

Association Régionale de la Filière Vins région Centre

Stratégie de la filière vins en région Centre

Avec l'appui méthodologique de la Chambre Régionale d'Agriculture Centre

septembre 2008

Les motivations d'un projet de filière régionale

Le Conseil régional et l'Etat ont indiqué en septembre 2007 que l'attribution de leurs financements en 2008 nécessiterait l'élaboration au préalable d'un « projet de filière » par les acteurs du secteur concerné. Les organisations professionnelles agricoles régionales avaient elles-mêmes émis le vœu en 2004, lors des dernières élections régionales, que le Conseil régional du Centre amplifie significativement ses politiques en faveur des filières. La profession est donc favorable à une dynamisation des filières, de nature à faire mieux face à la compétition des régions et des pays.

Un « projet de filière » peut se définir comme un programme collectif d'actions prioritaires déclinant une stratégie élaborée après un travail de diagnostic préalable du secteur concerné. Un tel projet de filière ne peut se concevoir que dans la concertation, en impliquant l'ensemble des maillons de la filière concernée (producteurs, 1^{ère} mise en marché, transformateurs, stations d'expérimentation...), les financeurs (DRAF, Offices, Conseil régional, les Conseils généraux) et à certaines étapes des représentants de la société civile (consommateurs, associations de respect de l'environnement). Les pouvoirs publics ont souhaité que les projets de filières soient disponibles mi-mai 2008. La Chambre régionale d'agriculture du Centre, à la demande du Conseil régional et de l'Etat, apporte un appui méthodologique aux filières qui en expriment le besoin pour réaliser ce travail.

La filière des vins de la région Centre, soumise à la fois à une forte crise de ses marchés et à des mutations importantes (réforme de l'Organisation Commune des Marchés, plan de modernisation français, projet du Bassin Val de Loire...) a donc souhaité établir son projet. Un diagnostic avait été conduit fin 2005. Le présent document décrit la stratégie arrêtée par la filière. Un dernier document décrira ensuite le programme d'actions retenu. Le détail des actions est repris en annexe et reprend l'ensemble des fiches rédigées par les structures.

Le présent document sera validé par l'Association Régionale de la Filière Viticole, instance assurant la mise en cohérence de l'ensemble des politiques s'appliquant à ce secteur financée par l'Etat et le Conseil régional. Il est rédigé avec l'appui méthodologique des services de la Chambre régionale d'agriculture. Il appartiendra ensuite à l'ensemble des acteurs de la filière de le faire vivre, pour amplifier la dynamique de ce secteur.

Sommaire du document

	Page
Introduction : les motivations d'un projet de filière régional	2
Sommaire du document	3
Première partie :une filière régionale diversifiée	
A-Les caractéristiques générales de la filière (rappel)	5
B-Les forces et faiblesses de la filière régionale	7
Deuxième partie : un contexte en profonde mutation	
A-Un vignoble en mutation, en particulier pour les vignobles de Touraine	9
B-Des marchés en pleine évolution	9
C-Un développement du tourisme viticole	10
D-Une politique européenne en mutation	10
E-Un plan de modernisation national de la filière	12
F-Le projet professionnel du bassin Val de Loire-Centre	13
G-Des conditions de culture de plus en plus difficiles	15
H-8 enjeux essentiels	15
Troisième partie : une stratégie en 4 axes prioritaires	
A-Développer les marchés en France et à l'export	18
1-Améliorer la qualité des vins de Loire	18
2-Développer les Sauvignons de Loire	19
3-Valoriser les vins rouges de Loire	21
4-Assurer la promotion et la commercialisation des vins sous bannière commune "Loire"	21
5-Former les professionnels à la commercialisation, pour notamment développer les ventes à l'export	23
B-Tirer profit de l'essor du tourisme viticole	24
C-Consolider la relation entre production et négoce	25
D-Maintenir le vignoble, et la compétitivité des systèmes de production	26
1-Utiliser au mieux les systèmes de formation pour répondre aux besoins de la profession	26
2-Mener un programme d'expérimentation axé sur la qualité des produits, le respect de l'environnement et la sûreté alimentaire, renforcer le transfert des résultats	27
3-Favoriser l'installation des entreprises	28

1^{ère} Partie

Une filière régionale diversifiée

A-Les caractéristiques générales de la filière (*rappel*)

Le diagnostic de la filière établi fin 2005, puis le plan filière vins de l'ARFV d'avril 2007, précisaient le portrait du secteur, et le lecteur pourra s'y reporter.

Le Val de Loire constitue aujourd'hui le 3^{ème} bassin viticole français avec une production de 4 millions d'hectolitres répartie sur 14 départements. L'offre des vins du Val de Loire se segmente aujourd'hui en trois productions principales :

- les vins issus des 63 appellations d'origine contrôlée : 2.9 millions d'hectolitres
- les vins de pays : 600.000 hectolitres
- les vins de table : 300.000 hectolitres

La région Centre produit environ 1.2 millions d'hl, dont 830 000 hl en AOC et 200 000 hl de vins de pays. La surface plantée en vignes est de 23 000 ha, dont 18 000 ha revendiqués en AOC. 3 000 exploitations viticoles ont été recensées en 2000, dont 2 600 « spécialisées viticulture » représentant 8 % des exploitations agricoles de la région. La production en valeur mesurée par les comptes de l'agriculture (attention : cette donnée est fragile) au départ des exploitations était de 273 millions € en 2006 (dont 260 millions € de vins d'appellation), soit 3 % du total français.

Au sein du Val de Loire, 23 AOC sont situées pleinement en région Centre :

- Touraine
- Touraine Noble-Joué
- Touraine Azay-le-Rideau
- Bourgueil
- Chinon
- Saint Nicolas de Bourgueil
- Coteaux du Vendômois
- Vouvray
- Montlouis sur Loire
- Touraine Amboise
- Touraine Mesland
- Valençay
- Cheverny
- Cour-Cheverny
- Rosé de Loire
- Crémant de Loire
- Reuilly
- Quincy
- Ménéton Salon
- Sancerre
- Coteaux du Giennois
- Orléans-Cléry
- Orléans

Les AOC rosé de Loire et Crémant de Loire sont quant à elles présentes dans l'ensemble du bassin Val de Loire.

Les AOC Pouilly Fumé et Pouilly-sur-Loire (situées dans la Nièvre) sont fortement liées aux vins du Centre, notamment du Sancerrois. Et les AOC Jasnières et Coteaux du Loir, bien que situées dans la Sarthe, sont rattachées à InterLoire et à la FAV d'Indre-et-Loire.

La région Centre compte également 1 AO VDQS (Vins délimités de Qualité Supérieure), à Châteaumeillant.

Les vins de Pays du Val de Loire sont souvent issus de zones mixtes (Touraine notamment).

