famille, mais rarement au delà. Le viticulteur a été façonné par une culture individualiste, un certain goût du secret, marqué par la vive conscience de la spécificité de son domaine et du produit qu'il réalisait, en rivalité avec ses voisins.

- **Les caves coopératives sont aussi touchées.**

Les chutes des cours les ont contraintes à diminuer le montant des répartitions aux coopérateurs et à allonger la durée du règlement des récoltes, accroissant les difficultés des exploitations.^②

- **Les salariés de la viticulture, ouvriers agricoles, saisonniers, et salariés des entreprises d'intérim en subissent aussi les conséquences :**

Les employeurs répercutent parfois leurs difficultés sur l'emploi. 70% des entreprises viticoles ont moins de 5 employés, et plus l'entreprise est petite plus elle est vulnérable. Ces emplois deviennent alors très fragiles. Beaucoup de salariés ont une faible qualification, manquent de formation et parfois pour les étrangers ont des difficultés d'expression, ce qui les handicape pour un reclassement professionnel. Conscients de cela, les syndicats ont demandé la mise en place d'une cellule de veille et la création d'une structure de conseil et d'accompagnement inter entreprises. Il y aurait aussi certainement à favoriser une meilleure coordination des différents intervenants : ANPE, Formation Agricole, MSA, Inspection des lois sociales en Agriculture ^④.

- **Ces difficultés rejaillissent plus largement sur la vie économique locale :**

En particulier sur le commerce et les artisans. La diminution des liquidités entraînant une baisse de la consommation. Les prestataires de service ne sont plus sûrs d'être payés. Il y a eu dans ce domaine 20% d'impayés en 2004. ^⑤

- **La situation est grave pour les jeunes agriculteurs qui souhaitent s'installer ou sont en cours d'installation :**

En deux ans de 2002 à 2004, le nombre d'installations de jeunes spécialisés en viticulture a été divisé par deux, le nombre de dotations aux jeunes viticulteurs passant de 62 à 29. Elles étaient 92 en 2000.

La baisse du prix du vin et la réduction des rendements amputent, lors de la constitution des dossiers, les prévisions comptables de la future exploitation et bloquent ainsi un certain nombre de projets. ^⑥

- **La valeur du foncier a notablement diminué :**

Selon la SAFER la valeur des terres a baissé en moyenne de 30%. Des vignes ne trouvent plus preneur. Cela fragilise d'autant plus ceux qui sont

obligés de vendre pour combler leur déficit ou ceux qui envisagent de prendre leur retraite. Sans que pour autant cela favorise l'achat par des jeunes, qui voient leur capacité de remboursement d'emprunts considérablement diminuée par la baisse de leurs revenus.

Ce sont alors les capitaux disponibles qui saisissent l'occasion et s'emparent du patrimoine. ^⑦

Cette situation va entraîner des restructurations financières et nécessiterait d'envisager un plan social pour faire face aux difficultés de l'emploi. Un outil existe déjà avec la Commission des agriculteurs en difficulté, mais très peu y ont recours, car dans le monde agricole on répugne à s'adresser à de telles instances. On constate aussi depuis peu une augmentation du nombre de R.M.I., à la M.S.A. leur nombre a quadruplé passant de 40 à 170 dossiers en février 2006. Que peut-on proposer à ces hommes et à ces femmes, contraints d'abandonner leur métier, pour les aider à se remettre en route et à retrouver une activité ?

II - En présence de cette crise, que peut-on faire ? Des initiatives sont-elles possibles ?

a) Les organisations professionnelles ont préconisé un certain nombre de mesures... dont la mise en œuvre s'est ensuite avérée limitée :

Devant les premières difficultés, au printemps 2004, se sont tenues les Assises de la viticulture bordelaise. Un "Plan Bordeaux" préconisant une série de mesures y a été signé par les différents partenaires : production, négoce et inter-profession. Mais ensuite chacun a principalement réagi en fonction de ses propres intérêts.

- La Commission de Bruxelles, pour réduire la quantité de vin mise sur le marché, a subventionné des mesures de distillations volontaires. Elle escomptait ainsi la disparition de 500.000 hectos au cours de cette campagne. Le 1^{er} juillet, seuls 180.000 avaient été distillés.
- Une prime de 15.000 € à l'hectare a été aussi prévue pour inciter à l'arrachage de vignes.

L'inter-profession envisageait ainsi l'arrachage de 10.000 hectares, soit un peu plus de 8% de la superficie du vignoble. Au 31 décembre, date limite des dépôts, seuls les dossiers concernant 1800 hectares et 550 producteurs avaient été déposés auprès des instances administratives.

