

Le vignoble français à l'épreuve de la pandémie

Du champagne aux crus du Bordelais, la crise sanitaire a de lourdes conséquences dans un secteur qui dépend fortement des exportations.

Par Rémi Barroux, Laure Gasparotto et Ophélie Neiman Publié le 26 mai 2020 à 09h37, mis à jour hier à 19h53

Les images sont trompeuses. Prenez celles des fameux « apéros Skype », largement diffusées en France sur les réseaux sociaux... Elles pourraient laisser penser à une forte hausse de la consommation de vin par temps de confinement. Il n'en est rien. Et les chiffres le prouvent : selon un sondage de Santé publique France, rendu public le 13 mai (effectué les 30 mars et 1^{er} avril auprès de 2 003 participants), 11 % des personnes interrogées déclarent boire plus et 24 % boire moins. Surtout, les ventes de bouteilles s'effondrent, « *de l'ordre de 40 % à 50 % au minimum* », indiquait, le 15 mai, l'organisme Vin et société.



Madeleine Premmeur, viticultrice au domaine du Château Barbebelles, à Rognes (Bouches-du-Rhône), le 28 avril. ANNE-CHRISTINE POUJOULAT / AFP

Les raisons sont multiples : fermeture des cafés et restaurants, de certains cavistes, freinage brutal des exportations (pour nombre de domaines, celles-ci représentent 40 % et plus des volumes), raréfaction des repas conviviaux, arrêt de l'événementiel... Et puis, la priorité des Français est la nourriture. « *La période prouve que le vin n'est pas un produit de première nécessité* », résume Marie-Henriette Imberti, déléguée aux affaires économiques du Comité national des interprofessions des vins à appellation d'origine et à indication géographique (CNIV).

Tous les vignobles souffrent, les lieux de vente aussi. Mais pas avec la même intensité, loin de là. Ainsi, les ventes en hypermarchés, où se joue l'essentiel de la consommation, ont reculé jusqu'à 10 %, mais celles des commerces de proximité ont progressé de plus de 15 %. Quant à l'e-commerce, il a explosé, avec une hausse de 73 %. Avec un bémol, tout de même : le coût moyen des bouteilles achetées a nettement baissé. « *De 21 euros à 16 euros sur notre site* », précise Bernard Le Marois, directeur général de WineandCo. « *Les hausses de volumes sont anecdotiques par rapport à la baisse des prix* », confirme l'agence spécialisée SoWine.

La tendance, boire moins et moins cher

Moins la bouteille est chère, mieux elle se vend. Telle est la réalité de cette période si particulière. Le CNIV constate que les vins d'indication géographique protégée (IGP) ont connu une hausse de 10 % en mars. Le grand vainqueur ? Le Bag-in-Box (BIB), le vin en Cubitainer, avec des ventes qui s'envolent à plus de 50 % pour les bordaux, plus de 30 % pour les vins du Rhône et de Provence. A l'inverse, c'est la dégringolade pour les bouteilles à plus de 15 euros. Pour Marie-Henriette Imberti, cette crise marque une rupture : la tendance, depuis vingt ans, est de « *boire moins et mieux* » (donc plus cher) ; avec le confinement, c'est boire moins et moins cher.

Cette évolution se confirme à la cave coopérative Fonjoia, à Saint-Saturnin-de-Lucian (Hérault). « *Les bouteilles vendues 3,80 euros l'unité au consommateur partent encore pour la grande distribution en France et dans d'autres pays* », explique son directeur, Christian Raynaud. Les vins plus chers ? « *Hélas, non ! Ils sont destinés aux cavistes et restaurants, qui ont stoppé leurs commandes...* »

De la Bourgogne au Val de Loire, du Sauternais à la Provence, les vigneronns vivent un paradoxe. Le temps est radieux, qui leur permet de travailler les vignes, alors qu'en cave... Peu s'épanchent sur les pertes de chiffre d'affaires. Pas envie. Trop tôt. Mais l'ardoise globale sera salée pour un pays qui compte 750 000 hectares de vignes. Le secteur fait travailler 500 000 personnes et est le deuxième contributeur, après l'aéronautique, à la balance commerciale.