En région Centre, la filière est fortement organisée avec le concours de plusieurs instances viticoles :

- les Syndicats d'AOC et de vins de pays
- les FAV (Fédérations d'Associations viticoles) d'Indre-et-Loire et du Loir-et-Cher, ainsi que la FUVC (Fédération des Unions Viticoles du Centre)
- les 3 interprofessions (fortement impliquées dans la promotion des vins) :
 - o le Bureau Interprofessionnel des Vins du Centre (pour les appellations Sancerre, Quincy, Reuilly, Ménetou-Salon, Coteaux du Giennois, Châteaumeillant, ainsi que dans la Nièvre Pouilly-Fumé et Pouilly-sur-Loire)
 - o InterLoire (pour la plupart des autres appellations ; cette interprofession est commune avec les vignobles de l'Anjou et du Nantais, et regroupe 46 appellations de Blois à Nantes)
 - o le Comité régional de l'ANIVIT Val de Loire (Association Nationale Interprofessionnelle des Vins de Table et vins de pays). A partir de 2009, cette association se régionalise en une interprofession autonome l'ANIVIT Val de Loire. Cette nouvelle organisation ne concernera que les vins de pays. Les vins de table seront regroupés dans une autre structure dont le fonctionnement n'est pas encore connu.
- la fédération des caves coopératives
- les 2 fédérations des négociants du Val de Loire (EGVL : Entreprise des Grands Vins de Loire et le Syndicat des négociants Centre Loire)
- l'association des Vignerons Indépendants de France

L'ARFV Centre (Association Régionale Filière Vins) a pour objectif de mettre en cohérence les orientations de la filière vitivinicole avec les financements publics, matérialisés par les CAP'Filières (Conseil régional) ou par le volet Etat du contrat de projets Etat-Région.

La viticulture régionale dispose de références spécifiques :

- un Observatoire des vins de Loire publié par Viniflor, InterLoire et le BIVC avec des données concernant la production, la commercialisation, l'export, les stocks...
- des références globales d'exploitations à travers ROSACE (Réseau d'Observation des Systèmes d'exploitations Agricoles pour le Conseil et les Etudes), produites par les Chambres d'agriculture du Cher, du Loir-et-Cher et de l'Indre-et-Loire et en voie d'extension au Maine-et-Loire et à la Loire-Atlantique.
- un référentiel du vigneron, et un référentiel export, publiés par la Chambre d'agriculture du Loir-et-Cher. Récemment, le référentiel vigneron a été étendu aux autres départements.

Ces outils doivent être mis en cohérence et être largement diffusés.

B-Les forces et faiblesses de la filière régionale

Les forces

- la région Centre propose tous les types de vins. En Val de Loire, 52 % de la production se fait en vin blanc, 26 % en vin rouge, 16 % en vin rosé, et 6 % en fines bulles ;
- la multiplicité des appellations et de petites entreprises permettent de rendre l'offre plus attractive et diversifiée
- les principales AOC de vins blancs sont bien positionnées en volume sur les marchés export (Sancerre, Pouilly, Vouvray) ;
- le marché existe à l'export pour le Touraine, mais les prix sont faibles ;
- les vins de la région Centre sont situés pour une large partie dans une zone classée au patrimoine mondial de l'Unesco avec un fort potentiel touristique. Le tourisme viticole est en progression ;
- l'accueil en vente directe auprès des vignerons est largement développé (1^{ère} région de France pour les ventes directes en cave, 1^{ère} région pour les ventes CHR) ;
- la commercialisation des vins de la région Centre est en progression en volume ;
- la part de marché en grande distribution augmente pour ce qui est des vins effervescents, elle est stable pour les vins blancs ;
- 2 pôles techniques forts : l'IFV (Institut Français de la Vigne et du Vin) à Tours et le laboratoire SICAVAC (Service Interprofessionnel de Conseil Agronomique de Vinification et d'Analyses du Centre) à Sancerre.

Les faiblesses

- les cours des vins de pays et des appellations génériques vendus au négoce, ont baissé fortement pour se situer souvent au dessous des coûts de production ;
- seulement quelques appellations disposent à l'export d'un réel capital image/notoriété ;
- à l'exception de certains vignobles du Centre-Loire, les ventes sont majoritairement tournées sur le marché français, et seuls 20 % des volumes commercialisés sont exportés ;
- la multiplicité des appellations et la multiplicité des petites structures de commercialisation peuvent rendre peu lisible l'offre des vins du Val de Loire, les vins souffrent d'un manque de notoriété ;
- aucune marque ne vient soutenir le développement commercial régional ;
- la trop faible rémunération des différents acteurs de la filière fait peser un lourd handicap sur la commercialisation des vins ;
- faute de rémunération suffisante, des exploitations disparaissent entraînant une diminution du potentiel de production ;
- suite à leur reconnaissance, les vins de pays du Val de Loire n'ont pas encore trouvé toute la valorisation attendue. Une dynamique reste à installer ;
- dans certaines exploitations, les équipements sont insuffisants (exemple thermorégulation), entraînant une qualité parfois défailante ;
- l'arrachage conduit à la fragilisation de certains cépages (Sauvignon) ;
- un problème d'adéquation avec les marchés du Touraine Gamay et du vin de pays Gamay ;
- des formations initiales moins sollicitées liées au problème d'attractivité de la profession.

2^{ème} Partie

Un contexte en profonde mutation

A-Un vignoble en mutation, en particulier pour les vignobles de Touraine

La filière régionale subit depuis 2004 une crise importante, latente déjà depuis plusieurs années où la faiblesse des volumes récoltés avait masqué la perte de débouchés. Les prix ont nettement diminué, et les sorties de chais ont connu une régression dans un 1^{er} temps, suivies d'une reprise dans un 2^{ème} temps sans pour autant s'accompagner de la remontée des prix nécessaire. Des actions correctives volontaristes ont été prises en particulier en zone Touraine (distillation de vins en 2005 et 2006), où les excédents ont été résorbés (sauf pour certains rouges), mais le niveau de prix reste faible. Certaines exploitations sont en difficulté, dans la zone Touraine. Les vignobles du Centre-Loire ont connu une baisse de leurs débouchés (avec une reprise enregistrée depuis), sans atteindre le niveau de crise enregistré dans les vignobles de l'ouest de la région.

B-Des marchés en pleine évolution

Le diagnostic établi en 2005 avait mis en évidence une profonde mutation des marchés des vins, et de la place tenue par les vins de France et de la région :

- la croissance globale des surfaces de vigne dans le monde est un phénomène récent. Ce sont particulièrement les pays dits du Nouveau Monde qui ont augmenté leurs capacités de production (Chili, Australie et Afrique du Sud). Ces derniers réalisent une véritable percée en matière d'exportation. Ils représentent aujourd'hui 20 % des échanges mondiaux contre 10 % il y a 6 ans.
- après une baisse significative (excepté pour les vins haut de gamme, les fines bulles et les rouges), les exportations françaises sont de nouveau en hausse. Ces exportations sont fragilisées par le cours élevé de l'euro. Toutefois, la progression des prix de vente à l'export avait permis d'atténuer les effets de la baisse des volumes. Les importations françaises de vins étrangers ont plutôt tendance à diminuer en volume, malgré le développement des importations des vins en provenance de pays tiers (hors UE).
- la consommation de vin en France a fortement évolué ces dernières décennies. La consommation a chuté de 120 litres par habitant en 1960 à moins de 50 litres aujourd'hui. Cette baisse s'explique par un déclin des consommateurs réguliers au profit des non-consommateurs et des consommateurs occasionnels. Elle est accentuée par des campagnes incessantes de dénigrement contre le vin.
- les habitudes de consommations dans le monde se sont modifiées. La consommation mondiale progresse, mais diminue en France, en Italie et en Espagne. Si les Français boivent moins, ils boivent mieux. Ils recherchent la qualité, le vin étant passé du statut de boisson aliment à celui de boisson plaisir. Par contre, la consommation de vin par habitant augmente aux Etats-Unis, aux Pays-Bas, au Danemark, et au Royaume-Uni. On voit émerger de nouveaux pays consommateurs, comme la Chine, l'Inde et la Russie, mais cette tendance reste à confirmer.

