



FranceAgriMer

**Plan stratégique
sur les perspectives de la filière vitivinicole
à l'horizon 2025**

*Mesure n°1 : Mettre effectivement en œuvre le plan stratégique
et en effectuer un suivi*

Préambule

Les chiffres clés de la filière viticole française

Etat des lieux - Constat

Les enjeux de la filière viticole

- **La recherche de la croissance en valeur et en volume par le développement des parts de marché à l'exportation et la reconquête du marché des bases « industrielles » (jus de raisin, MCR, bases mousseux et brandies)**
- **Le maintien d'un marché national fort, durable, en phase avec les attentes sociétales et responsables tout en soutenant un tissu productif et économique compétitif**

Les leviers pour servir ces enjeux

- | | |
|---------------------|---|
| Levier n°1 : | Intensifier les outils de la conquête |
| Levier n°2 : | Répondre aux demandes sociétale et agro-écologique |
| Levier n°3 : | Renforcer le potentiel humain et soutenir la modernisation des entreprises |
| Levier n°4 : | Améliorer le potentiel du vignoble français en qualité et quantité |
| Levier n°5 : | Consolider la gouvernance de la filière et le pilotage économique |

Synthèse

Tableau de synthèse du plan stratégique de la filière vitivinicole

Préambule

Les filières agroalimentaires constituent un atout majeur pour la France. Elles sont des facteurs de croissance, d'emplois et de localisation d'activités économiques dans les territoires.

A l'aube d'une nouvelle phase de mise en œuvre de la Politique Agricole Commune, les filières agroalimentaires doivent relever des défis majeurs pour leur pérennité. Plusieurs filières ont déjà mené des réflexions stratégiques pour préparer leur avenir et de nombreuses études sur la compétitivité ont été conduites au cours de ces dernières années (FranceAgriMer, CGAAER, Interprofessions....).

L'état des lieux et les perspectives sont largement connus. Mais les différents acteurs des filières doivent se les approprier et sur cette base co-construire une véritable stratégie qui :

- intègre les modifications de l'environnement économique,
- décline la double performance de demain : économique et environnementale,
- prenne en compte la territorialisation des bassins de production et leurs liens avec les outils industriels
- favorise des projets partagés par l'ensemble des acteurs.

C'est pour cette raison que le Ministre en charge de l'agriculture a engagé une réflexion stratégique sur les perspectives des filières agroalimentaires qui doit se traduire par des engagements des différents acteurs.

Cette réflexion a été conduite, pour ce qui concerne le secteur viticole, en s'appuyant sur FranceAgriMer et son conseil spécialisé.

De nombreux groupes de travail du conseil, associant tous les acteurs de la filière, se sont tenus depuis octobre 2013 sur le sujet. Un rapport d'étape à la réflexion stratégique sur les perspectives de la filière viticole à l'horizon 2025 a été présenté au ministre en charge de l'agriculture en décembre 2013.

Il convient de souligner que les réflexions et travaux menés pour élaborer ce plan stratégique sont en droite ligne du Plan quinquennal de modernisation de la filière viticole 2008-2013 ; plan demandé par le Président de la République au ministre en charge de l'Agriculture « *afin de restructurer et relancer sur 5 ans la filière et la production viticole nationale pour permettre la reconquête progressive des parts de marché mondiales perdues par les vins français tout en garantissant l'accompagnement social des viticulteurs en difficulté* ».

Le plan quinquennal de modernisation de la viticulture 2008-2013, décliné en 27 mesures opérationnelles, devait permettre :

- d'accroître les volumes mis en marché à l'exportation,
- de renforcer la qualité et l'image de la production française pour améliorer la valorisation du produit.

Les chiffres clés de la filière viticole française

Surface : environ **755 000 ha** de vignes en production en 2012 (dont 448 000 ha d'AOP, 75 000 ha de vins aptes au cognac, 192 000 ha d'IGP et 60 000 ha de vins sans indications géographiques).

2ème position mondiale derrière l'Espagne

A noter : En 12 ans, le vignoble français a régressé de 14 % environ (dans le même temps, baisse du vignoble espagnol de près de 22% et de l'Italie de 15%)

70 départements concernés par la production viticole, 16 régions, avec contribution paysagère notoire dans plusieurs régions

Récolte : la production française de vin oscille entre **43 et 50 millions d'hectolitres** suivant les années (la moyenne quinquennale 2008-2012 s'établit à 45,5 millions d'hectolitres)

Elle se répartit entre environ 47% d'AOC, 28% d'IGP, 8% de vins sans indication géographique et 17% de vins apte à produire une eau de vie de vin (cognac majoritairement).

Les rendements moyens sont compris entre 44 et 58 hl/ha suivant les années.

La France et l'Italie se partagent suivant les années la place de **1^{er} producteur de vins au monde** – environ 17% du vin mondial est français

A noter : La production française a baissé de 22% (production 2000 comparée moyenne quinquennale 2008-2012) alors que celle de l'Espagne n'a enregistré qu'une baisse de 18% et celle de l'Italie de 13%). La baisse de la superficie du vignoble espagnol ou italien (plus importante qu'en France) s'accompagne d'une productivité plus importante (l'Espagne est en passe de devenir le 1^{er} producteur mondial de vin en 2013)

Valeur : Le chiffre d'affaires de la viticulture est estimé, tous vins confondus, à près de **12 milliards d'euros** (source : Commission des comptes de l'agriculture – 2013).

Les entreprises de l'aval de la filière vin ayant un chiffre d'affaires supérieur à 2 millions d'euros représentent un chiffre d'affaires global de près de **16 milliards d'euros** (*Observatoire financier des entreprises agroalimentaires – Crédit Agricole – 2013*)

Le chiffre d'affaires des entreprises du secteur des eaux de vie de vin (Cognac, Armagnac et Brandies) est estimé à **2,7 milliards d'euros**

La filière fournit en France plus de **600 000 emplois directs et indirects** et plus de **15% de la valeur de la production agricole**

La France a exporté en 2012 près de

13,7 millions d'hl de vin pour **7,6 milliards d'euros**,

475 000 hlap d'eaux de vie de vin (466 000 hlap pour le cognac et 9 000 hlap pour l'armagnac) pour plus de **2,4 milliards d'euros** et

403 500 hlap de brandies pour **189 millions d'euros**.

Le chiffre d'affaires export total de la filière vitivinicole est donc de l'ordre de **10 milliards d'euros** (2^{ième} secteur économique exportateur national derrière l'aéronautique - 1^{er} secteur exportateur agroalimentaire). **Le solde positif des exportations est de 9,5 milliards d'euros**

A noter : 47% de la valeur des exportations de vins en bouteille est réalisé par moins de 10% des volumes

57% des volumes représentent ensemble 21% de la valeur globale des exportations de vins en bouteilles

57% des exportations se font à un prix départ n'excédant par 3 euros/bouteille (les AOP/IGP représentant 40% des volumes et les VSIG 17%)

45% de la production de vin dans le monde concentrée dans 3 pays / 1/3 de la consommation de vin dans le monde consommée dans 3 pays

Une contribution significative au tourisme, plusieurs vignobles au patrimoine de l'humanité, la France pays du vin et de la gastronomie, l'art de vivre à la française et depuis 2000 l'émergence de l'oenotourisme.

Importation : Les importations françaises de vins se sont élevées à environ **6,5 millions d'hectolitres en 2011** (5,9 millions d'hectolitres en 2012) **pour une valeur de 630 millions d'euros**.

Les importations de vins sans indication géographique représentent près de 68% des volumes. Elles sont constituées principalement de vins d'entrée de gamme.

Les importations françaises de vins proviennent essentiellement d'Espagne, d'Italie et du Portugal. La part de ces trois pays représente à eux seuls 87% des volumes en 2012.

L'Espagne représente plus de 62% des importations, principalement en vrac

I – ETAT DES LIEUX – CONSTATS

Depuis quelques années, la croissance des échanges mondiaux s'est accélérée et la concurrence s'est faite plus vive. La crise financière puis économique a eu un impact profond sur la filière vin mondiale tant sur les pays producteurs que sur les marchés de consommation.

La consommation mondiale de vin en 2012 a été de 241 millions d'hectolitres et est stable depuis la crise économique de 2008-2009.

La filière viticole française a ainsi vu ses positions se fragiliser alors que de nombreux pays sont devenus concurrents sur le marché mondial et sur différents niveaux de la gamme des vins.

Le vin est le principal débouché de la production viticole¹, l'évolution de sa consommation est le facteur déterminant de l'équilibre et de devenir des filières vitivinicoles.

Au fil des années, la France a consolidé une stratégie et une orientation « tout vin et eau-de-vie de vin » en délaissant toutes les productions autres : vins de base pour brandies, pour vins mousseux, jus de raisin et moûts concentrés.

De ce fait, la France est sensiblement dépendante du marché de la consommation de vin, sans véritable capacité d'être présente sur les autres marchés (ni outils industriels adaptés).

A noter toutefois, le vignoble Cognac est constitué de vins sans indication géographique qui sont affectés à plus de 98 % à la production d'une eau-de-vie d'appellation majoritairement destinées à l'export (à près de 98 %).

Par ailleurs, il est à noter que l'Argentine utilise le marché du moût concentré comme élément d'adaptation de sa production, l'Espagne est présente sur le marché du brandy et l'Italie est un pays fortement producteur de moûts concentrés et moûts concentrés rectifiés.

La France : principal marché

La consommation en France s'inscrit dans un schéma de baisse régulière depuis plus de 30 ans. En effet, alors que la consommation par habitant avoisinait les 100 l/an/hab en 1975, elle n'est plus que de moins de 50 litres aujourd'hui. L'augmentation de la population est loin de compenser la baisse de la consommation par habitant.

