

LE VIN, INDUSTRIE MAJEURE

800.000 emplois dans une bouteille !

La filière vinicole est un pan majeur de notre économie, mariage du « produire en France » et du « vendre dans le monde ». Un secteur qui cultive la vigne... et les paradoxes.

Incroyable secteur du vin qui fait travailler plus de 800.000 personnes dans l'Hexagone. Alors que le vin est indissociable de l'image de la France, son poids

économique est méconnu et son image souvent maltraitée. Pourtant, son rôle se fait sentir dans tous les domaines, l'emploi (dans la filière viticole, mais aussi dans le négoce, la distribution,

l'enseignement, les fournitures industrielles, la restauration...), mais aussi l'export (2^{ème} place dans la balance commerciale), le tourisme (12 millions de visiteurs œnophiles sur les 80 millions de visiteurs accueillis chaque année) ou la redynamisation des zones rurales.

Un potentiel inégalable

Considérée comme la mère patrie du vin, pour une question de volume autant que de qualité (20% du vin de la planète est produit dans l'Hexagone), la France monte à fin 2010 sur la 1^{ère} place du podium, avec une production estimée de 419 millions de caisses, devant l'Italie (n°1 en 2009) et l'Espagne. Les trois pays européens représentent à eux seuls la moitié de la production mondiale... pour l'instant. En effet, la Chine pointe déjà à la 7^{ème} place, et sa production devrait croître de 77% d'ici 2014. Mais le volume n'est plus le challenge principal des 96.000 exploitations françaises, la recherche de la qualité supplantant aujourd'hui celle de la quantité. La viticulture représente 15,4% de la valeur de la production agricole, pour seulement 3% des surfaces agricoles utilisées. 3,5% se sont convertis à la production biologique, une tendance de fond, en progression de 25% depuis 2007, pour répondre à la demande de 18% des consommateurs.

Un placement qui vaut de l'or

Pour les investisseurs, alors que la Bourse flanche et que la pierre inquiète, la cave est-elle une valeur refuge ? Pour Léopold Cordier, expert du marché international des vins, associé à Camille Benoist, propriétaire du Château La Bergère à Saint-Émilion, « le placement en vin a la chance de n'être affecté ni par les fluctuations du marché boursier ni par la variation des taux d'intérêt ». Aujourd'hui, le vin est donc devenu un véritable créneau d'investissement, avec une

rentabilité à faire pâlir les marchés financiers : l'indice de référence WineDex s'est apprécié de 200% en 5 ans, contre 20% pour le CAC 40. Comme le précise Léopold Cordier, « la situation actuelle est très favorable pour investir dans le vin, en raison d'un contexte financier incertain et du manque de visibilité sur le marché des actions. Le marché des grands vins offre une tendance à

la hausse de la demande, notamment dans les pays émergents, couplée à une stabilité de l'offre ». Cerise sur le gâteau, les transactions de vins entre particuliers bénéficient d'une vraie niche fiscale, puisque les plus-values réalisées à l'occasion de la vente d'une bouteille ne sont pour l'instant pas imposées si la cession est inférieure à 5.000 euros.



Historiquement, le marché est soutenu par la consommation interne : la France est toujours le 1^{er} pays consommateur de vin devant l'Italie, le Portugal et l'Espagne, «absorbant» 14% du vin produit dans le monde. Une consommation qui tend cependant à baisser fortement, puisqu'elle est aujourd'hui de 12,5 litres d'alcool par an et par habitant de plus de 15 ans, moitié moins que dans les années 60.

Une exportation positive

Avec un chiffre d'affaires de 5,5 milliards d'euros réalisé à l'international en 2009, soit la moitié de son activité, la filière vins et spiritueux est aujourd'hui le 3^{ème} secteur exportateur français après l'aéronautique et la chimie-parfumerie. Depuis 2005, l'Hexagone a beau avoir perdu son statut de 1^{er} exportateur mondial en volume, il reste largement en tête en valeur. C'est tout particulièrement vrai pour le bordelais, puisque les exportations devraient générer sur l'ensemble de 2011 un chiffre d'affaires de 1,84 milliard d'euros, soit 9,5% de plus que le précédent record historique. Après la crise de 2008, qui avait vu s'effondrer le marché international, la croissance est revenue en 2010 (+14% en volume et +17% en valeur) comme en 2011 (25% en volume et 36% en valeur). Pour la première fois depuis 2003, les exportations de vins de Bordeaux dépassent la barre des 2 millions d'hectolitres.