Ainsi la crise viticole française n'est pas liée à une hausse des importations, mais plutôt à une perte de parts de marchés export et à une baisse de la consommation française.

- la production régionale de vins en valeur totale a diminué de 2000 à 2003, fortement progressé en 2004 avant de se situer à un niveau intermédiaire en 2005 et 2006. Cette évolution souligne une disparité de plus en plus forte entre les départements de la région Centre et les différentes productions.

C-Un développement du tourisme viticole

Une mission d'évaluation sur le tourisme viticole (parfois appelé "œnotourisme"), confiée en juillet 2006 par l'Etat à Paul DUBRULE, a débouché sur un rapport. Le tourisme viticole y est défini comme l'ensemble des prestations relatives aux séjours des touristes dans les régions viticoles (visites de caves, dégustations, hébergement, restauration et activités annexes liées au vin, aux produits du terroir et aux traditions régionales).

Le rapport DUBRULE rappelle les conclusions émises sur ce sujet en 2001 par l'AFIT (Agence Française de l'Ingénierie Touristique), qui voyait 2 objectifs au tourisme viticole :

- augmenter les volumes de vins vendus en direct
- augmenter le volume du tourisme dans les régions viticoles.

L'AFIT énumérait 9 types de prestations :

- routes des vins
- sentiers et chemins de randonnées viticoles
- circuits ou séjours organisés dans les vignobles
- stages d'œnologie
- visites et autres prestations des exploitations viticoles
- musées et écomusées du vin
- maisons des vins
- fêtes et festivals
- salons professionnels, foires aux vins locales, ventes aux enchères.

Le rapport DUBRULE a formulé 4 thèmes principaux de propositions pour développer le tourisme viticole :

- construire une culture commune de valorisation par le tourisme viticole du patrimoine vitivinicole français, en s'appuyant sur 2 éléments essentiels : les paysages et l'architecture
- accroître la lisibilité de l'offre touristique et viticole (collecter et analyser les données, définir une stratégie touristique française sur ce point)
- mettre le tourisme viticole en réseau avec les autres formes de tourisme
- former ensemble les acteurs du tourisme viticole.

D-Une politique européenne en mutation

L'Union européenne a procédé en décembre 2007 à un remaniement profond de l'Organisation Commune des Marchés vitivinicole, volet du « 1^{er} pilier » de la PAC qui organise les marchés dans ce secteur. Il faut rappeler que l'OCM vitivinicole impacte

profondément le fonctionnement de la filière, puisqu'elle définit de nombreux points, jusqu'à la segmentation et l'étiquetage des vins.

La logique de la réforme de l'OCM vitivinicole consiste, dans une 1^{ère} phase de 2009 à 2013, à assainir le marché de manière structurelle (réduction de production, limitation de l'intervention publique sur les marchés), puis dans une 2^{ème} phase (à partir de 2013) de libéraliser les marchés (abandon des droits de plantation, alignement des pratiques œnologiques sur celles de l'OIV, fin de l'OCM spécifique vitivinicole).

Les principaux points contenus dans la réforme de l'OCM vitivinicole sont les suivants :

- instauration d'un plan d'arrachage de 175 000 ha sur 3 ans, volontaire, avec prime dégressive sur ces 3 années et priorité donnée aux viticulteurs de plus de 55 ans et aux situations d'arrachage total. Des limites à l'arrachage ont toutefois été validées,
- maintien des droits de plantation jusque 2015 (voire 2018), puis abandon
- mise en place d'enveloppes nationales, destinées à décliner des mesures dans un pays comme la gestion des crises, la promotion vers les pays tiers, la restructuration du vignoble, les prestations viniques...
- modification des règles de segmentation et d'étiquetage des vins : la réglementation européenne prévoit l'utilisation des termes "AOP / IGP / Vin" ; les vins sans indication géographique pourront dorénavant afficher le millésime et le cépage
- élargissement des missions des interprofessions
- affaiblissement des mesures de gestion des marchés, avec abandon du dispositif européen de distillation de crise et des sous-produits du vin,
- légère modification des dispositions d'enrichissement
- admissibilité au régime de paiement unique (c'est-à-dire que la vigne pourra bénéficier de paiements directs dits découplés).

L'entrée en application de la nouvelle OCM est prévue le 1^{er} août 2008 (1^{er} août 2009 pour ce qui est de l'étiquetage des cépages). Des règlements d'application européens doivent préciser les modalités tout au long du 1^{er} semestre 2008.

Les conséquences plus spécifiques à la viticulture de la région Centre devraient être les suivantes :

- nécessité d'orienter l'utilisation de l'enveloppe nationale dans un sens adapté aux besoins de la viticulture régionale
- risque d'arrachage important, "anarchique", notamment dans les vignobles fragilisés, nécessitant des actions pour éviter les dérives
- risque de concurrence croissante des vins sans indication géographique mentionnant un nom de cépage ou un millésime (provenant peut être pour certains du Val de Loire), avec des effets négatifs pour les vins AOC génériques (Touraine) et les vins de pays
- nécessité de clarifier la segmentation à l'intérieur des indications géographiques (AOP/IGP)
- changements des modalités de concurrence en 2015 avec l'abandon des droits de plantation.

Les principales propositions du Conseil de bassin du Val de Loire Centre :

- les aides à la restructuration du vignoble
- les aides à la promotion vers les pays tiers, segmentation des vins AOP/IGP/Vin de cépage
- les aides aux investissements
- la distillation des sous produits

E-Un plan de modernisation national de la filière

En 2007, l'Etat a demandé au Ministre de l'Agriculture et de la Pêche de mettre en œuvre un plan quinquennal de restructuration et de relance de la viticulture. Ce plan d'avenir à 5 ans, baptisé "plan de modernisation de la filière", doit relever la ligne d'horizon de la filière vitivinicole française dans son ensemble en poursuivant tout particulièrement 2 objectifs :

- gagner des parts de marché en valeur, en sachant que :
 - * le marché français doit rester un débouché important
 - * sur les marchés établis, il faut reconquérir les parts de marché perdues
 - * mais il faut aussi pénétrer les marchés émergents
- accompagner les producteurs et les entreprises dans leur développement et leur restructuration.

Dans ce cadre, le Ministre a lancé 3 grands chantiers qui devront conduire à des propositions concrètes et opérationnelles. Trois groupes de travail se réunissent ainsi en France. Examinant les analyses de ces groupes, la filière des vins du Val de Loire, a fait avec un consensus les propositions suivantes :

➤ gouvernance régionale et nationale de la filière

La filière ligérienne affirme que le Conseil de bassin doit être le lieu de "gouvernance régionale". Il s'agit de renforcer le pouvoir des bassins viticoles via une décentralisation d'un maximum de décisions. Les missions des Conseils de bassin sont de coordonner les politiques publiques et professionnelles notamment en matière de capacité à produire (arrachage, restructuration, affectation parcellaire...) et de capacité à mettre en marché (régulation de marché, promotion...). S'agissant de l'instance nationale, la filière ligérienne demande qu'elle assure, en plus des aspects "économiques", la cohérence nationale des politiques de qualité des vins à indications géographiques. La gouvernance nationale ne doit pas se limiter à un rôle de concertation, mais doit rendre des arbitrages notamment sur les interventions communautaires.