A noter aussi que les modes de consommation de vin en France ont fortement évolué : aujourd'hui, 17% des français sont des consommateurs réguliers de vin, 45% sont des consommateurs occasionnels et 38% des non-consommateurs.

Dans le même temps, les problèmes de consommation liés à l'alcool (nouveaux comportements d'alcoolisation ponctuelle importante) se développent en France comme dans un grand nombre de pays. La filière viticole est donc face à des enjeux sociétaux et de santé publique majeurs dans un pays culturellement attaché au vin.

Un commerce international en croissance régulière

Le commerce international a également subi des mutations aussi bien en termes de destinations (lien avec le développement des marchés asiatiques) que de nature des produits exportés (développement du vrac).

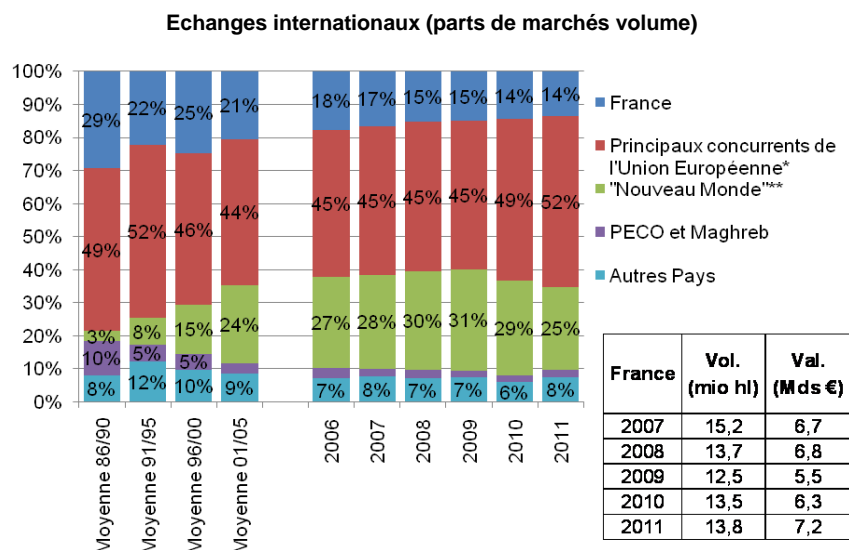
Les échanges mondiaux qui étaient en croissance rapide et régulière depuis le milieu des années 50 ont connu en 2009 un recul significatif pour la première fois depuis le début de la décennie suivi d'un rebond en 2010 et 2011. En 2012, les échanges atteindraient 101,4 millions d'hectolitres marquant ainsi une pause dans l'évolution tendancielle à la hausse des échanges mondiaux.

Après une période de forte croissance des acteurs du Nouveau Monde, on observe depuis quelques années un changement de positions des acteurs des échanges internationaux entre Ancien et Nouveau Monde. L'ensemble des pays de l'hémisphère sud et les États-Unis perdent des parts de marchés au profit de deux pays de l'Union Européenne que sont l'Italie et l'Espagne.

¹ Il s'y ajoute la production de jus, mouts, mouts concentrés et de vins de base destinés à la distillation, les vins de base pour mousseux, les vins de base pour vins aromatisés et apéritif à base de vin, les boissons aromatisées à base de vin, les vinaigres..

Cette évolution s'explique par :

- l'orientation stratégique marquée vers l'export des pays européens confrontés à une baisse de leur marché intérieur ;
- Une relative perte de compétitivité des pays de l'hémisphère sud liée en partie à des facteurs macro-économiques extérieurs à la filière (taux de change notamment) et en partie à des facteurs internes comme des disponibilités relativement faibles (NB : la situation 2013 a peut-être modifié cette perspective)



* Allemagne, Espagne, Italie, Portugal

** Argentine, Chili, Australie, Nouvelle-Zélande, Afrique du Sud, États-Unis

Source : Veille concurrentielle FranceAgriMer 2012 / OIV, note de conjoncture mars 2012

La crise économique a agi aussi sur la nature des produits exportés, ainsi, le commerce mondial est marqué, depuis 2009, par le développement des flux de vrac tandis que les exportations de vins conditionnés restent relativement stable. Cette progression de la demande pour les vins en vrac bénéficie aux principaux producteurs mondiaux en mesure de fournir ces marchés de volume à un prix compétitif : Espagne, Italie et Argentine dans un contexte de repli des disponibilités de vins. Cette évolution reflète une modification structurelle de fond qui révèle deux aspects différents :

1. d'une part le développement des ventes en BiB qui sont statistiquement enregistrées comme des ventes de vrac mais qui en réalité sont des vins conditionnés
2. d'autre part des exportations en vrac qui sont réceptionnés dans le pays de consommation par l'entreprise exportatrice elle-même, de manière à conditionner sur le lieu de consommation et assurer directement la commercialisation. Il ne s'agit pas d'exportation de vrac « matière première » mais d'une modification de flux logistiques qui pourrait se maintenir durablement pour les vins d'entrée et milieu de gamme.

La montée en puissance de l'Italie et de l'Espagne

Sur les trois principaux marchés d'importations que sont l'Allemagne, le Royaume-Uni et les États-Unis, la France a vu ses positions se fragiliser au profit de ses 2 principaux concurrents dans un contexte de croissance des échanges.

En effet, alors que les exportations françaises vers ces pays sont restées plus ou moins stables sur les 5 dernières années, les exportations italiennes et espagnoles ont fortement progressé tant en volume qu'en valeur. La France a ainsi perdu de nombreuses parts de marchés mais également sa position de leader.

En volume, la position des vins français est en retrait dans les importations étrangères alors que celles-ci progressent globalement. Pour exemple au Royaume-Uni, les importations de vins ont gagné 12 %, celles de vins italiens 33 % et celles des vins espagnols 47 % alors que celles des vins français ont reculé de 12 %.

De la même façon en valeur, aux Etats-Unis, les importations de vins ont progressé de 9 %, celles de vins italiens de 19 % et celles des vins espagnols de 13 %, alors que celles des vins français ont reculé de 2 %.

Sur les trois principaux marchés d'importation, les vins italiens et espagnols progressent et se portent bien alors que les vins français perdent des parts de marché en volume et suivent tout juste les tendances de marchés en valeur.

La croissance en valeur des vins français est surtout le fait des vins haut de gamme (grands crus de Bordeaux et de Bourgogne, Champagne, etc..) mais dont les volumes sont stables et sans perspectives de croissance.

En revanche, les vins d'entrée de gamme sont en baisse de volume face à la concurrence internationale. Or ces vins sont indispensables aux amortissements des outils de production et à la maîtrise des coûts de production (ils permettent en plus de disposer d'un « facing » plus important dans les linaires de la Grande Distribution à l'étranger).

Une forte identité régionale et des signes de danger potentiels

La filière viticole française est localisée dans une dizaine de bassins spécialisés. Ces territoires ont une identité forte et chacun une politique propre. Ils diffèrent par les types de vins produits et les modes de commercialisation, ainsi que par la taille des exploitations.

Si, en moyenne, la viticulture est une des orientations agricoles qui dégage les plus hauts revenus, il existe néanmoins de très fortes disparités régionales.

Les exploitations viticoles se caractérisent également par l'emploi d'une main d'œuvre salariée importante.

En 2010, six viticulteurs sur dix ont 50 ans et plus et parmi les chefs d'exploitations spécialisés de plus de 50 ans ou plus, la majorité (60%) ne sait pas qui prendra la succession ou pense que l'exploitation va disparaître (cela pourrait se traduire par une perte potentielle de près de 40% des exploitations viticoles françaises).

De plus, depuis plus de dix ans, on assiste à une augmentation très importante de la mortalité des pieds de vignes qui fragilise d'autant la productivité du vignoble français malgré des efforts notables de restructuration et de rénovation du vignoble (les estimations de l'institut technique de la Vigne et du vin indiquent que le taux moyen de ceps improductifs au vignoble est de l'ordre de 12%).

Pour terminer, il existe de fortes disparités de rendements entre régions et en moyenne ceux-ci sont faibles comparés aux pays producteurs concurrents. Ces écarts impactent les coûts de production d'une manière importante en particulier avec les pays producteurs concurrents bénéficiant de facteurs avantageux (naturels – moins de traitements – et humains – coût de la main d'œuvre).

Un système de production fondé exclusivement sur les signes de l'origine et de la qualité

L'organisation de la production vitivinicole française est très majoritairement centrée sur le système des signes de l'origine et de la qualité (environ 90% de l'offre française).

Ce particularisme pose plusieurs questions comme la capacité d'adaptation de l'offre française à la demande des marchés internationaux, sur la capacité du dispositif à rémunérer l'ensemble des acteurs de la chaîne et pour une partie de la production les surcoûts induits.

De plus, le développement important des surfaces en conversion en viticulture biologique, qui ont progressé de 188 % entre 2007 et 2012, pose d'ores et déjà la question de la place du vin « bio » alors même que les cours des vins biologiques permettent de moins en moins de compenser le surcoût amené par la certification.

FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> ▪ la France, dans les premiers pays producteurs et exportateurs mondiaux de vin ▪ vins et spiritueux : 1^{er} poste de la balance commerciale agroalimentaire ▪ reconnaissance du savoir-faire français à l'international ▪ produit lié à l'image de la France à l'étranger ▪ la qualité des vins ▪ une grande diversité de vins produits ▪ une production qui peut générer des revenus élevés dans certains vignobles ▪ une filière créatrice d'emplois ▪ un faible poids des aides publiques dans le chiffre d'affaires de la filière ▪ marques fortes intégrées dans des groupes puissants pour le Cognac et le Champagne 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ une érosion des parts de marché à l'export ▪ une culture pérenne : difficile de s'adapter instantanément à la demande et aux marchés ▪ des difficultés économiques dans certains vignobles et un risque de disparition d'exploitation ▪ absence de vignobles spécialisés pour certaines productions ▪ une consommation nationale en baisse ▪ des coûts élevés et en hausse renforcés par une productivité moyenne faible (très majoritairement placée sous contraintes réglementaires, reflet du modèle de développement viticole privilégié en France : l'indication géographique) ▪ difficulté à innover ▪ des difficultés de transmission des exploitations ▪ une faible lisibilité (compréhension) du système des indications géographiques ▪ une filière générant difficilement des marges opérationnelles importantes ▪ une difficulté pour la France à proposer une gamme complète de vins. ▪ le sentiment d'une répartition inégale de la valeur ajoutée entre producteurs et metteurs en marchés ▪ le risque d'accentuer en France la concurrence entre régions par rapport à la concurrence entre types de produits
OPPORTUNITES	MENACES
<ul style="list-style-type: none"> ▪ une consommation mondiale qui se maintient ▪ une demande de vin en forte hausse dans les pays tiers ▪ le développement des vins effervescents, rosés ▪ le développement des échanges mondiaux de vin « en vrac » ▪ un potentiel de développement du marché du vin qui reste important puisque 7 pays seulement aujourd'hui cumulent 60 % de la consommation mondiale. ▪ augmentation sensible du tourisme du vin (oenotourisme) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ une concurrence croissante des nouveaux pays producteurs (Amérique, Océanie etc.) ▪ regain de dynamisme des pays producteurs de l'Union Européenne : Italie et Espagne ▪ des préoccupations de santé publique dans beaucoup de pays consommateurs ▪ des problèmes sanitaires et de qualité liés au changement climatique ▪ un éventuel ralentissement de la hausse du marketing mondial. ▪ des mesures spécifiques au secteur (OCM viticole) remises en cause par les futures réformes ?

L'analyse « Forces / Faiblesses / Menaces / Opportunités » de la filière viticole française montre qu'en termes de :

- **potentiel de production et de vignoble**, la France reste concurrentielle grâce à sa capacité de production importante et diversifiée même si elle est pénalisée en terme de compétitivité prix (la moyenne des rendements en France est structurellement / culturellement faible voire très faible par rapport à ses concurrents ce qui affecte substantiellement la compétitivité des produits et des entreprises).

Il faut aussi souligner que depuis près de deux décennies, le potentiel de production français est en baisse alors que celui de nos concurrents progresse.

- **capacité à conquérir les marchés**, moins adaptée à la demande que ses concurrents (faible présence de marques fortes ou de grands groupes ...), la France perd des positions au profit de l'Italie et de l'Espagne qui sont plus compétitifs en termes de prix et plus dynamiques sur les marchés de grande consommation (marketing et communication)

La France n'a plus aujourd'hui de capacité à produire, avec une réelle efficacité économique, des vins de base mousseux, vins pour brandy ou alcool, vins aromatisés, jus de raisin, MCR..... Or, il existe une demande sur ces marchés spécifiques qui représentent un volume de production non négligeable (par exemple, on estime entre 0,7 et 1,2 millions d'hectolitres les besoins des opérateurs français de vins mousseux sans IG et vins aromatisés (hors boissons aromatisées à base de vin) et environ 1 million d'hectolitres de vins sans indication géographique les besoins des producteurs de brandy français qui faute de disponibilités de ces produits en France s'approvisionnent en Italie, Espagne et pays d'Europe de l'Est.

A cela, il convient d'ajouter le manque d'intégration stratégique du segment des vins sans indication géographique (abordé principalement dans une logique de repli / excédent des vins à IG et sans réflexion sur sa place dans la segmentation et la création de valeur) dans la stratégie globale de la filière.

- **équilibre des flux et des marchés** (marché intérieur, export, import) ; malgré un manque de dynamisme à l'export la France reste bien positionnée du fait de son image très positive à l'international et de sa consommation locale qui reste élevée. Néanmoins, on constate une érosion lente des parts de marchés des vins français à l'exportation. Or, le développement (voire le maintien) même du potentiel ne pourra s'appuyer que sur le dynamisme des exportations.

Cette analyse stratégique peut se présenter autour de 7 grandes questions thématiques :

1. La France a vu ses positions se fragiliser alors que de nombreux pays sont devenus concurrents sur le marché mondial et sur différents niveaux de la gamme des vins.
Question : la filière viticole française veut-elle d'une stratégie ambitieuse afin de reconquérir ses positions ?
2. La France a développé une stratégie et une orientation « tout vin » en délaissant de fait toutes les productions alternatives (vins de base pour brandies, pour vins mousseux, jus de raisin, moûts concentrés...). Elle est donc ainsi dépendante du marché de la consommation de vin.
Question : La France souhaite-t-elle continuer dans le futur cette stratégie « tout vin » ?
3. Le marché national est le principal débouché de la production de vin français dans un pays où les relations entre la filière viticole et les autorités de santé publique sont difficiles
Questions : Comment la filière peut-elle s'organiser pour ne plus perdre encore des volumes sur son principal marché et comment peut-on collectivement promouvoir le vin tout en participant activement aux enjeux réels de santé publique ?
4. La croissance des exportations en valeur est surtout le fait des vins haut de gamme mais dont les volumes sont stables et sans véritables perspectives de croissance sur le long terme.
Question : Comment la France peut-elle trouver un relais de croissance pour développer ses exportations tant en valeur qu'en volume ?

5. Six viticulteurs sur dix ont 50 ans et plus et parmi les chefs d'exploitations spécialisés de plus de 50 ans ou plus, la majorité (60%) ne sait pas qui prendra la succession ou pense que l'exploitation va disparaître

Question : Comment assurer au mieux la pérennité des exploitations viticoles existantes, favoriser l'installation de jeunes viticulteurs, former les acteurs d'aujourd'hui et de demain avec de nouvelles compétences ?

6. Depuis près de deux décennies, le potentiel de production français est en baisse alors que celui de nos concurrents progresse.

Question : Si elle veut tenir son rang, comment la France peut-elle œuvrer pour ne pas voir diminuer la qualité et la quantité de son potentiel de production ?

7. La France manque de stratégie globale sur le segment des vins sans indication géographique, abordé uniquement dans une logique de repli, et sans réflexion sur sa place dans la segmentation et sur la création de valeur.

Question : Comment la France doit-elle considérer le segment des vins sans indication géographique aujourd'hui aborder uniquement sous l'aspect « logique de repli / excédent » ?

II – LES ENJEUX DE LA FILIERE VITICOLE

A la lumière de ces interrogations, la filière viticole ne peut pas se permettre, au risque de régresser et perdre encore des parts de marché, de poursuivre la stratégie actuelle : mix entre une *stratégie basée sur la sécurité* (défense des acquis et des positions tant en part de marché qu'en valeur) et une *stratégie « profit unitaire »* où l'objectif est la recherche de la valeur à la bouteille au détriment de la croissance du chiffre d'affaires par le volume.

Ne pas bouger les lignes, c'est se condamner à régresser. L'analyse faite au sein du conseil spécialisé de FranceAgriMer est que la stratégie de la filière viticole française doit résolument se placer dans une perspective d'expansion dynamique et ambitieuse pour que la viticulture reste un secteur stratégique pour la France en matière d'emploi, d'animation des territoires, d'équilibre de la balance commerciale et de relance de l'activité économique.

La France est un pays leader en matière viticole mais ses positions sont bien évidemment contestées par l'ensemble de ses concurrents (pays traditionnellement producteurs d'Europe, pays du nouveau monde, pays émergents - Chine...).

Tout cela suppose de travailler à :

- la définition de segments de prix et, sur cette base, de positionnement de produits pour répondre aux besoins des différents marchés
- la compétitivité sur chacun des segments, c'est-à-dire aux conditions économiques et techniques de production et d'élaboration de ces produits pour correspondre à la segmentation.

Ce travail doit se faire en tenant compte des nouveaux défis qui sont apparus ces dernières années :

- des attentes sociétales fortes en matière de traçabilité et de qualité des produits, de responsabilisation des producteurs,
- le changement climatique avec des impacts potentiels forts sur la production (typicité des produits à IG, nouveaux cépages..), sur les pratiques futures de conduite de vignoble et qui nécessitera à réfléchir sur de nouvelles boîtes à outils de type préventif ou assurantiel,
- un contexte réglementaire international de plus en plus présent avec la nécessité de défendre et de faire entendre plus fortement la voix de la France (Codex, OIV, nouvelles normes, définition des produits, lieu d'élaboration du produit...).

Un constat partagé par tous : il existe aujourd'hui des marges d'évolution. Certaines de ces marges dépendent de l'environnement global (fiscalité, charges sociales, coût du travail...), mais d'abord de la filière elle-même, de sa capacité à renforcer sa cohésion sectorielle, à rattraper et anticiper les évolutions des marchés et la stratégie de ses concurrents.

Ces évolutions dépendent de chaque acteur économique et de la capacité collective à s'organiser et à progresser ensemble (renforcer l'information économique pour comprendre et anticiper les évolutions ; accompagner l'expérimentation et l'innovation, favoriser la concertation de la filière sur le plan national et le débat dans chaque bassin ; appuyer l'adaptation des outils de production etc....).

LA STRATEGIE DE LA FILIERE VITICOLE A L'HORIZON 2025 EST DONC D'ADOPTER UNE POLITIQUE AMBITIEUSE ET DYNAMIQUE DE DEVELOPPEMENT ET DE RECHERCHE DE CROISSANCE.