Un succès largement dû aux achats massifs des Chinois, 1^{er} acheteurs dans

le monde de vins de Bordeaux, avec 51,5 millions de bouteilles pour un montant de 297 millions d'euros, une progression de 110% par rapport à 2010. Si on ajoute les ventes à Hong Kong, 1^{er} client en valeur (357 millions d'euros), les consommateurs chinois ont acheté le quart des bouteilles de Bordeaux exportées en 2011, loin devant les Britanniques (272 millions), les Américains (121 millions)... et les Belges (114 millions d'euros tout de même). Mais l'international représente aussi un enjeu majeur pour d'autres régions, le Languedoc exportant, selon le président du CIVL Frédéric Jeanjean, 37% des débouchés des AOC du Languedoc : «Notre 1^{er} marché, c'est la Grande-Bretagne, qui a progressé de 25%. Mais le succès le plus impressionnant vient de Chine, avec une progression de plus de 90%». Pourtant, la concurrence est rude.

La fin des terroirs ?

Si, comme le déclare Michel Issaly, à la tête du syndicat Vignerons indépendants de France, «autrefois, il suffisait de s'appeler Bordeaux ou Bourgogne pour

16 régions sur 22
sont productrices
de vin



La France produit
20% du vin de la
planète



Le vin est le 3^{ème} secteur
d'exportation français

cartonner à l'exportation», les choses changent, notamment avec la concurrence des vins du Nouveau Monde, à l'offre nettement plus lisible. Alors que l'indication d'origine géographique est toujours une caractéristique incontournable du vignoble français, certains ne jurent que par les vins de cépage pour

Les exportations de vin
rapportent **5.473 milliards**
d'euros à la France.

permettre une meilleure adaptation aux habitudes de consommation dans la majorité des pays et notamment aux États-

Unis. Ainsi, les vins de Cahors mettent à l'international l'accent sur le cépage Malbec, bien connu des Américains car

Le filon des Foires aux vins

En 1978, Édouard Leclerc lançait la 1^{ère} Foire aux vins. Au fil des années, ces «braderies» se sont imposées comme un rendez-vous incontournable de la grande distribution, fréquentées par près de 1 Français sur 2,

et y consacrant un budget croissant. Des événements qui séduisent autant les amateurs éclairés voulant alimenter leur cave (55%) que les chasseurs de bonnes affaires (66%), avec un taux de satisfaction de 92%. C'est aussi le

cas des professionnels de la distribution, puisque, selon une étude du Comité interprofessionnel des vins de Bordeaux (CIVB), les Foires aux vins ont représenté, en 2010, 11% des volumes vendus en hypers et supermarchés,

et 17% du chiffre d'affaires ! Le concept fonctionne si bien qu'au traditionnel rendez-vous de septembre, la plupart des enseignes proposent désormais une Foire de printemps en mars et parfois jusqu'à début avril. Et le succès est au



rendez-vous, puisque ce 2^{ème} événement réussit aujourd'hui à réaliser environ la moitié du chiffre d'affaires automnal.

«Le vin, c'est 50% des bénéfices de la restauration»

Le prix moyen de l'assiette est plutôt moins élevé en France que dans les autres pays européens. Les restaurateurs sont donc économiquement dépendants du vin. Selon une étude du ministère de l'Agriculture, la vente de vin représente, tous types de restauration confondus, environ 20% du chiffre d'affaires total et 17% en moyenne dans les achats. Philippe Faure-Brac, meilleur sommelier du monde en 1992, est également propriétaire du Bistrot du Sommelier, ouvert en 1984. Une double expérience qui lui permet d'être affirmatif : «*Sans le vin, la restauration française*

ne survivrait pas. Dans les restaurants gastronomiques, le vin représente à lui seul 40 à 50% des bénéfices !». On estime qu'en 2010, les 175.000 établissements français ont réalisé un chiffre d'affaires de près de 60 milliards d'euros, soit un peu moins de 12 milliards pour la filière viticole. On note cependant des changements dans les habitudes de consommation. Aujourd'hui, 9 restaurants sur 10 proposent désormais du vin au verre, de 12 à 15 cl, et plus seulement pour les petites appellations, ce qui permet une montée en gamme et en tarif, devenant ainsi une source de chiffre d'affaires