➤ compétitivité

La proposition d'éliminer les contraintes réglementaires relatives aux rendements, à l'encépagement, aux pratiques œnologiques est jugée inadaptée au vignoble ligérien, septentrional et incapable de produire de manière significative des vins de masse. La filière ligérienne considère que l'augmentation des rendements n'est pas la seule variable permettant de renforcer la compétitivité. Il est nécessaire de faire valoir l'identité "Loire" pour se distinguer des concurrents. En accord avec les propositions nationales, la filière est aussi favorable au renforcement de la formation, à la modernisation des outils de production (individuels et collectifs) et au développement de la contractualisation. Le maintien du potentiel de production est considéré comme un axe prioritaire. Pour ce qui est de la compétitivité de l'aval de la filière, il faut favoriser l'émergence d'unités de taille importante, et optimiser les crédits de promotion autour des marques.

La stratégie de l'ARFV ne se limite pas au soutien d'unités de commercialisations de taille importante et concerne plus généralement l'ensemble des unités viables.

➤ réorganisation de la recherche et de l'innovation

Les questions relatives aux maladies du bois, au soutien de la performance qualitative et à l'utilisation des produits phytosanitaires sont prioritaires. Actuellement, la concertation et la diffusion des travaux peuvent paraître insuffisantes. Il est donc proposé la constitution d'une conférence technique Loire (pour la mise en réseau des connaissances) et la réactivation du Conseil national de l'orientation de la recherche et du développement. La formation des acteurs doit être adaptée et favorisée le transfert des connaissances. La filière viticole demande également la refonte du système de financement de la recherche en supprimant la taxe CAS DAR. La viticulture considère qu'elle bénéficie d'un retour trop faible compte tenu des sommes versées. Chaque filière doit pouvoir financer son propre outil de recherche, tout en conservant une partie des fonds pour la recherche horizontale.

Certains viticulteurs, en marge du développement, sont difficiles à mobiliser et à impliquer dans les évolutions nécessaires.

F-Le projet professionnel du bassin Val de Loire-Centre

En juin 2006, les professionnels de la filière vins ligérienne ont présenté le "projet du bassin Val de Loire-Centre", validé dans le cadre du Conseil de bassin présidé par le Préfet-coordonnateur.

Ce projet, initié par la CVVL (Confédération des Vignerons du Val de Loire) et la Fédération des Unions Viticoles du Centre avec le soutien de l'ensemble des instances de la filière, avait pour objectifs :

- de mettre en place une véritable segmentation des vins
- de développer la filière, avec le souci que les producteurs et les metteurs en marché puissent en tirer un revenu suffisant
- d'engager une promotion commune des vins de pays et des vins AOC
- de renforcer l'identité des AOC "Loire", notamment dans le cadre de la ré-écriture des décrets d'appellation

Le document de présentation de ce projet dresse d'abord le portrait du contexte, mettant en évidence :

- la concurrence exacerbée qui existe sur les marchés mondiaux des vins, souvent au profit des vins du nouveau monde (séduisants, facilement identifiables, concentrés au niveau de l'offre, bénéficiant de coûts de production faibles) ;
- la baisse de la consommation intérieure française ("les français boivent moins, mais mieux"), pointant la faiblesse de la consommation chez les jeunes et la complexité de l'offre ;
- les forces et faiblesses des vignobles de Loire.

Le Conseil du bassin Val de Loire-Centre a été créé, dans le prolongement des propositions du rapport POMEL (2006). Ce Conseil réunit les professionnels, l'Etat, les collectivités locales et les Chambres consulaires.

Le projet professionnel du bassin installe les orientations suivantes :

- la mise en place d'un engagement parcellaire
Afin de distinguer plus clairement les 2 catégories de vins (AOC et vin de pays), de mieux contrôler les conditions de production et de pouvoir approcher en tout début de campagne les volumes potentiellement disponibles, le projet de bassin demande qu'un "engagement parcellaire" soit installé dans les zones mixtes. Le viticulteur devra déclarer annuellement avant le 31 janvier de l'année de la récolte les parcelles sur lesquelles il souhaite produire du vin de pays ou du vin AOC.
- le développement de la contractualisation
L'engagement parcellaire sera d'autant plus pertinent s'il y a développement de la contractualisation entre le négoce et les viticulteurs. Il s'agit d'établir, pour les 2 parties, des règles de fonctionnement qui permettent d'aboutir à une sécurité dans le cadre contractuel. Les contrats doivent permettre au vigneron de bénéficier d'une garantie sur les prix et au négociant de bénéficier d'une garantie sur les volumes et sur la qualité avec la mise en place d'un cahier des charges.
- la création d'un vin de pays du Val de Loire
Le terme "vin de pays du Jardin de la France" était mal identifié par le consommateur (qui l'assimilait à un assemblage de vins de France). Le projet de bassin a demandé une nouvelle dénomination pour adopter celle de "vin de pays du Val de Loire". L'objectif est de permettre aux metteurs en marché de bénéficier d'un vin "générique" avec des volumes suffisants pour conquérir certains marchés, notamment à l'export. Les services de l'Etat, à la suite de cette demande, ont publié en mai 2007 un décret installant ce vin de pays du Val de Loire.
- une bannière "Val de Loire" et une promotion commune pour les vins AOC et les vins de pays
La mise en place d'une offre cohérente et lisible des vins du Val de Loire passe par un renforcement des synergies. Il faut mettre en place un plan de communication, sous la bannière commune "Val de Loire", valorisant à la fois les AOC et les vins de pays, ces derniers acquittant alors un même niveau de cotisation. Il s'agit d'insuffler un esprit de cohésion et de renforcer l'image du bassin, tout en tenant compte des spécificités existantes.
Le projet précise que les actions de communication régionales doivent être soutenues notamment à l'export par un engagement significatif des pouvoirs publics.
NB : cette promotion a été concrétisée, en retenant le terme "Loire", plus simple et plus facile à mémoriser par le consommateur.

Le développement du "vin de pays du Val de Loire" permet aux metteurs en marché de bénéficier d'un vin de cépage avec des volumes suffisants pour conquérir certains marchés, notamment à l'export. Ce vin de pays concerne le cépage Sauvignon, mais aussi d'autres cépages comme le cabernet, le gamay. Désormais, il faut réfléchir à son classement en IGP (Indication Géographique Protégée).
- la mise en place d'une conférence technique Loire
La recherche, l'expérimentation, le développement sont des outils indispensables à l'adaptation du vignoble aux exigences de qualité réclamées par les marchés. Le projet du bassin confirme l'intérêt de la constitution de cette conférence rassemblant la

profession, les acteurs de la recherche, de l'expérimentation et du développement. Elle a pour vocation essentielle de définir des orientations scientifiques et techniques.

Le projet plaidait pour un travail collégial au sein de la filière : "la diversité des situations suppose de fonctionner dans une démarche consensuelle, tout en laissant aux différents acteurs qui composent le bassin, une capacité à agir en fonction de leurs spécificités".

Le projet du bassin Val de Loire-Centre, fortement soutenu par la profession, est profondément fondateur. Il constitue la trame générale des orientations prises par la filière au niveau de l'ensemble du bassin. Le projet de filière "région Centre" est évidemment en phase avec ce projet de bassin, en le déclinant plus précisément pour les départements viticoles de la région.