LES ENJEUX SONT :

- **LA RECHERCHE DE LA CROISSANCE EN VALEUR ET EN VOLUME PAR LE DEVELOPPEMENT DES PARTS DE MARCHE A L'EXPORTATION ET LA RECONQUETE DU MARCHE DES BASES « INDUSTRIELLES » (JUS, MCR, BASES MOUSSEUX ET BRANDIES..)**
 - **LE MAINTIEN D'UN MARCHE NATIONAL FORT, DURABLE, EN PHASE AVEC LES ATTENTES SOCIETALES ET RESPONSABLES TOUT EN SOUTENANT UN TISSU PRODUCTIF ET ECONOMIQUE COMPETITIF**
-

Les moyens pour servir ces enjeux sont à rechercher auprès de 5 leviers :

Levier n°1: Intensifier les outils de la conquête

Levier n°2 : Répondre aux demandes sociétale et agro-écologique

Levier n°3 : Renforcer le potentiel humain et soutenir la modernisation des entreprises

Levier n°4 : Améliorer le potentiel du vignoble français en qualité et quantité

Levier n°5 : Consolider la gouvernance de la filière et le pilotage économique

LEVIER N°1 – INTENSIFIER LES OUTILS DE LA CONQUETE

La recherche de croissance est indispensable pour la filière viticole. Cette recherche de croissance passe inévitablement par l'intensification des outils de la conquête afin d'agir :

- sur le « mieux vendre » : la capacité de la filière viticole et des ses entreprises à être présentes sur tous les marchés mondiaux, avec des positionnements adaptés aux différents produits, tout en véhiculant une image « France » forte,
- sur le « mieux produire » : la capacité de la filière à produire en fonction des exigences du marché et de sa segmentation. L'enjeu est de répondre aux différentes demandes des consommateurs, dans des conditions économiquement viables, c'est-à-dire permettant de dégager les marges nécessaires, aux différents niveaux de la filière, pour en assurer la pérennité et le développement, notamment par notre capacité à développer un outil de production performant et adapté aux objectifs commerciaux, sans être dépendant de produits importés dont la maîtrise technique et, de plus en plus, commerciale est plus aléatoire.

Le « mieux produire » suppose également de pouvoir innover, se doter d'outils de recherche, de développement et d'analyses économiques performants à la disposition des entreprises et des producteurs, construire des stratégies cohérentes et proposer des produits en phase avec la demande mondiale

Pour intensifier les outils de la conquête, 6 objectifs peuvent être donnés :

- ❶ Développer les parts de marché des vins français à l'exportation
- ❷ Adapter notre offre et promouvoir l'image des vins français sur les marchés internationaux
- ❸ Consolider l'analyse économique et favoriser son accès comme outil d'aide à la décision
- ❹ Substituer les importations de vins « matières premières » par une production française
- ❺ Développer d'une manière forte l'innovation, la recherche et le développement
- ❻ Maintenir le marché intérieur fort

Objectif - Développer les parts de marché des vins français à l'exportation

Sur le développement des parts de marché des vins français à l'exportation, il faut distinguer deux volets :

✓ La levée des barrières et l'engagement de l'Etat:

La croissance de nos exportations nécessite un accompagnement fort de l'Etat, dans le cadre de son action régaliennne, dans la levée des barrières aux échanges.

Les efforts doivent ainsi porter :

- dans la préparation et la négociation des accords de libre-échange : tarifs douaniers, licences, barrières techniques, services de distribution, services de publicité et propriété intellectuelle ;
- dans le suivi des évolutions réglementaires qui affectent la commercialisation de nos produits sur les marchés d'exportation (étiquetage, normes, taxes intérieures) ;
- dans l'identification et l'élimination des barrières aux échanges, que ce soit dans le cadre des notifications à l'OMC ou, plus insidieusement, par les méthodes de contrôle plus ou moins discrétionnaires mises en œuvre dans les pays d'importation (*cf. Chine récemment*).

- *Mesure 2: Clarifier le rôle des Services économiques à l'étranger et leur confier clairement et exclusivement, dans leur zone géographique de compétence, les activités de négociation réglementaire qui relèvent des missions régaliennes de l'Etat.*

- *Mesure 3 : Renforcer les moyens techniques et humains (coordination, information, soutien aux entreprises) des Services économiques à l'étranger dans les marchés clés (Asie, Russie, Brésil et Afrique).*
- *Mesure 4 : Mettre en place un fonds d'urgence export, actionnable pour des actions collectives de défense d'intérêts sectoriels exportateurs, pour lutter contre les obstacles non tarifaires.*
- *Mesure 5 : Anticiper et préparer plus étroitement avec les acteurs de la filière les déplacements ministériels, voire présidentiels, ou relevant de la diplomatie économique pour soulever les points de blocage avec les administrations des pays concernés.*
- *Mesure 6 : Mutualiser les outils de veille réglementaire pour l'ensemble des interprofessions et des fédérations professionnelles (partage de l'information, meilleure connaissance des marchés, des contacts plus efficaces entre les professionnels et Conseillers agricoles) à des fins budgétaires.*
- *Mesure 7 : Renforcer le soutien juridique et légal pour protéger le patrimoine français (indications géographiques...), aider aux dépôts des marques françaises et harmoniser les législations et règles de manière homogène pour simplifier l'exportation.*

✓ *l'accompagnement « commercial » des acteurs de la filière*

Cet accompagnement peut revêtir différentes formes : informations, formations, actions, aides, soutiens dont les acteurs de la filière peuvent, directement bénéficier. Un accompagnement efficace et efficient est, à court terme, susceptible d'avoir un impact fort et direct sur le développement des ventes (chiffre d'affaires).

Trois axes de travail :

La professionnalisation des candidats à l'exportation.

Le soutien doit tendre vers une "professionnalisation" de la démarche pour tout opérateur désireux de s'orienter vers l'exportation. Celui-ci doit en particulier permettre à chaque personne de mesurer sa capacité à faire (ou ne pas faire), sur quels pays, dans quelles limites, etc... . Cette professionnalisation passe par l'optimisation de compétences linguistiques mais également marketing (perception du produit dans le pays considéré), commerciales (capacité à être référencé dans un circuit de distribution, capacité financière, capacité à protéger ses marques), logistiques, etc...

Le soutien aux entreprises exportatrices

Parmi les priorités pour soutenir l'exportation, il faut faire converger la majorité des moyens sur les entreprises déjà engagées à l'exportation qui investissent et construisent sur du moyen à long terme.

Un ciblage plus sélectif des marchés

Le développement des parts de marché de la filière viticole à l'exportation suppose de s'implanter sur des marchés en devenir, présentant de bonnes perspectives de développement à moyen terme mais sur lesquels l'investissement d'une entreprise n'est pas immédiatement rentable.

Ainsi, la différenciation des soutiens devrait plutôt se faire de manière à privilégier certains marchés et notamment les marchés lointains ou en devenir, sur lesquels les entreprises prennent plus de risques.

- *Mesure 8 : Améliorer l'efficacité des aides à l'exportation en ciblant les entreprises en croissance, déjà présentes à l'export et en phase d'investissement*
- *Mesure 9 : Aider ces mêmes entreprises sur les dispositifs facilitant les couvertures de change, et l'assurance-crédit*
- *Mesure 10 : Assurer la centralisation sur un portail web accessibles aux acteurs identifiés de l'ensemble des opérations, promotions, données chiffrées....*

► Objectif - Adapter notre offre et promouvoir l'image des vins français sur les marchés internationaux

Un effort général de promotion et d'adaptation de l'offre française pour la rendre plus lisible et plus visible est probablement un des moyens de contrer notre baisse de performance en volume auprès des consommateurs et dans le commerce mondial et de développer la création de valeur de la filière.

La plus value de la « bannière France » pour la promotion des vins est importante. Il convient d'encourager la recherche systématique de synergies : efforts d'une interprofession suivant des actions typées France, investissement d'une entreprise à la suite de ceux de l'interprofession à laquelle elle appartient, travaux préalables à la promotion proprement dite pour le renforcement des marques...

Les actions à mettre en œuvre devront viser à conforter et améliorer l'image des vins français, et des marques correspondantes, dans les pays tiers et sur le marché européen d'une manière cohérente et pertinente à travers notamment une meilleure organisation collective.

Les actions doivent en outre permettre de faire émerger une capacité d'actions concertées au niveau national.

L'adaptation de l'offre française doit, quant à elle, s'envisager sous différents angles :

- d'une part, la capacité de la filière à répondre quantitativement à la demande des marchés, qu'il s'agisse des consommateurs finaux ou qu'il s'agisse de marchés de transformation ;
- d'autre part, la capacité de la filière à offrir des produits lisibles par le consommateur et présentant une cohérence entre qualité, packaging, positionnement prix, promotion et distribution (mix produit).

La relecture de la gamme française de vin au prisme des attentes des différents marchés et consommateurs est une nécessité aujourd'hui.

- *Mesure 11 : Lancer une étude qualitative et quantitative importante sur 15 marchés clés dont l'objectif est de recueillir l'avis et les attentes des importateurs et distributeurs sur une offre « France »*
- *Mesure 12 : Mettre un outil de promotion "France" à disposition des opérateurs, comme « boîte à outils », utilisable en particulier pour les marchés émergents et lointains et mettre en cohérence et concentrer les politiques de promotions régionales et nationales avec le plan stratégique*
- *Mesure 13 : Définir un Plan stratégique 2015-2025 sur la politique de soutien sur la promotion et la communication des vins français. Ce plan devra définir les grandes lignes de la politique française en termes de promotion et de communication en vue d'une promotion générique de l'origine France et servira à mobiliser l'ensemble des soutiens financiers de l'Etat afin de bénéficier de tous les effets « leviers ».*
- *Mesure 14 : Simplifier la mesure « promotion » du programme national quinquennal de l'OCM viticole pour la rendre pleinement opérationnelle ; dans ce contexte, la pérenniser au-delà de 2018.*

► Objectif – Consolider l'analyse économique et favoriser son accès comme outil d'aide à la décision

L'intelligence économique (IE) consiste à collecter, analyser, valoriser, diffuser et protéger l'information économique stratégique, afin de renforcer la compétitivité d'un Etat, d'une entreprise ou d'un établissement de recherche.