Les plus fragiles feront faillite

Si les bouteilles chères peuvent attendre des jours meilleurs, à condition que les domaines aient de la trésorerie, la plupart des autres sont vendues et bues dans l'année. Les vigneronns qui loupent ce temps court se retrouvent avec des centaines de caisses sur les bras. Toutes les interprofessions de France le disent : les plus fragiles feront faillite.

Une réunion de crise s'est tenue en vidéoconférence, le 11 mai, en présence des ministres Bruno Le Maire (ministre de l'économie et des finances) et Didier Guillaume (ministre de l'agriculture et de l'alimentation). « *Trois mesures de soutien exceptionnelles* » ont été décidées : des exonérations de cotisations sociales pour les TPE et PME en grosses difficultés, un dispositif de « distillation de crise » à hauteur de 140 millions d'euros – il permet de recycler des stocks dans la production de biocarburants et de gels hydroalcooliques – et un « *fonds de soutien au niveau européen* ».



Raymond Dupuis, caviste à Paris, le 24 avril.
Charles Platiau / REUTERS

Suffisant ? « *Sans doute pas*, reconnaît-on au ministère de l'agriculture, *mais nous poussons fort à Bruxelles.* » Sauf que le fonds de soutien n'est toujours pas là – malgré les efforts conjoints de la France, de l'Italie et de l'Espagne, certains pays européens moins viticoles y étant opposés – et que la filière française, avant même la pandémie, était déjà touchée par les taxes américaines sur les vins. En attendant, certains vigneronns s'activent pour inciter les habitants plus ou moins proches à revenir au caveau. « *Des petits viticulteurs ont proposé d'énormes remises de prix sur des vins de terroir* », témoigne Jean-Marc Touzard, directeur de recherches à l'Institut national de la recherche agronomique (INRA), à Montpellier. Mais tout cela ne modifie pas la tendance de fond.

Surproduction

La crise a aussi de lourdes conséquences dans le Bordelais, une région déjà fragilisée en temps normal par la surproduction. Les grands crus eux-mêmes sont victimes du contexte actuel. Alors que leur exportation représente souvent plus de 50 % du chiffre d'affaires de certains producteurs, le fait que trois gros clients

habituels (Etats-Unis, Chine, Royaume-Uni) soient sévèrement touchés par la pandémie due au coronavirus est fortement pénalisant.

L'inquiétude est d'autant plus vive que ces crus de prestige ont dû annuler leur rendez-vous annuel majeur, celui des primeurs, à savoir la dégustation des vendanges de 2019, qui devait réunir, du 30 mars au 3 avril, de 5 000 à 7 000 importateurs, distributeurs ou critiques, dont une bonne moitié d'étrangers. La réunion n'est pas que de gala. Elle vise à fixer les prix pour chaque vin et à passer des commandes. Bref, le marché du vignoble bordelais se joue aux primeurs.

Une solution radicale a été retenue : plutôt que de faire venir les clients aux primeurs, les primeurs iront aux clients. Des dégustations auront lieu en juin et en juillet dans une dizaine de villes, de Bordeaux à Singapour, de Londres à San Francisco, de Shanghai à Zurich. « *C'est un moindre mal* », dit Ronan Laborde, président de l'Union des grands crus de bordeaux.

En Champagne, la catastrophe menace davantage encore. La « bulle » est chère, elle s'exporte énormément, elle est associée à la fête familiale, aux mariages comme aux événements sportifs ou culturels. Or la fête, en ce moment, partout sur la planète... Même chez les cavistes restés ouverts ces derniers mois, les ventes ont plongé. Résultat : - 60 % depuis deux mois.