A la différence d'autres bassins, le Conseil de bassin du Val de Loire-Centre fonctionne bien et rend régulièrement des avis.

G-Des conditions de cultures de plus en plus difficiles

La viticulture doit s'adapter à des conditions de cultures rendues de plus en plus difficiles ces dernières années par les éléments suivants :

- afin de limiter le recours aux produits phytosanitaires, les viticulteurs se sont orientés vers des méthodes plus respectueuses de l'environnement, en développant notamment la lutte biologique et l'agriculture raisonnée ;
- fréquence des aléas climatiques (gel de printemps, grêle...), cause de baisses de rendements et de plus grandes difficultés à rester maître de la qualité des vins.
- recrudescence des maladies du bois

Les efforts de recherche doivent être accrus dans ce sens.

H-8 enjeux essentiels

Compte tenu des évolutions précisées ci-dessus, 8 enjeux (étapes-clés à franchir dans les années à venir) apparaissent essentiels pour la filière régionale :

- l'amélioration des positions export existant en :
 - * consolidant les marchés export dans les pays "clients habituels"
 - * conquérant des marchés dans les pays nouvellement consommateurs (Etats-Unis, pays émergents...)
- la capacité à sensibiliser de nouveaux consommateurs français en leur faisant découvrir le vin
- la participation au développement général du tourisme viticole
- la clarification de la segmentation actuelle des vins au sein des indications géographiques :
 - * vin de pays « Val de Loire » / IGP, avec la qualité adaptée, basé sur le territoire et les cépages

- * AOC/AOP fondée sur le terroir avec des conditions de production plus restrictives

Cette stratégie suppose à terme une fusion des vins de pays et de certaines appellations régionales dans la catégorie IGP

- la consolidation de la relation production-négoce, par le développement de la contractualisation pluriannuelle
- le maintien du vignoble :
 - * en surveillant l'arrachage, en particulier dans les zones fragiles (Touraine)
 - * avec des conditions de production de plus en plus respectueuses des pratiques environnementales
- le maintien de la compétitivité des systèmes de production, face à une pression de concurrence forte. Cela passe par l'optimisation de la qualité par le biais de la technique
- l'installation d'une nouvelle génération de viticulteurs (ce qui suppose une rémunération suffisante).

La mise en place d'enveloppes nationales issues de la nouvelle OCM adaptées aux besoins de la filière régionale mérite également d'être citée comme une opportunité, mais à très court terme, de même que l'évolution des interprofessions dans le sens imprimé par la réforme de l'OCM.

3^{ème} Partie

Une stratégie en 4 axes prioritaires

Pour répondre aux 8 enjeux précités, la filière vins région Centre propose de développer une stratégie consistant à :

- développer les marchés en France et à l'export
- tirer profit de l'essor du tourisme viticole
- consolider la relation entre production et négoce
- maintenir le vignoble, et la compétitivité des systèmes de production.

A-Développer les marchés en France et à l'export

Il faut faire découvrir le vin à de nouveaux consommateurs français, et produire des vins davantage adaptés à la demande des consommateurs sur les marchés export en plein développement, en tenant compte de la montée en puissance future de vins sans indication géographique mentionnant cépage et millésime.

Pour cela, il est nécessaire :

- d'améliorer la qualité des vins,
- d'élaborer des vins de cépage, liés aux territoires dans la catégorie des IGP,
- d'optimiser la gamme des vins de la région pour clarifier le positionnement de chaque type de vin,
- de tirer profit de l'excellente adéquation entre les terroirs (terrain, climat et influences humaines) de la région et le cépage Sauvignon (très demandé sur le marché) en développant ce dernier,
- d'adapter les vins rouges de Loire pour améliorer leur positionnement à l'export,
- de former les professionnels à la vente export (vignerons, commerciaux, salariés des caves, du négoce et des coopératives).

Concrètement, la filière régionale considère que 5 actions doivent être mises en œuvre dans ce sens, et souhaite un soutien des pouvoirs publics sur plusieurs d'entre elles :

- améliorer la qualité des vins de Loire.
- développer les Sauvignons de Loire
- valoriser les vins Rouges de Loire
- assurer la promotion et la commercialisation des vins sous la bannière commune "Loire"
- former les professionnels à la commercialisation, pour notamment développer les ventes à l'export.

A 1- Améliorer la qualité des vins de Loire

De nombreux viticulteurs vont devoir investir, que ce soit en maîtrise de température de vinification et de stockage, ou en capacité et qualité de cuverie. Des aides nationales sont prévues pour ce type d'investissements mais pourraient être abondées ou complétées au niveau régional pour des exploitations ayant un projet de développement précis et/ou des débouchés prouvés (contractualisation, vente directe). Pour répondre aux exigences de qualité de leurs vins, des audits devront être mis en place à la suite desquels d'autres investissements pourront être aidés en seconde priorité. Des autocontrôles sont prévus dans le cadre de la réforme de l'agrément avec le développement d'un appui technique, mais également dans le cadre de l'agriculture raisonnée ou de l'agriculture biologique.

Un programme d'actions transversales relatif à l'amélioration de la qualité des raisins et des vins, et à l'évolution des pratiques agro-viticoles et œnologiques, prévoit, entre autres, pour les premières années les actions suivantes :

- maîtrise au vignoble des déviations organoleptiques associées à la Géosmine (C 12-1 du projet de bassin)
- méthodologie d'études et de détection des micro-organismes indésirables – Caractérisation de la microflore des raisins par méthodes PCR-TTGE (C12-1)
- étude de traitements curatifs, biologiques, physiques ou chimiques, en vue d'éliminer et/ou de réduire les populations microbiennes indésirables et/ou des molécules produites (C12-2)
- élaboration d'une base de données bouchons (C12-3)
- qualité des vins : potentiel aromatique des différents cépages
- réduction des teneurs en sucres des vins de base mousseux (C13-2)
- etc

A 2-Développer les Sauvignons de Loire

Le cépage Sauvignon est très ancré dans la région Centre. Il bénéficie de nombreux atouts mais aussi de faiblesses, mis en exergue lors d'un audit mené en 2006 sur la partie ouest de la région Centre par le cabinet Ernst et Young avec le soutien des pouvoirs publics.

Ses atouts sont :

- une demande mondiale en progression notamment sur les marchés anglo-saxons, et la possibilité de bénéficier d'une valorisation "Val de Loire" à l'export
- un terroir régional adapté au cépage Sauvignon et reconnu mondialement par les prescripteurs
- une segmentation partagée par les professionnels (AOP/IGP)
- un potentiel local de production relativement important (\pm 440 000 hl) permettant de répondre à la diversité de la demande.

Ses faiblesses sont :

- une offre peu lisible au niveau du consommateur
- une présence à l'export irrégulière
- une communication insuffisante, alors qu'elle permettrait pourtant de mettre en valeur les atouts.

L'ambition du projet « Sauvignons de Loire » est de faire reconnaître au niveau mondial le potentiel de la région Centre pour la production de vin blanc Sauvignon de qualité adaptée à la demande du marché et à ses différents segments tout particulièrement à l'export, permettant de s'engager durablement dans un développement des ventes et une valorisation du vignoble.