L'intelligence économique est un facteur clé de succès indispensable au développement d'une filière. Elle doit permettre aux opérateurs français, entreprises, producteurs et interprofessions, d'améliorer leur connaissance, d'anticiper les crises et se préparer aux changements.

Aujourd'hui, divers instituts et organismes sont dépositaires d'informations (interprofessions, ODG, INAO, FranceAgriMer, Ministère de l'agriculture, DGDDI.....). Il convient de rassembler les différents acteurs de l'analyse et de l'information pour optimiser les synergies et dresser les priorités. De plus, une attention particulière devra être portée sur la maîtrise de la communication et de l'information des données, études, prospectives.

- *Mesure 15 : Définir une charte de l'intelligence économique au sein de la filière : objectifs, moyens, analyses des évolutions, stratégies de réponse et mise en œuvre des décisions prises ;*
- *Mesure 16 : Favoriser l'émergence d'un « think tank » propre à la filière viticole, dont l'objectif serait de brasser des réflexions sur différents sujets, sans être décisionnaire mais pour favoriser une certaine créativité et pouvoir soumettre des analyses et des projections aux acteurs;*
- *Mesure 17 : Créer une cellule de benchmark sur la politique viticole de nos concurrents*

► Objectif – Substituer les importations de vins « matières premières » par une production française

Les importations françaises de vins se sont élevées à environ 6,5 millions d'hectolitres en 2011 et sont en constante augmentation. Les vins sans indication géographique en vrac d'entrée de gamme représentent les 2/3 des importations.

La production de VSIG en France issue d'une logique de repli / excédent n'est pas adaptée à la demande de metteurs en marché français qui souhaitent un approvisionnement régulier et constant notamment pour les vins de base mousseux, production de brandy, MCR et autres.

Une partie de la croissance de la filière viticole pourrait être trouvée en substituant ces importations par une production française susceptible de bénéficier de la valorisation « produit de France ».

La contractualisation pluriannuelle et sur le long terme (supérieur à 5 ans) à tous les stades de la production serait un facteur clé de succès

- *Mesure 18 : Identifier et chiffrer avec la filière et les entreprises importatrices de vins « matières premières » leurs besoins*
- *Mesure 19 : Définir des plans d'actions sur mesure et par projet avec un suivi personnalisé en mobilisant tous les outils publics d'accompagnement (et s'il y a lieu autorisations de plantation, aide aux investissements, aide à la restructuration ...). La construction d'un partenariat amont/aval durable sera privilégiée.*

► Objectif - Développer d'une manière forte l'innovation, la recherche et le développement

La recherche, l'innovation et le développement sont les effets « leviers » les plus importants (avec la formation des Hommes) pour la pérennité d'une filière. Mais quelle stratégie adopter pour répondre aux enjeux de recherche et de développement de la filière vitivinicole ?

Le champ des recherches s'élargit, les disciplines se diversifient, les connaissances s'accumulent. Encore faut-il définir dans quelle direction orienter la recherche et l'innovation.

Les ressources affectées à la recherche dans le secteur viticole sont estimées à environ 50 millions d'euros par an (hors recherche privée) pour un chiffre d'affaires vins et spiritueux de près de 16 milliards d'euros. Cet effort, aussi important soit-il, n'est pas à la mesure des enjeux capitaux sur cette thématique (l'UE fixe un repère de 3% du chiffre d'affaires d'une filière consacré à la R&D).

La dualité des dynamiques régionales et nationale propre à l'organisation de la filière plaide pour l'instauration d'une ressource professionnelle nationale pour soutenir les seuls projets de R&D d'intérêt national (par exemple les maladies du bois), en complément de l'effort de chaque interprofession régionale pour la prise en compte des projets d'intérêt régional.

De plus, la mise en œuvre des objectifs du plan quinquennal de modernisation de la filière (2008) et du rapport « Despey » (2010) ont permis de faire progresser la gouvernance sur la R&D de la filière afin de répondre aux spécificités de son organisation et à la dualité de ses dynamiques "nationale" et "régionales".

Le comité scientifique et technique (CST) de l'IFV a également vu ses missions élargies à un rôle de CST de la filière.

Il s'agit maintenant de conforter cette gouvernance pour renforcer notamment la supervision et le suivi par les acteurs professionnels de la cohérence des actions d'initiative régionale et celles d'initiative nationale.

- *Mesure 20 : Création d'un comité national de l'innovation et du développement durable (composé de représentants d'interprofessions viticoles, de l'Institut Technique, de l'APCA, de l'INAO, de FranceAgriMer, du CST de la filière, du Ministère Agriculture, de l'Association des Régions de France, des distilleries...) afin de superviser la définition et le suivi d'un plan stratégique 2015 2025 sur la politique de R&D. Ce plan devra définir les grandes lignes de la politique française en termes de recherche, de développement et d'innovation, les objectifs à atteindre et les critères de mesure des progrès réalisés. Il proposera des recommandations en termes d'organisation et de moyens économiques et humains*
- *Mesure 21 : Développer systématiquement le transfert des acquis de la recherche au profit du plus grand nombre, par une plus grande réactivité des réseaux de diffusion des connaissances, une meilleure utilisation des nouvelles technologies de l'information et de la communication ainsi que par l'adaptation des référentiels de formation et la formation continue des vignerons et des salariés des entreprises.*
- *Mesure 22 : Création d'un Groupement d'Intérêt Scientifique de la filière viticole afin de donner un cadre coordonné au partenariat national entre la profession et les organismes publics de recherche (INRA, IRSTEA, établissements d'enseignement supérieur agronomique, universités, ...) et recherche appliquée.*

► Objectif – Maintenir le marché intérieur fort
--

- *Mesure 23 : Lancer sur le territoire national une campagne de communication sur 3 ans pour promouvoir les vins à indication géographique et les signes de qualité cofinancée à parité entre la filière viticole et l'Union Européenne au travers le dispositif d'aide « Promotion pays tiers et Union Européenne » de l'OCM. Cette mesure est surtout pertinente pour les IGP qui bénéficient d'un nouveau signe de qualité depuis 2009 et ont un besoin marqué d'asseoir leur positionnement*
- *Mesure 24 : Soutenir et développer l'oenotourisme en région source de développement économique et d'image*

LEVIER N°2 - REpondre AUX DEMANDES SOCIETALE ET AGRO-ECOLOGIQUE

La France s'inscrit dans un schéma de baisse régulière de la consommation et d'un changement de mode de consommation depuis plus de 30 ans sans que l'augmentation de la population ne compense la baisse de la consommation par habitant.

Dans le même temps, les problèmes de consommation liés à l'excès d'alcool (nouveaux comportements d'alcoolisation ponctuelle importante) se développent.

La filière viticole française doit aussi se préoccuper de l'évolution de son principal marché qu'est le marché national. Mais elle doit le faire dorénavant en répondant pleinement aux attentes sociétales tournées vers l'agro-écologie, la protection de l'environnement, la qualité et l'origine des produits (diminution des intrants, production « propre », bio...).

Pour répondre aux demandes sociétale et agro-écologique, 6 objectifs peuvent être donnés :

- ❶ **Sécuriser le cadre réglementaire français (loi « Evin ») incluant le maintien d'une fiscalité adaptée**
- ❷ **Développer de nouvelles techniques viticoles pour réduire l'usage des intrants de synthèse ou ayant un impact sur la santé publique ou l'environnement, tout en maintenant des niveaux de production suffisants pour être rémunérateurs.**
- ❸ **Développer la viticulture et les vins « biologiques »**
- ❹ **Répondre aux attentes environnementales de traitement des sous-produits**
- ❺ **Contribuer à maintenir une activité viticole en zone rurale sensible**
- ❻ **Assurer une gestion économiquement et écologiquement performante de la filière viticole**

► Objectif – Sécuriser le cadre réglementaire français (loi « Evin ») incluant le maintien d'une fiscalité adaptée

La France « pays du vin » semble incapable de tenir un débat apaisé, dépassionné et constructif sur le vin, sa place et ses enjeux dans et pour la société. Si les conditions de ce dialogue ne sont pas créées, il va être difficile de sortir du champ clos actuel de l'affrontement « viticulture » vs « santé ».

Dans ce contexte, comment assurer la promotion de la filière viticole dans un cadre juridique incertain où toute forme de communication pourrait être condamnée ? 20 ans après sa promulgation, la loi « Evin » fait l'objet d'une interprétation de plus en plus restrictive et crée une insécurité juridique importante.

Pourtant, l'approche que développent les autres pays européens producteurs de vins démontre que des actions partagées et consensuelles entre filières et pouvoirs publics sont possibles et que les problématiques relatives au vin peuvent être traitées différemment.