Philippe Faure-Brac, propriétaire du Bistrot du Sommelier

significative et surtout un supplément de marge, les consommateurs étant prêts à mettre 20% de leur note pour un verre de vin.

cépage(s) et le millésime sur l'étiquette. Une organisation interprofessionnelle, l'Anivin, a été créée afin de promouvoir cette nouvelle catégorie en France et à l'international. L'accueil est plutôt favorable, puisque la commercialisation porte sur 133 millions de bouteilles en 2011, une progression de 42% par rapport à l'année précédente, et de 25% des exportations, dont une réussite exceptionnelle en Allemagne et en Chine (+63% sur ces deux marchés). Une offre qui est particulièrement tirée par les vins blancs, représentant 45% des exportations. L'offre reste cependant encore assez limitée sur le marché, puisqu'elle ne repose que sur 664 opérateurs habilités (150 négociants, 80 caves coopératives et 434 caves particulières).

Les patrons séduits

Le goût de nombre de dirigeants d'entreprise pour le vin n'est pas un secret. Le succès du Wine Business Club créé il y a 20 ans (le 16^{ème} Club vient d'ouvrir à Lille) par Alain Marty en est la preuve. Ce petits-fils de vigneron catalan, auteur de nombreux ouvrages sur le sujet et d'une émission sur BFM dédiée au vin, qui a su réunir dirigeants de grands groupes et patrons de PME (2.500 membres aujourd'hui, pour un chiffre d'affaires de 7,4 millions d'euros), milite pour l'image du vin et sa promotion : «*Nous rêvons tous de devenir des "paysans de luxe"*. Les patrons ont les moyens d'investir dans le vin, qui est quand même très glamour. Parmi nos membres, 53 sont ainsi, en parallèle de leur business, propriétaires d'un vignoble en France. Certains considèrent juste que cela fait bien d'avoir un domaine mais d'autres sont de vrais amoureux du vin, qui deviennent aussi de véritables vignerons à temps plein. Si l'on ajoute les avantages fiscaux pour les très hauts revenus... comme on le dit dans le milieu, mieux vaut être riche avant d'acheter un vignoble que de compter sur le vignoble pour le devenir». On

Lorsqu'Évin a le vin mauvais !

En 1991, Claude Évin faisait passer une loi limitant le droit à la publicité pour toutes les boissons alcoolisées. Un cadre légal profitant aux marques, notamment d'alcool, et restreignant en revanche beaucoup la représentation du vin. Comme l'explique Marie-Christine Tarby, présidente de Vin & Société, structure représentant tous les acteurs de la filière viti-vinicole, «*quand Frédéric Mitterrand, ministre de la Culture, passe à la télévision dans "Un dîner presque parfait" pour célébrer le classement du repas français à l'Unesco, il n'a même pas le droit de présenter le vin qui accompagne le repas, alors que le vin est un fleuron de notre patrimoine et de notre gastronomie... Nous sommes fiers du vin et nous devons le dire !*». Majoritairement, les professionnels souhaitent donc une redéfinition de la loi. Le marketing est devenu en effet primordial dans la bataille mondiale.

typique des vins argentins ! Autre succès, le Domaine Tarette créé par Yves Grassa, devenu l'un des premiers exportateurs de vins français en proposant des vins blancs «festifs», fruités, sucrés et faciles à boire, qui ont conquis d'abord les Anglais puis le reste du monde. Mais tout ne se passe pas toujours aussi bien. En 2005, Pascal Renaudat, un entrepreneur ambitieux, lançait Chamarré, pour produire des vins de cépages sous une même marque ombrelle et l'objectif de créer rien de moins que «l'Airbus du vin». Malgré un succès d'estime, ses audacieuses bouteilles de Chardonnay ou de Pinot Noir faisant la une de l'«International Herald Tribune», la success story a tourné court et l'entreprise a été placée en redressement judiciaire, mais l'idée est bien là.