Les objectifs de cette action ont pour but de sauver la viticulture dans la zone Touraine et consistent à :

- améliorer la qualité et adapter les produits à la demande du consommateur. Pour cela, il faudra définir un profil de Sauvignon AOC/AOP et un profil vin de pays/IGP, former les viticulteurs à ces profils,

- différencier les segments de production par l'affectation parcellaire, contractualiser de manière pluriannuelle avec les metteurs en marché, conduire différentes actions expérimentales
- adapter les entreprises de production et de mise en marché aux contraintes techniques et économiques (appui technique par l'intermédiaire du négoce dans le cadre de la contractualisation ou d'un technicien recruté par la profession)
- soutenir les investissements
- promouvoir l'offre à l'export dans une démarche "Val de Loire". Il s'agit de resserrer l'offre pour les metteurs en marchés avec des produits "types" AOP/IGP mettant en valeur le cépage Sauvignon du Val de Loire.
 Une première expérience sera réalisée sur le marché britannique avec une expertise technique et une communication collective (action prévue sur trois ans).
 Un comité de pilotage comprenant les syndicats d'AOC et de vins de pays ainsi que différents partenaires, devrait être constitué pour encadrer cette action et l'action sauvignon en général.

Afin de distinguer plus clairement les 2 catégories de vins (AOC et IGP), de mieux contrôler les conditions de production et de pouvoir approcher en tout début de campagne les volumes potentiellement disponibles, le projet du bassin institue "l'affectation parcellaire AOP/IGP". Ceci concerne tout particulièrement les zones mixtes, où coexistent AOC et autres vins, comme la zone Touraine. Le viticulteur devra déclarer annuellement avant le 31 janvier de l'année de la récolte les parcelles sur lesquelles il souhaite produire un vin AOP ou un vin IGP.

Cet engagement parcellaire débutera avec la campagne 2009. Il est évidemment étroitement lié au développement du vin de pays du Val de Loire et à la contractualisation.

Cette action ne concerne pas les vins du Centre Loire (Sancerre, Quincy, Reuilly, Ménéton-Salon), issus de Sauvignon mais déjà bien identifiés par leur AOC.

Le programme d'expérimentation prévoit des actions spécifiques "Sauvignons de Loire" :

- Itinéraires œnologiques : étude d'apport d'oxygène dans les vins blancs secs issus du cépage Sauvignon (C11-2 du projet technique de bassin)
- Maîtrise des phases fermentaires et des micro-organismes utiles associés : évaluation des potentialités œnologiques de nouvelles souches de levures sur des vins issus de cépage du Val de Loire (C11-4)
NB : Cette action concerne également le Cabernet Franc en région Centre ; le Cabernet Franc et le Melon de Bourgogne en Pays de Loire
- Influence des phénomènes d'oxydation lors de l'élaboration des moûts sur la qualité aromatique des vins Muscadet et du Sauvignon en Val de Loire (C11-6)
- Influence de la structure végétative sur le comportement physiologique de la vigne et la qualité des vins de Sauvignon (C11-7)
- Amélioration de la maîtrise et de la connaissance du potentiel aromatique du cépage Sauvignon en Touraine (C11-8)
- Influence de l'alimentation azotée sur le comportement physiologique de la vigne et la qualité des vins de Sauvignon (C11-8)
- etc

A 3- Valoriser les vins Rouges de Loire

Les vins rouges du Val de Loire, notamment les AOC Chinon, Bourgueil, Saint Nicolas de Bourgueil et Touraine, souffrent globalement d'un manque de débouchés (- 17 % de sorties de chais en 6 ans) dans un contexte de consommation nationale difficile. Les marchés à l'export (globalement en augmentation) représentent une cible à ne pas négliger pour ces vins. Cependant, les vins Rouges de Loire souffrent de leur image sur ces marchés ; ils sont souvent reconnus pour être « verts », avec des tanins peu soyeux et peu fruités. Afin de conquérir de nouvelles parts de marchés sur ces segments, une adaptation des vins rouges de Loire est nécessaire.

L'offre actuelle est basée essentiellement sur des vins en Appellation d'origine contrôlée. Il convient de s'appuyer sur la segmentation actuelle pour adapter les vins aux attentes de consommation. Les résultats de l'action sur l'adaptation des vins Rouges de Loire aux marchés export sont diffusés tant auprès des prescripteurs sur le marché export qu'auprès des metteurs en marché.

Dans ce contexte, le programme d'expérimentation prévoit des actions spécifiques "Rouges de Loire" :

- Approche multicritères de la composition de la vendange, recherche de méthodologies innovantes, corrélation avec les vins (C11-1)
- Itinéraires œnologiques : étude d'apport d'oxygène dans les vins rouges issus du cépage Cabernet Franc et Gamay (C11-3)
- etc

A 4- Assurer la promotion et la commercialisation des vins sous la bannière commune "Loire"

A 4 – 1 Les interprofessions AOC (BIVC, InterLoire) effectuent des actions de communication et de promotion, en partie communes. Cette dynamique a porté ses fruits puisque les exportations des Vins de Loire AOC ont montré une tendance positive depuis les trois dernières années pour passer globalement de 512 000 hl à 555 000 hl. Malgré cette tendance positive, les appellations ont une part de marché faible et concentrée sur quelques marchés (par exemple plus de la moitié des exportations d'une appellation se fait sur un ou trois marchés au maximum).

➤ Les actions de promotion pour le marché français :

Le BIVC s'est fixé comme objectifs :

- de maintenir le marché intérieur au niveau des volumes pour les appellations phares (Sancerre, Pouilly Fumé et Ménetou-Salon)
- de développer les volumes pour les appellations satellites (Quincy, Reuilly, Coteaux du Giennois et Châteaumeillant).
- d'élever le niveau de notoriété des appellations satellites et la reconnaissance géographique des vignobles (lien à leur région d'appartenance).

Les actions de communication sont orientées vers ces objectifs avec notamment de nouveaux visuels depuis 2007 « Les Vins du Centre-Loire – Terres d'Inspiration ».

InterLoire s'est fixé comme objectifs sur le marché français :

- de maintenir le marché intérieur au niveau des volumes et d'accroître la part de marché valeur
- d'élever le niveau de perception qualitative des Vins de Loire.

Les actions de communication sont orientées vers ces objectifs avec notamment la mise en œuvre en 2008 d'une nouvelle campagne de publicité sur le thème « Vins de Loire, Les vins qui ont un fleuve pour terroir ».

Un effort tout particulier est fait pour compléter cette action publicitaire par des actions de relations presse et l'organisation d'évènements tout au long de l'année, soit sur le thème des Vins de Loire, soit plus spécifiquement pour plusieurs appellations tant nationalement que localement. Le développement du tourisme viticole fait partie intégrante de ce dispositif.

Des actions plus particulièrement tournées vers la distribution (Cavistes, Restauration, Grande Distribution) visent à la valorisation au bénéfice de tous.

➤ Pour développer l'export

En complément des actions de promotion sur le marché français, les interprofessions ont la volonté stratégique de développer l'export avec un effort financier accru. Le projet précise que les actions de communication régionales doivent être soutenues par un engagement significatif des pouvoirs publics.