- *Mesure 25 : Création d'un comité interministériel et pluridisciplinaire, intégrant l'ensemble des enjeux liés à ces produits : santé, économie, emploi, tourisme, image. Ce comité aurait pour tâche, en adoptant une approche équilibrée des différents enjeux, d'assurer la cohérence des politiques publiques en la matière.*
- *Mesure 26 : Promouvoir un modèle pertinent de consommation responsable du vin auprès des consommateurs en s'appuyant sur la modération.*
- *Mesure 27 : Sécuriser l'application de la loi « Evin » en clarifiant notamment la définition de la publicité, en redéfinissant les indications autorisées et en identifiant les supports interdits à la publicité.*
- *Mesure 28 : Refuser toute application d'une fiscalité dite « comportementale ».*

► **Objectif – Développer de nouvelles techniques viticoles pour réduire l'usage des intrants de synthèse ou ayant un impact sur la santé publique ou l'environnement, tout en maintenant des niveaux de production suffisants pour être rémunérateurs.**

Ancré dans des bassins de production pour lesquels il a une forte dimension identitaire et dont la diversité est un trait majeur qu'il s'agit de valoriser, le secteur vitivinicole est par ailleurs directement affecté par deux tendances fortes et liées : la montée des préoccupations relatives à la santé des consommateurs et la volonté de réduire les impacts environnementaux de l'agriculture qui se traduit notamment par « Ecophyto 2018 », le plan national de réduction d'usage des pesticides

- *Mesure 29 : Lancer un programme national de recherche et d'expérimentation d'envergure sur la réduction sensible de l'usage des intrants dans la filière viticole et sur les nouvelles techniques de pulvérisation*
- *Mesure 30 : Mise en place dès 2015 d'un grand plan national d'aide à la mise aux normes et au renouvellement du parc vieillissant de pulvérisateurs dans le secteur viticole*

► **Objectif – Développer la viticulture et les vins « biologiques »**

Le développement important des surfaces en viticulture biologique (+ 188 % entre 2007 et 2012), pose la question de la place du vin « bio » alors même que les cours des vins biologiques permettent de moins en moins de compenser le surcoût amené par la certification.

- *Mesure 31 : Etablir une prospective sur le développement et le positionnement des vins « bio »*
- *Mesure 32 : Renforcer les programmes de recherche et de développement de la viticulture biologique*

► **Objectif – Répondre aux attentes environnementales de traitement des sous-produits**

Les objectifs du régime de gestion des sous-produits de la vinification ont certainement évolué depuis l'origine. Instituée historiquement pour éviter les fraudes telles que le surpressurage ou les piquettes, la livraison des sous-produits devrait viser aujourd'hui uniquement un objectif environnemental, afin d'éviter que la "non gestion" des sous-produits de vinification puisse conduire à des dommages à l'environnement, avec pour conséquence une atteinte forte à l'image du produit et du secteur.

Dans ce contexte, il est nécessaire d'établir un dispositif permettant aux opérateurs de la filière vitivinicole d'assurer la prise en charge de leurs sous-produits de vinification dans des conditions équitables sur tout le territoire. et pour tous les opérateurs en évitant les contentieux et les impacts négatifs sur l'environnement.

De plus, les sous-produits de la vinification sont aujourd'hui la base d'une véritable nouvelle économie (biocarburants, amendements et engrais organiques, alimentation du bétail, fourniture d'énergie, huilerie, cosmétique, pharmacie....) ; économie qui a besoin d'être confortée pour se développer.

- *Mesure 33 : Préserver un outil de distillation à proximité des centres de vinification en compensant les coûts supportés par les distillateurs pour la réalisation de ce service d'intérêt général par le maintien au-delà de 2018 du dispositif communautaire sur la distillation des sous-produits de la vinification dans le cadre du programme national de l'OCM viticole*
- *Mesure 34 : Favoriser la modernisation, la diversification et le développement économique des entreprises et distilleries participant à la valorisation des sous-produits de la vinification notamment par l'accompagnement de programmes de recherche et d'expérimentation.*

► **Objectif – Contribuer à maintenir une activité viticole en zone rurale sensible**

La présence de la vigne a également un impact positif sur l'environnement. Elle permet le maintien d'une activité sur des terres à faible potentiel agronomique, le plus souvent inaccessibles à d'autres cultures, et bénéfique à l'entretien des paysages. La viticulture se trouve ainsi à la base du développement de certaines zones rurales et de la politique d'aménagement territoriale.

- *Mesure 35 : Promouvoir une diversité des systèmes de production et augmenter la présence d'une activité viticole en zone à faible potentiel agronomique (mise en place d'une MAE territorialisée). Cette mesure suppose des aménagements réglementaires, en particulier sur l'utilisation de l'eau et les aménagements s'y rattachant (par exemple, retenues collinaires).*
- *Mesure 36 : Révision, pour un élargissement, de l'actuel zonage ICHN.*

► **Objectif - Assurer une gestion économiquement et écologiquement performante de la filière viticole**

Donner des ambitions environnementales mais aussi paysagères à la filière viticole et plus particulièrement dans les vignobles à indication géographique est une orientation majeure.

Produire en recherchant la double performance (économique et environnementale) est un objectif pour toutes entreprises ou exploitations viticoles.

- *Mesure 37 : Donner réglementairement la possibilité pour les ODG qui le souhaitent de devenir GIEE (priorité MAE, dispositions particulières d'accompagnement pour les zones rurales difficiles...).*
- *Mesure 38 : Disposer pour l'ensemble des viticulteurs d'un conseil et d'un appui technique innovant pour la mise en œuvre de nouveaux modes de production recherchant la double performance (environnementale et économique).*
- *Mesure 39 : Impulser la constitution sur le terrain de groupes locaux de vignerons, en lien avec les ODG et les chambres d'agriculture, pour faciliter l'adaptation des itinéraires techniques au vignoble (agro-écologie) et au chai.*
- *Mesure 40 : Accompagner la filière vitivinicole (programmes de recherche) aux évolutions climatiques, à la biodiversité fonctionnelle, à la maîtrise de l'énergie, à l'appréhension des écosystèmes, aux systèmes de production innovants...*
- *Mesure 41 : Promouvoir la certification Haute Valeur Environnementale et accompagner les entreprises certifiées par des actions de communication.*

LEVIER N°3 : RENFORCER LE POTENTIEL HUMAIN ET SOUTENIR LA MODERNISATION DES ENTREPRISES

Les exploitations viticoles se caractérisent par l'emploi d'une main d'œuvre salariée importante et pas toujours assez qualifiée.

Dans le même temps, la majorité des viticulteurs ne sait pas qui prendra la succession ou pense que l'exploitation va disparaître.

Pour faire évoluer la compétence des acteurs de la viticulture, il est nécessaire de mieux intégrer la formation tout au long de la vie professionnelle vers les connaissances et les capacités à la conduite du changement adaptées à l'évolution des pratiques et des besoins.

Pour renforcer le potentiel humain et soutenir la modernisation des entreprises, 4 objectifs peuvent être donnés

- ❶ Créer les conditions d'un renouvellement des générations et d'une meilleure transmission des exploitations**
- ❷ Favoriser le maintien d'exploitations viticoles viables et l'économie des entreprises sur l'ensemble des zones viticoles**
- ❸ Anticiper et gérer les risques (sanitaires, climatiques...)**
- ❹ Favoriser l'accès à l'innovation, la modernisation et développer l'investissement dans les exploitations et dans les entreprises vitivinicoles**

► Objectif - *Créer les conditions d'un renouvellement des générations et d'une meilleure transmission des exploitations*

- *Mesure 42 : Rendre prioritaire les jeunes viticulteurs dans l'attribution des autorisations de plantation*
- *Mesure 43 : Moduler tous les dispositifs d'aide en faveur des jeunes viticulteurs*

► Objectif - *Favoriser le maintien d'exploitations viticoles et l'économie des entreprises sur l'ensemble des zones viticoles*

La promotion d'une viticulture plus exigeante qui allie performances écologiques, performances économiques tout en contribuant aux enjeux sociaux, va profondément modifier l'approche en matière d'installation et de renouvellement des générations.

Pour faire évoluer la compétence des acteurs de la viticulture, il est nécessaire de mieux intégrer la formation tout au long de la vie professionnelle vers les connaissances et les capacités à la conduite du changement adaptées à l'évolution des pratiques.

Favoriser, sur l'ensemble des zones de production, le maintien d'exploitations viticoles viables, grâce à des chefs d'exploitation formés et disposant d'un niveau de qualification les prédisposant à une bonne compréhension de l'environnement global de la filière, c'est aussi « chasser les inégalités » entre régions.

De ce point de vue, un travail tout particulier devra être entrepris en ce qui concerne les différentes méthodes d'enrichissement des vins autorisées ou non sur une partie des territoires.

En effet, la situation actuelle en France (autorisation de l'enrichissement par adjonction de saccharose sur une partie du territoire) n'est plus tenable.

- *Mesure 44 : Mise en œuvre concrète du choc de simplification*
- définition des 10 contraintes administratives les plus fortes pour la filière (5 amont/ 5 aval) et travail de simplification en concertation avec les services de l'Etat
- mise à disposition d'un service de téléprocédure pour tous les nouveaux dispositifs d'aide ou pour toutes nouvelles déclarations
- *Mesure 45 : Développement de l'emploi par l'allègement des charges sociales sur les salariés permanents et occasionnels*
- *Mesure 46: Repenser le cursus des formations dans les écoles et établissements d'enseignement viticole*
- *Mesure 47 : développer des dispositifs d'aide aux diagnostics pour les entreprises de la filière viticole (exploitations, coopératives, entreprises, distilleries, pépinières viticoles).*
- *Mesure 48: Mettre fin au différentiel de traitement de la méthode d'enrichissement entre les régions.*
La filière souhaite une réflexion au niveau communautaire pour mettre fin aux distorsions sur les pratiques d'enrichissement. Dans l'attente, elle demande la réintroduction de l'aide à l'utilisation de MC/MCR.

► **Objectif - Anticiper et gérer les risques (sanitaires, climatiques...)**

La vigne s'adapte difficilement, sur une année de production, aux aléas climatiques et sanitaires (gel, grêle, sécheresse, calamités, maladies du bois, flavescences...).

