

Septembre 2005

Le
journal
du **CNRS**

ÉDITO



Le vin français en quête de renouveau

Even Salies.

Chercheur au Matisse (Modélisations appliquées, trajectoires institutionnelles, stratégies socio-économiques) (1) et au Gerem (Groupe d'étude et de recherche en économie mathématique)(2)

Les pratiques culturelles, la vinification du raisin et la commercialisation du vin sont au carrefour de recherches que nous fait partager ce numéro du *Journal du CNRS* à travers des articles passionnants, sans tabous. À cause de la crise qui frappe le secteur des vins d'appellation d'origine contrôlée, la filière vitivinicole française doit

intégrer ces recherches, qui participent à une valorisation d'un produit plusieurs fois millénaire.

Le vin est une matière première agricole transformée, résultat d'un processus de production long et sophistiqué. Les terroirs et cépages multiples dont il est issu favorisent sa différenciation. La production d'un vin de qualité nécessite une viticulture de terroir – une antenne du CNRS a justement produit des recherches qui expliquent la naissance d'un terroir. D'autres travaux démarrés au sein du CNRS permettent de repérer, dans le vin, les chaptalisations frauduleuses. Or, les productions de qualité ont du mal à se démarquer dans un secteur globalisé où se côtoient, ne serait-ce qu'en France, plusieurs dizaines de milliers d'étiquettes. Le consommateur, déjà sollicité par d'autres boissons, ne sait plus vers qui tendre son verre... Le marché du vin est défini par un grand nombre d'acteurs : des vigneron passionnés et des acheteurs, qu'ils soient consommateurs ou voient dans le vin un objet de spéculation. Entre les deux se trouvent des courtiers-commissaires priseurs (en voie d'extinction) et des négociants qui, dans le rôle d'intermédiaires, garantissent un débouché en France et, de plus en plus, à l'étranger. Pourtant, le Sras, le 11 septembre 2001 et l'appréciation de l'euro ont réduit nos exportations de vin. Après une croissance dopée du vignoble AOC, les négociants n'arrivent plus à débarrasser les producteurs de leurs stocks. Quelques centrales d'achat exercent une forte pression sur les prix, qui se répercutent sur les différentes places de cotation. Les changements qui affectent la France portent essentiellement sur les goûts du consommateur. « *Les moins de 40 ans achètent plus cher, de meilleure qualité mais moins souvent* », remarque Bruno Berthelin, caviste. Le merlot est privilégié par les maîtres dégustateurs (Parker, Dubourdieu, etc.), et certains œnologues, un peu désarmés, marient le vin à des saveurs « *flatteuses pour attirer les jeunes* », rajoute-t-il. La consommation par tête baisse, malgré l'étude CNRS-Inserm qui, il y a une dizaine d'années, montrait qu'une consommation modérée de vin associée à une alimentation saine réduirait l'incidence de maladies cardiaques (« *french paradox* »). Mais ce don de la nature ne serait pas propre au vin. Par ailleurs, il est largement terni par le nombre de décès associés à une consommation excessive d'alcool et l'addiction.

L'expérience que nous avons de trente années de régulation de la production des vins ordinaires suggère que les mesures à entreprendre pour les AOC génériques doivent être structurelles. Les économistes se prononcent sur la manière de réguler la production. La distillation des excédents n'est qu'une solution conjoncturelle qui, sans arrachage de vigne, n'a qu'un effet à court terme. On peut s'attendre à ce que les subventions européennes annuelles dépassent le milliard d'euros. Il reste enfin des éclairages à - apporter sur d'autres problèmes, comme celui concernant le cahier des charges de vinification bio « AB ». Ou bien sur l'échec du Winefex – marché à terme des vins classés de bordeaux – lancé le 21 septembre 2001.

Pendant que nous cherchons des solutions, de jeunes vigneron, en Languedoc-Roussillon et ailleurs, retroussent leurs manches pour faire un vin comme autrefois, respectueux des contraintes du terroir.

1. CNRS / université Paris-I.

2. Université de Perpignan.