Cet effort de promotion est concentré sur quatre groupes de pays :

- Majeurs : Belgique, Pays-Bas, Royaume-Uni
- Potentiels : Etats Unis, Allemagne
- A défricher : autres dont la Russie et la Chine
- A entretenir : Japon

Par ailleurs, une stratégie adaptée aux marchés est mise en œuvre autour des 5 axes suivants :

1. Valoriser les Vins de Loire et ses Appellations (InterLoire et B.I.V.C.)
Il s'agit de concentrer les moyens autour d'actions de communication visant à augmenter la notoriété des vins et développer leur image tant sur les pays majeurs que sur les pays à potentiel.
2. Défendre les parts de marché (InterLoire)
Les parts de marché restent fragiles. Il convient donc de soutenir les positions acquises notamment au Royaume-Uni et en Belgique.
3. Adapter les produits à la demande (InterLoire)
Cela concerne les Rouges de Loire, dont le plan en place depuis 2005 porte ses fruits sur le marché britannique. Une deuxième action est mise en place pour le Touraine Sauvignon en coordination avec les Vins de Pays visant d'une part à faire monter le niveau qualitatif moyen, et d'autre part à avoir des produits encore mieux adaptés à la demande export.
4. Favoriser la dynamique commerciale (InterLoire et B.I.V.C.)

Il s'agit d'accompagner les metteurs en marché sur des marchés à conquérir (Etats Unis, Russie, Chine) afin d'étendre la distribution numérique des produits par des actions de type mini-expos.

5. Pérenniser les partenariats avec les Interprofessions de la Loire et les Régions du Bassin.

A 4 – 2 – L'interprofession ANIVIT Val de Loire sera créée officiellement en 2009, nous n'avons donc aucune donnée à ce jour sur le Val de Loire.

Il faudra veiller dans le cadre de la nouvelle segmentation à un rapprochement des stratégies interprofessionnelles et à la mise en place d'actions communes.

A 4 – 3 – Autres actions de promotion

D'autres actions de promotion peuvent être introduites dans le projet de la filière sous réserve de leur contenu et des participants et des publics auxquels elles s'adressent.

A 5- Former les professionnels à la commercialisation, pour notamment développer les ventes à l'export

Ces formations ont pour but de professionnaliser les démarches commerciales et permettre aux professionnels de se poser les bonnes questions quant à l'évolution de leur exploitation. Ceci évite également de perturber les marchés avec des démarches commerciales inappropriées.

A titre d'exemple, voici quelques formations proposées par le BIVC et InterLoire en partenariat avec l'ANFOVI (Association Nationale de Formation des Vignerons Indépendants), avec un financement émanant des fonds d'assurance formation (de salariés en général car les fonds des exploitants agricoles sont soumis à de nombreuses contraintes administratives) :

- rédiger un mailing efficace
- mieux développer l'accueil et la vente à la propriété
- développer une stratégie de prix de vente
- booster vos salons grand public
- participer efficacement à un salon professionnel
- etc...

Outre les formations techniques, les interprofessions, syndicats ou Chambres d'agriculture organisent des formations de vente à l'export pour leurs ressortissants qu'ils soient vignerons, négociants, propriétaires ou salariés.

Le développement de l'export passe aussi par les caves particulières. Mais les démarches et les compétences à mettre en œuvre pour vendre des vins à l'étranger ne sont pas toujours maîtrisées.

L'exemple de la « plate-forme export pour les vignerons » développée dans le Loir-et-Cher vise à surmonter ces obstacles en :

- facilitant les démarches à l'export
- accompagnant les vignerons dans ces démarches
- mettant en relation les vignerons avec des partenaires potentiels
- créant un guichet unique de compétences.

3 groupes de vignerons sont constitués : les « pro-exports », déjà bien avancés sur ce thème ; les « néo-exports » encore néophytes ; et ceux qui n'ont jamais exporté. 51 vignerons sont inscrits à la plate-forme export, 35 audits ont été conduits, avec élaboration d'un plan d'actions personnalisé. Des formations sont conduites à la vente à l'international, à la maîtrise de l'anglais, à la démarche commerciale.

L'ensemble des départements exprime un besoin de formations export. Ainsi, il est souhaitable que cette démarche soit désormais régionalisée.

En partenariat avec InterLoire, l'Ecole Supérieure de Commerce et de Management de Tours/Poitiers propose désormais un mastère "Exportation des vins".

Des formations export sont également proposées par le BIVC et InterLoire, en partenariat avec l'ANFOVI (Association Nationale de Formation des Vignerons Indépendants). Elles sont financées grâce aux fonds de formation, sur des thèmes comme "vendre à l'export en toute sécurité : les conditions générales de vente", "conditions de vente et calcul du prix export", "vente à l'export : contrat de vente", "vente à l'export : contrat de distribution international", "les bases de l'international"... Des cours d'anglais appliqués à la viticulture sont également organisés en partenariat avec les CCI ou des prestataires privés. Toutes ces formations permettent d'éviter que des professionnels perturbent certains marchés export par des démarches inappropriées.

Au besoin, ces formations devraient être complétées par un accompagnement individuel. Des actions, en ce sens, sont envisagées.

B-Tirer profit de l'essor du tourisme viticole

Le bassin Val de Loire se caractérise, entre autres, par deux composantes :

- un attrait touristique fort de par la présence des châteaux et de la Loire
- un vignoble important et varié comptant des vins de renommée internationale.

De toute évidence la thématique tourisme viticole revêt une dimension Val de Loire indiscutable et constitue une opportunité de concrétisation supplémentaire de la dynamique de bassin.

Cela dit, ces deux atouts fonctionnent quasi exclusivement de façon cloisonnée. L'addition des ces atouts que l'on pourrait espérer reste aujourd'hui complètement sous exploitée. Ainsi, afin de coordonner au mieux les deux approches, il apparaît nécessaire que les Comités Régionaux du Tourisme soient pleinement impliqués dans la mise en œuvre des actions de tourisme viticole.

Les collaborations entre les comités du tourisme (locaux, départementaux, régionaux) et les interprofessions viticoles du Val de Loire sont évidemment déjà étroites :

- InterLoire et le BIVC adhèrent à la Maison de la France avec le Comité Régional de Tourisme. Les trois structures participent au groupe vignobles et sont partenaires sur de nombreuses opérations à l'étranger (Allemagne, workshop viti-vinicoles entre autres). La participation à certains salons de tourisme professionnel ou grand public est parfois partagée pour une meilleure efficacité-prix.
- depuis 2000, le Comité Régional de Tourisme réunit annuellement les interprofessions afin de présenter la politique régionale en matière de tourisme, échanger sur les

actions réalisées par les interprofessions et trouver les synergies pour maximiser les retours de chacun

- les relations presse sont ainsi très souvent partagées, en terme financier et en terme d'organisation entre le CRT, les interprofessions et les CDT ou Offices de tourisme participants
- les interprofessions sont en relation permanente avec la FROTSI (Fédération régionale des Offices de Tourisme et des Syndicats d'Initiative) et son président Bernard Gagnepain pour des actions communes.
- le BIVC est membre du Conseil d'Administration du Comité Départemental de Tourisme du Cher, membre de l'AG du CRT Centre-Val de Loire, tout comme Interloire.

InterLoire a présenté l'action "tourisme viticole Val de Loire" autour de 4 actions :

- accueil en cave viticole, avec recensement des caves disposées à procéder à cet accueil
- étude prospective de développement touristique viticole : étudier les liens possibles entre l'attrait touristique et le vignoble
- création d'une manifestation annuelle, ouverte au grand public, consistant à proposer des randonnées pédestres dans les vignes
- des animations durant l'année suivant le cycle d'élaboration des vins.