De plus, les fluctuations de revenus des exploitations sont suffisamment importantes pour justifier une intervention destinée à les stabiliser. Chaque année 35% des exploitations enregistrent une baisse de résultats de plus de 30%.

Sur l'ensemble de la période, les revenus varient de 20 à 40% autour du revenu courant moyen.

Cette instabilité aléatoire rend peu prévisible l'avenir. Elle fragilise les exploitations et les entreprises et ne sécurise pas les projets d'entreprises à long terme.

- *Mesure 49 : Développer des outils de gestion des risques tels que l'assurance récolte et le Fonds national agricole de mutualisation sanitaire et environnementale (FMSE) et en garantir le financement*
- *Mesure 50 : Généraliser les mécanismes de volumes complémentaires permettant de palier des déficits en quantité et qualité*
- *Mesure 51 : Promouvoir la création et le développement d'outils assurantiels innovants complémentaires à l'assurance récolte de base notamment en vue de gérer les risques économiques*

► **Objectif - Favoriser l'accès à l'innovation, la modernisation et l'investissement dans les exploitations et dans les entreprises vitivinicoles**

Faire face à la concurrence sur les marchés mondiaux, c'est aussi permettre aux entreprises et aux exploitations viticoles d'optimiser leurs outils de production et de transformation et d'accéder à l'innovation, tout en veillant à ne pas accroître le surinvestissement et la sous-utilisation des infrastructures de production.

Les actions à mettre en place devront donc aider les opérateurs à renforcer non seulement leurs moyens de production mais aussi de commercialisation (promotion, modernisation des capacités de traitement et des outils de vinification, maîtrise de la qualité / des coûts par des moyens adaptés...) à développer de nouveaux produits ou process.

- *Mesure 52 : Soutenir la mesure « investissement et innovation » comme une des trois priorités dans le programme national quinquennal de l'OCM vitivinicole.*
- *Mesure 53 : Rendre prioritaire les jeunes viticulteurs et les projets collectifs au dispositif d'aide communautaire sur l'investissement*
- *Mesure 54 : Préparer la prolongation au-delà de 2018 du dispositif d'aide communautaire sur les investissements des entreprises et des exploitations viticoles dans le cadre du programme national de l'OCM viticole*

LEVIER N°4 : AMELIORER LE POTENTIEL DU VIGNOLE FRANÇAIS EN QUALITE ET QUANTITE

Bien qu'elle dispose de la 3ème capacité mondiale en termes de production, la France est de plus en plus pénalisée en terme de compétitivité prix. La moyenne des rendements en France est structurellement / culturellement faible voire très faible par rapport à ses concurrents ce qui affecte substantiellement la compétitivité des produits et des entreprises.

Toutefois, il faut souligner que depuis près de deux décennies, le potentiel de production français est en baisse alors que celui de nos concurrents progresse.

En outre, la production française diminue plus vite que la superficie en vignes contrairement à nos compétiteurs (notamment Espagne et Italie). Cette situation témoigne de la perte de compétitivité de notre filière.

Pour répondre à cette situation, il convient :

- d'une part, d'assurer la reconstitution des marges au sein de la filière en assurant la compétitivité de notre offre sur les différents segments. Cette compétitivité suppose d'avoir, pour chacun des segments analysés (segments de marché et non catégories réglementaires) une approche incluant le prix rendu consommateur, la qualité, le service et la promotion ;
- d'autre part, d'établir une gestion du potentiel en adéquation avec l'objectif cité ci-dessus, afin de permettre d'atteindre des coûts de production adaptés (assurant la rémunération amont/aval) et d'assurer l'approvisionnement équilibré du marché et son développement.

Pour améliorer le potentiel du vignoble français en quantité et qualité, 3 objectifs peuvent être donnés :

- ❶ **Optimiser le développement du potentiel viticole par un dispositif cohérent de gestion des autorisations de plantation**
- ❷ **Favoriser la restructuration du vignoble français**
- ❸ **Améliorer la qualité du vignoble français et la lutte contre les maladies**

► Objectif - <i>Optimiser le développement du potentiel viticole par un dispositif cohérent de gestion des autorisations de plantation</i>

Un nouvel encadrement communautaire de la gestion du potentiel viticole sera en place à partir du 1er janvier 2016. Des autorisations de plantations, délivrées pour les trois segments de l'offre (AOP, IGP, VSIG) et permettant la croissance du potentiel de l'État membre de 1% maximum par an succèdent au régime d'interdiction de plantation et à la gestion des replantations après arrachage par des droits de plantation.

De nouveaux rapports de force entre les pays producteurs européens pourront s'établir sur la base des choix faits par les États membres en janvier 2016. Les choix qui seront faits marqueront durablement la production française, puisque le régime doit être en vigueur jusqu'en 2030.

L'objectif est de concevoir un nouveau dispositif en phase avec la stratégie de la filière viticole c'est-à-dire assis sur une politique de développement du potentiel viticole cohérente avec les ambitions françaises de reconquête des marchés à l'export, intégrant le contexte mondialisé du marché. Cela impose naturellement la participation des acteurs de l'aval de la filière à la définition des objectifs de croissance.

La crainte d'une concurrence nouvelle des vins sans indication géographique ne peut être la seule motivation pour s'opposer à leur prise en compte dans la stratégie de développement des vignobles français. Ceci étant dit, cela n'implique aucunement une dérégulation de la gestion du potentiel. L'évolution du potentiel doit donc être maîtrisée, encadrée, permettant un développement harmonieux et sans perturbation des différents segments.

Le nouveau dispositif devra :

- préserver la qualité du potentiel du vignoble à indication géographique
- renforcer les politiques de bassins tout en permettant la croissance sur de nouveaux segments.
- encadrer la gestion des autorisations de plantation en assurant l'étanchéité entre les segments. A défaut, assurer que les plantations et replantations de VSIG ne peuvent pas permettre la revendication de vin à indication géographique et cela dans le temps
- préciser les rôles respectifs des niveaux local, régional et national
- affirmer la nécessité d'une gouvernance interprofessionnelle/professionnelle dans la gestion des autorisations de plantation
- assurer une traçabilité dans la durée des autorisations de plantations susceptibles d'être attribuées à des VSIG
- programmer une progressivité dans le développement du potentiel, cohérente avec les marchés correspondants.

Si ces objectifs ne pouvaient être atteints compte tenu de l'évolution future de la réglementation communautaire, ces objectifs seraient revus.

- *Mesure 55 : * établir collectivement un bilan des besoins et des perspectives de développement de l'offre française en fonction de la demande des marchés, en particulier sur les nouveaux marchés (tous segments et par bassin) sur la base de ces besoins et dans les zones viticoles relevant d'un conseil de bassin*

** confier aux ODG l'initiative de proposition (contingents, critères...) pour ce qui relève des vins à indication géographique et aux représentants des VSIG pour ces produits*

** La gouvernance des IG est fondée sur la détermination d'indicateurs économiques arrêtés au niveau interprofessionnel. Au regard de ces indicateurs, les ODG font des propositions d'évolution du potentiel (contingent et critères) qu'ils transmettent par LRAR à leur(s) interprofession(s) concernée(s) pour avis et à l'INAO. Les interprofessions rendront un avis dûment motivé sur chaque demande d'ODG, qui sera transmis au(x) CRINAO et au Comité national de l'INAO pour décision. Cet avis motivé exposera l'accord entre les familles.*

En cas de désaccord, l'interprofession transmet l'avis des deux familles sur la proposition de l'ODG.

En l'absence d'avis interprofessionnel formalisé et motivé dans un délai de 3 mois à compter de la réception de la demande de l'ODG, une demande d'ODG pourra être soumise à l'avis d'un CRINAO et à celui du comité national compétent de l'INAO. Une évaluation de cette gouvernance sera effectuée à l'issue d'une période de fonctionnement de trois ans.

** confier aux instances nationales (Comités nationaux INAO pour les vins avec IG et FranceAgriMer pour les VSIG) la synthèse et l'établissement des décisions qui seront soumises aux Ministères compétents.*

- *Mesure 56 : Définir les outils permettant d'assurer un cloisonnement et une traçabilité des différents segments réglementaires*
- *Mesure 57 : Créer un guichet unique de dépôt / un dossier unique de demande d'autorisation de plantation*
- *Mesure 58 : Favoriser les plantations dans le cadre d'un partenariat amont-aval (contrat de fourniture/achat).*

► **Objectif - Favoriser la restructuration du vignoble français**

L'objectif général est de faciliter l'adaptation de l'outil de production aux attentes du marché et aux conditions de la concurrence notamment internationale.

Les actions à mettre en œuvre devront permettre de faire évoluer la structure, l'encépagement et les techniques de conduite du vignoble en prenant en compte les spécificités de chaque bassin viticole et les besoins des marchés.

- *Mesure 59 : Soutenir la mesure « restructuration du vignoble » comme une des trois priorités dans le programme national quinquennal de l'OCM vitivinicole.*
- *Mesure 60 : Rendre prioritaire les jeunes agriculteurs et les projets collectifs au dispositif d'aide communautaire sur la restructuration du vignoble*
- *Mesure 61 : Préparer la prolongation au-delà de 2018 du dispositif d'aide communautaire sur la restructuration du vignoble dans le cadre du programme national de l'OCM viticole*

► **Objectif - Améliorer la qualité du vignoble français et la lutte contre les maladies**

Le vignoble français est caractérisé par une augmentation très importante de la mortalité des pieds de vignes qui fragilise d'autant la productivité malgré des efforts notables de restructuration du vignoble (les estimations de l'institut technique de la Vigne et du vin indiquent que le taux moyen de ceps improductifs au vignoble est de l'ordre de 12%).

