

Diplôme : BTSA Viticulture-oenologie

Module : M51 - Marchés Filières, et Territoires

Objectif général du module : Appréhender le fonctionnement et la dynamique de la filière et des territoires viti-vinicoles

Indications de contenus, commentaires, recommandations pédagogiques

Ce module se situe au croisement de l'analyse des filières et de celle des territoires. Cette approche permet de situer les activités dans le contexte professionnel, ses métiers, sa réglementation, ses institutions. La progression de ce module permet d'aborder l'ensemble du fonctionnement d'une filière ou d'un terroir, elle est logique mais n'est qu'indicative : il est parfois utile de mobiliser des outils de politique économique pour expliquer les efforts d'adaptation des territoires. Par exemple, les mécanismes de régulation peuvent être abordés avant l'organisation du territoire ; les acteurs et les institutions peuvent être vus, appréhendés et étudiés en même temps que les mesures de régulation et d'adaptation de la filière.

Il convient de s'appuyer sur des études de cas, favoriser les rencontres avec les professionnels et valoriser les voyages d'étude. La veille bibliographique est nécessaire pour actualiser les données chiffrées et les cadres réglementaires, juridiques ou institutionnels en évolution rapide.

Objectif 1 - Caractériser les marchés viti-vinicoles, leurs structures et leurs évolutions

L'idée générale de cet objectif est de faire apparaître les changements et les évolutions significatives des marchés et des filières du vin. En introduction générale, les grandes dates de l'histoire du vin et de son expansion sont à marquer, ainsi que les images et les mythes qui lui sont associés. En premier lieu, la stagnation de la production et des surfaces en Europe en regard de l'essor marqué de la production mondiale ; et, s'agissant des exportations, le développement des exportations des pays du "Nouveau Monde" et les transformations des exportations françaises.

Objectif 1-1 : Présenter la notion de filière en définissant le produit "vin"

Il s'agit à ce niveau, dans ce chapitre, d'expliquer le titre du module : comment l'analyse socio-économique des marchés du vin mobilise les notions de "filière" et de "territoires". Ces notions sont expliquées en prenant comme support la mise en marché du vin. Proposer une définition de marché, de filière et de territoire (et de terroir). Rappeler l'histoire des notions, ancienne de filière (travaux de Goldberg, Malassis, Rastoin), plus récente de "territoires" (Deffontaines, Di Méo, Pitte...). La définition du produit "vin" est un enjeu important, car elle peut autoriser, décourager ou conforter certaines pratiques. Qu'en est-il des "usages constants et loyaux"? Les frontières du vin évoluent avec les techniques nouvelles : l'incorporation de moûts concentrés, de copeaux de bois, le recours à des levures exogènes ou

aromatiques, le cracking, l'osmose inverse, la desalcoolisation, la flash détente...)

Objectif 1-2 : : Situer la viticulture dans l'économie locale, nationale, européenne et mondiale (surfaces, productions, exportations)

Il s'agit d'apprécier le poids économique de la viticulture dans le bassin de production ou la région : emplois directs et indirects créés ; dans l'agriculture nationale (valeur ajoutée créée) et dans les exportations françaises (poids dans les échanges totaux et alimentaires...) . La production sera mise en regard de la consommation mondiale et par pays. Il est nécessaire de distinguer, dans la mesure du possible, les vins d'origine et les vins courants (signes de qualité, cépages...)

Les principaux pays viticoles sont identifiés.

Objectif 1-3 : Caractériser les échanges vinicoles en distinguant vins de qualité et vins de table

La distinction , classique, entre VQPRD (vins de qualité produits dans des régions déterminées) et VDT (vins de table) est pertinente. Elle ne se substitue pas encore à la classification française en 4 catégories, ou à celle de l'Europe (AOP, IGP, VdT)

Présenter les courants d'échange. Faire apparaître la montée en puissance du "Nouveau Monde", et les besoins de nouveaux pays consommateurs , Pays de l'Est, Chine, Etats-Unis

La dynamique et le contenu des exportations françaises de produits de la viticulture sont deux points importants ; ils sont liés aux changements qualitatifs dans la consommation (le développement de la consommation de vins de qualité aux dépens de celle de vins courants). On s'attache à montrer les transformations des exportations (essor des VQPRD , des vins effervescents et du cognac pour la France).

Objectif 2 : Identifier les acteurs et en percevoir la logique

Le vin est un marché très régulé. Beaucoup d'acteurs interviennent et la réglementation est très fournie. Examiner la structuration de la filière : les institutions et leurs attributs, les opérateurs économiques, et les organisations locales

Objectif 2-1 : répertorier et caractériser les acteurs institutionnels locaux, nationaux, européens et mondiaux

OIV ; l'organisation du niveau européen ; et au niveau français : VINIFLOR, INOQ, Chambres d'Agriculture, ODG, IFV , INRA, Syndicat de défense, interprofessions... Préciser, au travers d'exemples et pour chaque niveau géographique, les fonctions attribuées et les logiques à l'œuvre. Faire apparaître leur dynamisme et leur poids. Ordonner et articuler leurs fonctions le long de la filière.