En 2009, une nouvelle catégorie a vu le jour pour réunir tous les vins sans indication géographique régionale, sous la désignation générique de Vins de France, et pouvant mentionner le ou les

Rothschild, premier milliardaire à investir les grands crus

En 1853, le baron Nataniel de Rothschild achète aux enchères le Château Brane Mouton à Pauillac et le renomme Château Mouton Rothschild. Ce 1^{er} Grand Cru selon le classement de 1855 (en fait, depuis la révision de 1973, d'où la devise : «Premier je suis, second je fus, Mouton ne change») est l'origine du développement des activités familiales dans le secteur du vin, sous la houlette de Philippe de Rothschild qui prend la direction du domaine en 1923, jusqu'à sa mort en 1988. Sa fille, Phillippine, lui succède alors avec succès, multipliant le chiffre d'affaires par 2,5 pour atteindre aujourd'hui 188

millions d'euros. En lançant en 1930 le vin de marque Mouton Cadet, Philippe de Rothschild a initié l'entrée de la famille dans une activité de distribution sur une grande échelle. En 2011, la filiale Rothschild France Distribution, créée en 2012, a réalisé une forte croissance, avec un chiffre d'affaires de 85 millions d'euros et un volume de vente de plus de 11 millions de bouteilles (+9%). Pour Hugues Lechanoine, directeur général de Baron Philippe de



Phillippine de Rothschild



Rothschild SA : «Notre performance en France est le fruit d'un redéploiement commercial opéré depuis quelques années, dont

l'impact se ressent également à l'international». La marque Mouton Cadet a notamment progressé de 11% et devient ainsi n°2 en part de marché sur le segment des Bordeaux rouges en grande distribution.

compte évidemment quelques tycoons des affaires à la notoriété aussi éclatante que leurs domaines, comme le banquier Albert Frère, propriétaire de 3 châteaux dont le prestigieux Cheval-Blanc, François Pinault (Château-Latour),

Bernard Arnault (55% de Château d'Yquem), mais aussi des chefs d'entreprise de taille moindre, tout aussi passionnés. C'est le cas de Martial Guiette, 47 ans, le bouillant P-DG de SMBG-

Eduniversal, qui a investi dans le domaine des Roques de Cana, au cœur du vignoble de Cahors, séduit par l'histoire de cette région, mais aussi par le succès d'Alain-Dominique Perrin, ancien P-DG de Cartier et propriétaire du Domaine Lagrezette. Cet amateur éclairé rêvait de bâtir un grand domaine, ce qu'il a fait en réunissant en 2006 diverses parcelles et plusieurs passionnés autour de lui, tous amis ou proches, venus d'horizons différents. Malgré son expérience et un succès dès le 1^{er} millésime, récompensé par de nombreux prix, Martial Guiette, le croisé des Cahors, y a mis toutes ses économies : «Nous avons lancé beaucoup d'investissements, nous n'avions pas de stock et les ventes avaient du mal à décoller en raison du contexte. En mai 2010, nous avions 800.000 euros de dettes. Aujourd'hui, nous avons tout remboursé, avec un capital social de 1,6 million d'euros et 2,5 millions d'euros de stock». Le vin n'est pas un eldorado sans risque, mais, aujourd'hui plus que jamais, un véritable secteur économique qui a besoin du savoir-faire et de la volonté d'entrepreneurs.

Lionel Dupré

Robert Parker, l'américain qui fait la loi !

Cet ancien avocat de Washington a acquis une notoriété mondiale en imposant un système de notation sur 100 pour tous les vins, quelle que soit leur réputation. Robert Parker, qui a fait assurer son nez et son palais pour un montant de 1 million de dollars, a des idées très arrêtées sur ce que doit être un «bon» vin. Son influence a conduit certains producteurs à élaborer des vins pour répondre à ses critères, ce que certains critiques ont

qualifié de «parkerisation» ! Comme le remarque le critique et auteur de guide français Michel Phaneuf : «N'est-il pas paradoxal que, à une époque où l'on n'a jamais tant célébré la diversité et la complexité des vins fins en tentant d'en comprendre la genèse, une poignée de commentateurs tout puissants décident de ce qu'il faudrait boire en résumant puérilement les vins fins par des chiffres ?». Les notes du tout puissant Robert Parker et surtout ses commentaires tranchés

suscitent d'ailleurs de plus en plus de réactions négatives des professionnels. Ainsi, un simple tweet en mars dernier, qualifiant la production du Bordeaux 2011 de «millésime sans aucun intérêt», a eu des conséquences immédiates sur les prix, alors même que le critique n'avait effectué qu'une dégustation partielle et que son jugement officiel n'est attendu que pour la fin mai.



Robert Parker