La mesure est très discutée chez les viticulteurs qui répugnent à sacrifier leur outil de travail, craignant à moyen terme d'accroître leurs difficultés en diminuant leur production sans pouvoir compresser suffisamment leurs charges, et certains redoutent, ce qui n'est pas prouvé, de faire ainsi la place aux vins étrangers.

D'autres encore se demandent *"Qui va faire les frais de la réserve quantitative (la partie de la récolte bloquée à la vente) ? Va-t-elle épargner les grandes appellations ? Ne serait-il pas plus sérieux de décider une mesure obligatoire d'arrachage modéré en attendant des jours meilleurs pour toutes les exploitations viticoles de Gironde ? Mais la notion de pourcentage reste très inéquitable entre les producteurs."*⁶

Dans ce contexte certains s'interrogent sur les transformations nécessaires d'organismes représentatifs d'intérêts trop différents. La multiplicité des organismes professionnels représente certainement un frein pour la mise en place des réformes nécessaires. Beaucoup pensent qu'il est urgent de modifier le contrôle de la qualité des vins et rendre aux viticulteurs leur responsabilité dans ce domaine. Diverses initiatives ont déjà été expérimentées par différents syndicats pour délivrer les certificats d'agrément au plus près de la commercialisation des lots mis en bouteille, entraînant par là même un réel effort pour sélectionner les vins atteignant la qualité requise pour une Appellation d'Origine Contrôlée. Le négoce souhaite aussi y être associé par l'intermédiaire de l'interprofession qui pourrait aussi le financer. Des viticulteurs confrontés à la crise ont remis sévèrement en cause le fonctionnement de leurs organisations professionnelles et en particulier du CIVB (instance paritaire production-négoce) pour l'absence de prévision et de propositions. Les organisations syndicales traditionnelles et des groupements spontanés de viticulteurs ont lar-

gement revendiqué et manifesté pour obtenir des solutions de la part des responsables économiques et ministériels.

b) Devant la crise, deux conceptions du produit à mettre sur le marché s'affrontent :

- Le négoce fait remarquer que les pays dont les ventes progressent mettent sur le marché des produits simples, liés à un cépage, avec une marque facilement identifiable et vendus en grande quantité. Alors que nos vins ont une typologie compliquée pour les non initiés, difficilement lisible et sont vendus de manière dispersée, par petites quantités, ce qui ne facilite pas les négociations.
- Le producteur, au contraire a cherché à améliorer la qualité de son produit, il a conscience de sa spécificité, il ne veut rien renier de son savoir-faire. C'est sa fierté. En procédant différemment il aurait le sentiment de se trahir et probablement de se saborder. *"Chacun à son niveau doit pouvoir exprimer ses talents, avec l'amour du travail bien fait et pouvoir prétendre ainsi à une rémunération plus équitable qui récompense ses efforts."*⁶
- Et ces derniers suggèrent une voie médiane : *"Produire des vins que les consommateurs aiment : nous devons diversifier nos productions et innover sur un nouveau type de vin plus souple, plus aromatique, plus léger, mais qui, bien identifié ne doit pas se substituer à la production traditionnelle des AOC. Sans cela il y aurait une véritable perte de notre identité."*⁶

c) Dans la difficulté, il est nécessaire de trouver des lieux de parole et d'échange :

Dans un contexte dominant de petites propriétés et de faire valoir direct, il est indispensable de dépasser l'individualisme qui marque le milieu viticole. Trop souvent l'entrepreneur en difficulté demeure seul en face de ses questions et de ses craintes. La solitude est alors paralysante, elle ne favorise pas la recherche de solutions, auxquelles contribuent au contraire la rencontre et l'échange d'idées, qui permettent souvent de devenir plus lucides et de retrouver l'espérance.

Il est donc utile de mettre en place des lieux de parole où chacun puisse sortir de son isolement et s'exprimer, sans redouter d'être jugé, sur les motifs de ses craintes, l'analyse qu'il en fait, et les amorces de solutions que les uns et les autres entrevoient. Ce type de rencontre peut aussi aider les institutions. Récemment, à la suite d'un travail de ce genre, deux caves coopératives du département ont décidé de travailler ensemble et trois autres mettaient en place un groupe commercial pour les aider mutuellement dans la logistique.

C'est aussi le rôle des organisations professionnelles que de favoriser ces discussions et de permettre d'inventer. Mais il est aussi important de mettre en place des lieux où la parole puisse circuler facilement et où notamment des personnes de métiers différents puissent se rencontrer. Le partage, l'entraide, l'écoute peuvent permettre d'entrevoir et ensuite de donner corps à bien des initiatives.

d) Devant la difficulté, la solidarité est nécessaire

La crise est trop profonde, pour espérer que chacun puisse tirer individuellement son épingle du jeu.