Objectif à rapprocher de l'objectif 3, en particulier le 3.2

Objectif 2 2 : -Présenter les acteurs économiques

Il s'agit de préciser les métiers du vin, d'en expliquer les pratiques et les logiques, et de faire apparaître les traits majeurs de l'évolution des marchés en fonction des comportements des consommateurs

■Préciser le positionnement, l'importance et la représentativité des acteurs (producteurs indépendants / coopérateurs ; metteurs en marché ; consommateur)

Les acteurs de la filière et les "métiers" du vin (rôle et poids).

■Dégager les principales stratégies qui animent les acteurs de la filière (internationalisation, intégration, spécialisation, différenciation...)

Oligopolisation de la mise en marché aux niveaux national et mondial (formation d'un oligopole à franges)

■Cerner les attentes des clients pour réaliser une démarche qualité.

Qui consomme du vin, quand, où et comment ?

Les fondements de la politique nationale de santé publique appliquée au vin sont abordés (faut-il distinguer alcools forts et vins ?, loi Evin et information...) La difficile question des liens entre vins et santé est posée : les effets bénéfiques et négatifs du vin et la construction de l'image du vin.

■Dégager les tendances de l'évolution des exploitations produisant du vin: spécialisation des exploitations, "salarisation", concentration, professionnalisation...

■Appréhender les logiques de mise en marché en reliant types de produits (vin de terroir et vin de marque, agriculture biologique...), opportunités de marché (accords de marché, contrats de filière...) et mode de commercialisation

Types de mise en marché : les modèles "domaines commercialisants" (la bouteille,) coopérateurs et "vendeurs de raisin", vente à des négociants ...etc..

Objectif 2-3 : Caractériser l'organisation du territoire, sa gouvernance, ses forces et ses faiblesses

Cet objectif vise tout d'abord à comprendre la gestion d'un territoire par les acteurs locaux Quelles sont les alliances et

les confrontations conjoncturelles et structurelles à l'œuvre (idée de "coopétition", de "conflits-concours" ...)
Comment est géré un vignoble local ? Quels liens entre élus, professionnels et représentants de l'état ? Le vignoble est-il calé sur une structure de gestion ? (pays, comité de bassin, communautés de communes..) ? Est-il polarisé par une agglomération ?
Le marché du vin peut donner lieu à un système productif local autour du vin (Bordeaux, Bourgogne...)
Cet objectif vise aussi à considérer les atouts et les contraintes du territoire étudié compte tenu des efforts d'adaptation, ses opportunités et ses limites afin d'évaluer ses forces et ses faiblesses dans la compétition.
S'appuyer sur des cas concrets.

Objectif 3 : Appréhender les cadres politiques, réglementaires, et juridiques de la filière et l'organisation des territoires de production

Compte tenu de la nature du produit vin, des logiques des acteurs et de la mondialisation, comment interviennent les acteurs pour réguler le marché du vin et comment réagissent les territoires. Les trois objectifs de deuxième niveau sont liés

Objectif 3-1 : Expliquer la mise en place de la politique viti-vinicole française et européenne en mesurant les enjeux des dispositifs politiques, juridiques et réglementaires pris depuis le milieu du XIX^{ème} siècle (crise du phylloxéra)

Partir du statut viticole (1935)
OCM, en refaire l'histoire et les étapes des principales dispositions et traités depuis la création de la 1^{ère} OCM viticole en 1970 2^{ème} OCM en 1979 ; 3^{ème} en 1985 (Dublin), 4^{ème} OCM en 1999 (Berlin) 5^{ème} en 2007.
Expliquer les mesures, leur intérêt, leur portée et leur coût.

Objectif 3-2 : Caractériser les moyens d'action permettant d'expliquer les moyens d'intervention, d'en mesurer la portée, d'en montrer les limites

Bien faire apparaître les deux dimensions de toute politique : réglementations et soutiens. Dégager et typer les mesures d'intervention : aides à la distillation, aides à l'arrachage, protections, aides à la restructuration du vignoble...

Faire valoir l'importance du contexte (élargissements, surproductions, coût budgétaire, poids des consommateurs, mondialisation...)

Montrer le processus de libéralisation croissante au travers des mesures (abandon progressif du soutien des prix et de la préférence communautaire, et à terme des droits de plantation, apparition de DPU..)

Objectif 3-3 : Présenter la législation viti-vinicole et les organismes de contrôle en précisant les règles de production et le système déclaratif, les règles des pratiques œnologiques, les règles de mise en marché : étiquetage, droits de circulation...

Activités pluridisciplinaires

Etude de filière :

15 heures pluridisciplinaires sont prévues pour des journées, voyage d'études, témoignages de professionnels...

On peut réaliser l'étude d'un terroir, d'un territoire de production viticole, d'une filière territorialisée, d'un procédé (vrac, Bio,), d'une marque, d'un cépage...