- *Mesure 62 : Déclarer « causes nationales » les luttes contre les maladies du bois et la flavescence dorée*
- *Mesure 63 : Lancer un programme national de recherche et d'expérimentation d'envergure sur les maladies du bois, la flavescence dorée, financé pour tout ou partie à travers une participation financière prélevée sur toute la filière*
- *Mesure 64 : Lancer un plan de relance et de compétitivité de la filière « pépinière viticole » associant Etat et Régions pour l'appui à l'investissement et à l'innovation dans les entreprises*
- *Mesure 65 : Repréciser le cadre réglementaire des autorisations d'expérimentation des nouveaux cépages et clones*
- *Mesure 66 : Lancer une réflexion sur la sélection massale pour retrouver une diversité des clones disponibles au sein d'un cépage*
- *Mesure 67 : lancer un plan national de protection de l'outil de production contre la flavescence dorée par un contrôle renforcé dans les vignobles*
- *Mesure 68 : Améliorer les dispositifs administratifs d'arrachage de vignes abandonnées et/ou contaminées dans le cadre de la lutte obligatoire*
- *Mesure 69 : Maintenir un dispositif rigoureux pour la certification des bois et plants de vigne, tout en combinant pour son application une simplification et une responsabilisation des opérateurs, grâce notamment à la dématérialisation de l'application des procédures.*

LEVIER N°5 : CONSOLIDER LA GOUVERNANCE DE LA FILIERE ET LE PILOTAGE ECONOMIQUE

Il faut rappeler l'importance d'une gestion et d'un pilotage économique de la filière viticole au plus près des acteurs.

Pour cela, la mise en place depuis près de 5 ans de bassins viticoles administrés par des conseils de bassins placés sous l'autorité d'un préfet de région est un élément positif. Il est aujourd'hui un lieu important dont les missions et le pouvoir ont besoin d'être clarifiés.

Pour consolider la gouvernance et la gestion des marchés, 2 objectifs peuvent être donnés :

- ❶ **Clarifier le rôle et les missions des conseils de bassin viticole**
- ❷ **Renforcer la place des interprofessions**

Objectif - <i>Clarifier le rôle et les missions des conseils de bassin viticole</i>
--

Véritable instance de concertation entre les partenaires de la filière viticole et les pouvoirs publics, les conseils de bassin peuvent être consultés sur un certain nombre de points importants de la politique viticole régionale.

- *Mesure 70 : Clarifier les missions des conseils de bassin viticole*
- *Mesure 71 : Assurer la présence institutionnelle de toutes les organisations professionnelles dans tous les conseils de bassins : distilleries vinicoles, syndicats agricoles dits « représentatifs » et notamment représentants des vins sans indication géographique*

► Objectif - Renforcer la place des interprofessions

Les structures assurant, d'une part, l'analyse et la réflexion globale à l'échelle d'un bassin (voire au delà dans certains cas), d'autre part, des choix d'orientation et de mise en œuvre doivent être les interprofessions, réunissant les professions représentatives de l'amont (production) et de l'aval (négoce). Dans ce schéma, la puissance publique est présente pour assurer le contrôle de légalité, en particulier lors des décisions d'extension qui lui sont soumises.

- *Mesure 72 : Favoriser la concertation entre interprofessions, en particulier entre les interprofessions à l'échelle d'une grande région et l'interprofession nationale des VSIG, notamment par le biais des conventions entre interprofessions telles que prévues par la réglementation.*
- *Mesure 73 : L'Etat ne devra pas reconnaître de nouvelle interprofession sur un bassin où il en existe déjà une, dès lors que les opérateurs ressortissants sont les mêmes. Il devra au contraire inciter à une reconnaissance à l'intérieur de la structure déjà existante, par souci de cohérence dans l'établissement de politiques régionales de filière.*

SYNTHESE

La France est un pays leader en matière viticole et doit le rester. C'est dans cet objectif que le plan stratégique sur les perspectives de la filière vitivinicole à l'horizon 2025 a été établi.

La stratégie de la filière viticole à l'horizon 2025 est donc d'adopter une politique ambitieuse et dynamique de développement et de recherche de croissance.

Les enjeux sont :

- **La recherche de la croissance en valeur et en volume par le développement des parts de marché à l'exportation et la reconquête du marché des bases « industriels »**
- **Le maintien d'un marché national fort, durable, en phase avec les attentes sociétales tout en soutenant un tissu productif et économique compétitif**

Pour ce faire, les moyens pour servir ces enjeux sont à rechercher auprès de 5 leviers :

- **Intensifier les outils de la conquête**
- **Répondre aux demandes sociétale et environnementale**
- **Renforcer le potentiel humain et soutenir la modernisation des entreprises**
- **Améliorer le potentiel du vignoble français en qualité et quantité**
- **Consolider la gouvernance de la filière et le pilotage économique**

73 mesures, réunies en 21 objectifs, composent ce plan stratégique.

TABLEAU DE SYNTHÈSE DU PLAN STRATÉGIQUE DE LA FILIÈRE VITIVINICOLE

Le tableau ci-dessous réunit par "pavé" une synthèse des mesures sous forme d'actions « génériques »

<u>INTENSIFIER LES OUTILS DE LA CONQUÊTE</u>	<u>REPONDRE AUX DEMANDES SOCIÉTALE ET AGRO-ÉCOLOGIQUE</u>
<ul style="list-style-type: none"> • Structurer l'intervention de l'Etat autour des axes suivants : place et rôle des services économiques à l'étranger, renforcement du soutien juridique et financier de la protection des IG et mise en place un fonds d'urgence export pour lutter contre les obstacles non tarifaires • Moduler l'action de l'Etat en fonction des priorités pays / entreprises retenues en confortant d'abord les entreprises en croissance, déjà présentes à l'export et en phase d'investissement • Développer les compétences des exportateurs dans un ensemble de domaines pour assurer la création de valeur à l'exportation • Lancer une étude qualitative et quantitative importante sur les 15 marchés clés afin de recueillir l'avis et les attentes des importateurs et distributeurs sur une offre « France » • Construire un plan stratégique "France" (avec objectifs mesurables et rationalisation des interventions) et concevoir la boîte à outils nécessaire à l'appropriation par les opérateurs et la mise en œuvre • Mettre en place un "think tank" vitivinicole pour stimuler la réflexion et le <i>benchmarking</i>, et en tirer des conséquences en matière d'orientations de la politique vitivinicole • Quantifier les importations "relocalisables" et identifier les besoins correspondants, afin de définir les actions à conduire de manière viable • Définition d'un Plan stratégique 2015-2025 sur la politique de recherche et développement. Ce plan devra définir les grandes lignes de la politique française en termes de recherche, de développement et d'innovation, les objectifs à atteindre et les critères de mesure des progrès réalisés. Il sera proposé des recommandations en termes d'organisation et de moyens économiques et humains 	<ul style="list-style-type: none"> • Création d'un comité interministériel et pluridisciplinaire, intégrant l'ensemble des problématiques enjeux liés à ces produits : santé, économie, fiscalité, emploi, tourisme, image. Ce comité aurait pour tâche, en adoptant une approche équilibrée des différents enjeux, d'assurer la cohérence des politiques publiques en la matière. • Etablir une prospective sur le développement et le positionnement des vins « biologique » • Promouvoir une diversité des systèmes de production et augmenter la présence d'une activité viticole en zone rurale sensible • Etablir un panorama d'ensemble des options accessibles aux opérateurs de la filière en vue d'aller vers une gestion économiquement et écologiquement performante. Ce panorama devra notamment recenser les actions et dispositifs existants, mais également les évolutions à envisager, qu'elles soient réglementaires, organisationnelles ou de R&D

RENFORCER LE POTENTIEL HUMAIN ET SOUTENIR LA MODERNISATION DES ENTREPRISES

- Identifier les freins économiques, sociaux, de formation et réglementaires au renouvellement des générations afin d'identifier les solutions à apporter
- Identifier les contraintes administratives pesant sur la compétitivité de la filière. Ces contraintes peuvent être réglementaires, fiscales, sociales, environnementales, etc.... Etablir un bilan de leur justification et construire un calendrier d'élimination
- Mettre fin au différentiel de traitement de la méthode d'enrichissement entre les régions françaises
- Repenser le cursus des formations dans les écoles et établissements d'enseignement viticole
- Construire un système de protection vis-à-vis des risques permettant de protéger le producteur (indemnisation) mais également le marché (et les débouchés) par des dispositifs de mise en réserve
- Identifier les activités susceptibles de s'inscrire dans le schéma "investissement et innovation", notamment en s'appuyant sur les résultats des travaux de la R & D, du *think tank* et du *benchmarking* sur nos concurrents

AMELIORER LE POTENTIEL DU VIGNOBLE FRANÇAIS EN QUALITE ET QUANTITE

- Etablir collectivement un bilan des besoins et des perspectives de développement de l'offre française en fonction de la demande des marchés, en particulier sur les nouveaux marchés (tous segments et par bassin) Sur cette base, établir, en concertation entre tous les acteurs concernés, un plan de développement du potentiel viticole français assis sur une gestion cohérente permettant le développement de chacun des segments
- Déclarer « causes nationales » les luttes contre les maladies du bois et la flavescence dorée, avec construction d'un plan d'actions, un programme d'investissement et des outils de mesure et de suivi
- Développer un volet "pépinière" et développement de matériel végétal dans la réflexion stratégique, en identifiant notamment les contraintes et les freins au progrès en la matière

CONSOLIDER LA GOUVERNANCE ET LE PILOTAGE ECONOMIQUE

- Clarifier les missions des conseils de bassin viticole et assurer la présence institutionnelle de toutes les organisations professionnelles
- Favoriser la concertation entre interprofessions, en particulier entre les interprofessions à l'échelle d'une grande région et l'interprofession nationale des VSIG