Une prise de conscience de la nécessité de mesures d'ensemble a pris davantage corps au cours des derniers mois. Cela entraînera fatalement des sacrifices de la part des uns et des autres. Il faudra qu'ils soient partagés et ne retombent pas uniquement sur les plus faibles.

Mais de manière plus immédiate, souvent autour de nous les compétences sont multiples, au moment où les questions se complexifient, pourquoi en gardant la personnalité de son exploitation, ne pas mettre en commun les savoirs, échanger les informations, mutualiser les équipements, établir des réseaux de ventes de produits complémentaires ? Déjà, certains se sont regroupés à 4 ou 5 exploitations de taille analogue, chacun se spécialisant dans un domaine de savoir-faire ou de recherche et mettant ensuite en commun leurs possibilités.

Récemment, des coopératives d'un même bassin de production viennent de décider d'échanger des

informations très concrètes sur leurs pratiques commerciales.

Dans cette perspective d'un partage des compétences, le négoce ne pourrait-il pas apporter son aide en matière de finances ou de marketing ?

Pourquoi ne pas développer un partenariat entre négociants et producteurs ? On voit déjà apparaître un nouveau jeu de relations entre des vignerons et le négoce ou la distribution, mais aussi entre viticulteurs dans les groupements d'achats.

Peut-être faut-il aller plus loin et dépasser le contexte de défiance existant entre producteurs et négociants et *"imaginer un code de bonne conduite régissant les pratiques commerciales et la modalité des échanges entre producteurs et négociants"* ^⑧

De telles pratiques existent depuis longtemps dans le vignoble champenois, où certes le contexte est différent, mais où chaque année les prix sont fixés pour la campagne en cours dans une négociation entre les producteurs et le négoce.

e) Les producteurs auraient intérêt à participer davantage à la commercialisation et à en saisir les mécanismes :

Parmi les petites ou moyennes exploitations celles qui sont le moins atteintes par les difficultés actuelles sont celles qui assurent, souvent au prix d'efforts considérables, une part importante de vente directe de leurs produits. Et même si on ne peut tout vendre soi-même, il est important de comprendre la logique du marché pour mieux faire face à la commercialisation de ses produits. Des organismes, comme l'Association de Formation Collective à la Gestion (AFOCG) ou l'Association de Développement Agricole et Rural (ADAR) assurent déjà une formation dans ce domaine.

f) Il nous faut faire preuve d'ouverture, d'accueil et d'humilité :

Au cours de la période de prospérité, l'ensemble de la filière se sentait très assurée devant la réputation des vins de Bordeaux, les prix ont augmenté régulièrement et on a beaucoup investi. Dans ce contexte certaines exagérations ont eu lieu, qui ont pu laisser des traces. La crise amène à réapprendre

l'humilité. Il faut aller maintenant au devant de l'acheteur et participer à un travail d'éducation :

- Il est urgent de retrouver le contact avec le consommateur, qui souhaite mieux connaître le produit qu'il achète. C'est aussi une manière de le fidéliser.
- Un travail d'initiation peut être aussi conduit pour accompagner les nouveaux consommateurs.
- Beaucoup ont compris qu'il était urgent d'ouvrir les portes des propriétés, d'accueillir le public, d'expliquer le travail de culture et de vinification. La qualité d'accueil sur les lieux peut faire grandir la confiance entre producteurs et consommateurs.
- Un effort doit aussi être entrepris ou poursuivi pour accompagner la mise sur le marché du produit et chercher de nouvelles voies de commercialisation, notamment vers l'exportation.

La crise ayant atteint l'ensemble des régions viticoles, il serait utile que la réflexion pour y faire face,

dépasse le cadre de la région bordelaise et s'ouvre à d'autres régions.

Il serait aussi certainement profitable de tirer partie de l'expérience d'autres filières du secteur agro-alimentaire qui ont eu à faire face à des difficultés analogues et ont réussi à les surmonter. Elles ont certainement quelque chose à nous apprendre.

Pour le groupe de travail

Francis Bacqueyrisses

Vicaire Episcopal

5 mai 2006

❶ Chiffres ONIVIN

❷ Doc. CMR "La vigne rend fou !" p. 11

❸ *ibid* p. 13-14

❹ *ibid* p. 17

❺ *ibid* p. 23- 24

❻ *ibid* p. 21

Supplément de l'Aquitaine n°10

l'Aquitaine

BIMENSUEL DE L'ARCHIDIOCÈSE DE BORDEAUX ET DE BAZAS

Archevêché de Bordeaux - 183, cours de la Somme - 33077 Bordeaux Cedex.

Tél. 05 56 91 81 82 • Fax 05 56 31 85 15 • E.mail : aquitaine@catholique-bordeaux.ccf.fr

Commission Paritaire n° 0307 L 81409 (2002-2007) • ISSN : 0982-1406

Photo de couverture : A-M I., diocèse de Bordeaux