Envisager, conformément à l'analyse de filière, les structures, les comportements et les performances des exploitations et des structures de mise en marché.

Références documentaires ou bibliographiques pour ce module

Sites internet ; VINIFLHOR, ITV, OIV.... Graphagri, AGRESTE ...

Revues

Réussir vignes
Revue de viticulture
Revue des œnologues
Revue suisse de viticulture arboriculture horticulture
Le progrès agricole et viticole

- Albert P et Martin M** Transformation des formes organisationnelles des firmes : Une application à l'industrie des vins et spiritueux *Economie Rurale* 264-265, 2001, pp60-75.
- Auby JF** L'économie du vin, la crise et les remèdes. Ed Sud Ouest. 2007
- Bahans JM Menjucq M.** Droit du marché viti-vinicole Bordeaux, Ed Féret, 2003.
- Bardissa J** Cent ans de guerre du vin ; Théma Paris. 1976
- Bartoli P Boulet D,** Conditions d'une approche en termes de régulation sectorielle Les ca de la sphère viticole cahiers d'Economie et de Sociologie Rurale n°17 INRA ESR., 1990
- Bencharif A. Rastoin JL** Concepts et méthodes de l'analyse de filières agroalimentaires : Application par la chaîne globale de valeur au cas des blés en Algérie Working paper N°7/2007 Disponible sur le site VINIFLOR
- Berger R,** Le vin, un produit à risque qui s'embourgeoise ! CREDOC, Consommation et modes de vie N° 216 Nov 2008
- Berthomeau J** Comment mieux positionner les vins français sur les marchés d'exportation ? Rapport remis au ministre de l'agriculture et de la Pêche, 2001 81 p.
Biocontact octobre 2008 :
-Olivier Soulier la symbolique du vin pp88-91
-Michel Montignac le vin et la santé pp 38-44
-Alain Drouard L'histoire pp75-79
- Bradfer A, Maigne J** Guide des caves coopératives Hachette
Cap 2010 Le défi des vins français Note d'orientation stratégique à l'attention du ministre de l'agriculture Doc multigr , 2002.
- Cesar G** Actes du colloque Vin, consommation, distribution : nouveaux enjeux, nouvelles opportunités? Organisé par le sénat le 28 oct 2004 rapport d'information du sénat n°196 fait au nom de la commission des affaires économiques , 2 février 2005.
Commission européenne PAC 2000 Documents de travail. Vin, économie du secteur. Direction générale de l'agriculture février 2006 156 p
- Corbeau JP** Réflexions sociologiques "en vrac "sur le vin. Anthropology of food Décembre 2004 Disponible sur internet, 2004
- Couderc JP,** BACCHUS Enjeux, stratégies et pratiques dans la filière viti-vinicole Ed DUNOD.(Les éditions 2005 et 2006 sont encore valides et intéressantes), 2008
- Derouille JP** Le vin face à la mondialisation Paris, Hachette 2003.
- Dion R,** Histoire de la vigne et du vin en France ; des origines au XIX ème siècle Paris, Les Belles Lettres, 1959
- Hinnewinkel JC,** Les AOC dans la mondialisation Anthropology of food vin Décembre 2004 disponible sur internet.
- Laporte C,** L'appellation d'origine contrôlée comme garant de la typicité des vins *Revue d'Economie Rurale et urbaine*, 2000, III c pp557-570
- Lauret F** Sur les études de filières agroalimentaires *Economies et Sociétés Série AG* 17, 5, 1983
- Olszak N** Le génie des AOC *Revue Lamy droit des affaires* 68, 2004 pp83-87
- Rainelli M** Les filières in Richard Arena et al. *Traité d'économie industrielle* <Paris Economica 1988.
- Smith A, de Maillard J, Costa O,** Vin et Politique; les Presses de Sciences politiques , 2007
Réussir Vigne, Les scénarios du futur, Etude prospective Vignes et Vins de l'INRA. Numéro spécial N° 100 Septembre 2004.
- Roudié P** Vin et mondialisation, le point de vue d'un géographe *Archeology of food*,3, 2004 16p (disponible sur internet)
- Touzard JM,** *Revue d'Economie Rurale et urbaine* , III Coordinations locales, innovation et régulation : l'exemple de la transition "vins de masse" –"vins de qualité" en Languedoc Roussillon, 2000, pp589-604
- Pitte JR,** , Les terroirs, 2009
- Sohlberg P.** Les déboires du vin français *Alternatives Economiques* n° 262 octobre 2007
Vins, santé et alimentation Actes du colloque organisé par le sénat (rapport d'information n° 286 session ordinaire 2002-2003 M Gérard Cesar et Gérard larcher Sénat 2003
Vin, consommation, distribution : nouveaux enjeux, nouvelles opportunités ? Actes du colloque organisé par le Sénat (rapport d'information n° 169 session ordinaire 2004-2005 Gérard Cesar 2005.
VINITECH, Le métier de vigneron, un métier d'avenir ? Perception du marché du vin et de son évolution par le vigneron Enquête Vinitech réalisée par BVA –Juin 2004.