Vitalie Taittinger, à la tête de la maison du même nom, annonce une chute de 95 % du chiffre d'affaires au mois d'avril : « *Plus rien ne part, hormis vers le Japon, la Suède et le Danemark. L'ensemble du champagne table sur une perte de 20 % à 30 % des ventes sur une durée inconnue.* » On sent la même impuissance chez Anne Malassagne, propriétaire des champagnes AR Lenoble : « *La Champagne vivait dans un TGV à 300 km/h, là on est dans un TER à 20 km/h.* »

« Ne pas rentrer trop de raisin sans couler les vigneron »

Le champagne a une particularité qui aggrave un peu plus son cas : en temps normal, il fait gagner beaucoup d'argent ; en temps de crise, sa spécificité met en péril toute la filière. Les vendanges, qui sont le pivot du système, coûtent plus cher qu'ailleurs. Déjà, la machine y est interdite dans les rangs. Il faudra aussi embaucher pas moins de 120 000 personnes à la fin de l'été, affirme Christophe Juarez, directeur général de la cave coopérative Nicolas Feuillatte : « *Avec la météo clémente, nous devrions vendanger en août. Comment réunir autant de monde avec des gestes barrières que l'on ne connaît pas ?* »

Le champagne est cher pour une autre raison. La plupart des grandes maisons achètent à des vigneron partenaires du raisin, transformé en jus pétillant sous leurs marques. A 6 euros le kilo, quand parfois ailleurs il est à moins de 1 euro. Bref, il faut bien calculer la demande pour éviter de boire la tasse. Et si la demande n'est plus là...

Des marques prestigieuses auraient envisagé une option radicale : sacrifier les vendanges et exploiter à la place les énormes réserves de jus qu'elles se constituent à l'occasion d'une année fertile – en 2019, par exemple. Mais ce serait terrible pour les viticulteurs qui leur vendent d'ordinaire du raisin. « *Je n'en dors plus. Il y a 16 000 vigneron en Champagne. Mon ambition est de sauver un maximum d'entreprises* », confie Maxime Toubart, le président du Syndicat général des vigneron de la Champagne, confronté à un complexe jeu de dominos : « *Ne pas rentrer trop de raisins sans couler les vigneron.* »

Nouvelles relations avec les clients

La Provence a moins de questions existentielles, mais une autre interrogation, de saison : l'été se profile, soit deux mois cruciaux pour les ventes de rosé, la couleur des vacances. Son destin dépendra de la réouverture des restaurants et de la reprise du tourisme, « *indispensables pour nous sauver* », dit Brice Eymard, directeur général du Conseil interprofessionnel des vins de Provence. Si ce n'est pas le cas ? Le consommateur pense, souvent à tort, que le rosé ne survit pas après l'été. C'est pourquoi, en ce moment, Gilles Masson, directeur du Centre du rosé, à Vidauban (Var), livre moult conseils aux vigneron sur la garde potentielle de vins faciles à boire, mais compliqués à fabriquer.

Partout en France, enfin, les vigneronns inventent de nouvelles relations avec les clients. Pas tant les domaines qui vendent à la grande distribution – ils ne changeront pas –, mais les autres, plus vulnérables. C'est le cas de Patricia Ortelli, à la tête du domaine Château la Calisse, à Pontevès (Var), qui s'est mise à expédier des bouteilles à tous ses clients. « *J'ai eu un retour fabuleux dans toute l'Europe, alors que ma trésorerie était en péril.* »

A Faugères (Hérault), la coopérative locale, le Mas Olivier, a proposé aux vigneronns indépendants de commercialiser leurs bouteilles dans sa boutique. « *Ils se débattent face à un tsunami* », justifie Philippe Maury, le président de la cave. Ces initiatives collent à un monde viticole toujours plus gagné par des préoccupations sanitaires et écologiques, qui rejoignent celles des consommateurs. « *Les circuits courts progressent. Il y a quand même du positif dans cette crise* », pense Jean-Marc Touzard. Il se dit même plus préoccupé par les désordres climatiques que par le virus. Mais il n'est pas vigneron...

Rémi Barroux, Laure Gasparotto et Ophélie Neiman