L'objectif est de donner une nouvelle dimension au vin en développant une meilleure appréhension et compréhension auprès des consommateurs.

L'enjeu est d'augmenter et diversifier l'activité économique (vins et prestations annexes) des acteurs : le Val de Loire est la première région française en ventes directes. Il s'agit de renforcer le lien consommateur-producteur et par ce moyen de mieux connaître et anticiper ses attentes, le fidéliser et créer de la valeur.

Les projets de tourisme viticole sont réalisés en collaboration avec de très nombreuses structures :

- Organisations professionnelles viticoles : Interprofessions, fédérations et /ou syndicats, ARFV Centre et Pays de la Loire
- Chambres d'agriculture
- Syndicats de pays
- Le Comité régional du Tourisme, les Comités du Tourisme 37, 44, 49,41
- La Fédération de la randonnée Pédestre
- Etc...

Enfin, la filière viticole est également partenaire de nombreux événements qui favorisent la promotion des vins. Ce sont des événements culturels (Jazz à Montlouis, Printemps de Bourges, Festival des Luthiers et Maîtres Sonneurs à Saint Chartier,...), des animations touristiques (Visites à déguster à la cathédrale de Bourges...), des événements viticoles de qualité (Vituloire à Tours, foires et fêtes du Vin, caves ouvertes, etc...), manifestations qui émaillent les étés de la Région Centre. Ces animations doivent s'inscrire en cohérence avec l'ensemble de la stratégie.

C-Consolider la relation entre production et négoce

Les entreprises aidées doivent respecter les orientations stratégiques définies par le comité de bassin.

Contractualisation : socle minimum

Négociants :

- Les contrats pluriannuels ont une durée minimum de trois ans. Ils concernent des surfaces en vignes et précisent la production qui y est affectée (AOC – VDP)
- L'engagement d'un prix minimum net sur trois ans, avec la possibilité d'augmentation en fonction du marché.
- Un cahier des charges technique et les modalités de son suivi doivent être précisées.
- L'échelonnement des paiements doit être précisé.
- La possibilité de dénonciation du contrat.

Exploitations viticoles

- le respect du cahier des charges.
- permettre aux viticulteurs ayant au moins 30 % de leur surface contractualisée, d'avoir la possibilité de renouveler leur vignoble en obtenant des prêts auprès des banques avec un report de paiement au terme de la troisième année de plantation à condition que le négoce ait contractualisé cette surface plantée avec un prix affecté.

Une commission négoce /viticulteur sera mise en place pour étudier les éventuelles pistes.

D-Maintenir le vignoble, et la compétitivité des systèmes de production

1-Utiliser au mieux les systèmes de formation pour répondre aux besoins de la profession

Le niveau de formation des exploitants en viticulture et des salariés est extrêmement variable en région Centre : un grand nombre de chefs d'exploitation viticole de 40 à 60 ans ont une formation initiale de niveau V de type CAPA ou BEPA. Parmi les chefs d'exploitation plus jeunes, on trouve de plus en plus de diplômés de niveau IV ayant un bac professionnel ou BP REA vigne et vin. Les titulaires de BTSA viticoles, licences ou diplômes d'ingénieurs restent encore peu nombreux.

Parmi les salariés, on distingue les saisonniers auxquels on demande si possible lors de l'embauche, une connaissance pratique des travaux de la vigne : taille, travaux en vert, etc ... et les salariés permanents auxquels on offre de plus en plus de postes à responsabilités. En effet, les chefs d'exploitations sont et seront de plus en plus pris par des fonctions de commercialisation et de communication (participation à des salons, prospection à l'export, etc...). Ils doivent pouvoir déléguer à des salariés autonomes, capables d'organiser le travail aussi bien à la vigne qu'au chai. C'est pourquoi un grand nombre d'offres d'emploi

s'adressent à des salariés possédant au minimum un bac professionnel ou un BTSA – option viticulture œnologie.

Un grand choix de formations initiales par la voie scolaire et l'apprentissage ou de formations continues pour adultes existent dans 2 lycées publics de la région Centre (Amboise et Fondettes). Les professionnels sont attachés à cette offre de formation régionale et soutiennent son adaptation, telle que la mise en place d'une formation BTSA viticulture œnologie par apprentissage.

Cependant, hors du secteur agricole, les métiers de la vigne et du vin et les offres d'emploi que ce secteur procure, sont mal connus.

Par ailleurs, les possibilités de formations continues pour adultes dans la région ne sont pas utilisées autant qu'elles pourraient l'être, parfois faute de moyens financiers.

Conscients de ces difficultés, les professionnels sont résolus à poursuivre leur collaboration avec les établissements de formation et leurs autorités de tutelle pour :

- communiquer sur les métiers de la viticulture et les emplois qu'elle peut procurer
- continuer d'adapter l'offre de formation aux besoins de la profession
- promouvoir la formation professionnelle.

2-Mener un programme d'expérimentation axé sur la qualité des produits, le respect de l'environnement et la sûreté alimentaire, renforcer le transfert des résultats

La mondialisation du marché du vin et le renforcement continu de la compétition entre pays producteurs confèrent aux résultats de la recherche et à l'innovation un rôle désormais déterminant dans la compétitivité du secteur, en contraste fort avec l'image traditionnelle de produits immuables qu'il porte encore souvent.

Le bassin de production du Val de Loire Centre dispose de compétences en matière de, recherche et de développement dans les domaines de la viticulture et de l'œnologie. C'est une volonté forte des responsables professionnels du bassin que d'utiliser toutes ces compétences de manière cohérente et d'œuvrer ainsi à l'amélioration de la qualité des produits, au respect de l'environnement et à l'amélioration des résultats technico-économiques du secteur.

Les actions de recherche et d'expérimentation doivent concourir à la mise en place d'itinéraires techniques pertinents pour caractériser différents vins en fonction des marchés.

La question des maladies du bois est également une problématique importante. Suite au retrait de l'arsénite de sodium en novembre 2001, différentes maladies du bois sont réapparues (BDA, Esca et eutypiose), entraînant un dépérissement des ceps. Ces maladies du bois sont considérées comme un sujet majeur par la filière. Les viticulteurs perdent chaque année 5 %, voire 10 % des ceps de leur vignoble. En terme de menace, la comparaison avec le phylloxéra n'a rien d'exagérée. Un groupe national, coordonné par l'Institut Français de la Vigne et du Vin, a été constitué pour travailler sur ce sujet. L'objectif est de trouver un substitut à l'arsénite, ou bien des pratiques culturales permettant de contrer les maladies du bois. A ce jour, les travaux n'ont pas permis de mettre en œuvre des matières actives de substitution pour les viticulteurs. La SICAVAC préconise toutefois de recéper, technique qui semble donner des résultats. Elle va également éditer des fascicules sur des pratiques amélioratrices à moyen terme en attendant les résultats de la recherche fondamentale. Il faut signaler qu'un

laboratoire de l'université de Poitiers mène des recherches sur la possibilité de rendre systémiques des fongicides, pour leur permettre de contrer les maladies du bois. L'accent devra donc être mis particulièrement sur la lutte contre les maladies du bois, véritable fléau de nos vignobles : une meilleure connaissance des champignons à l'origine des symptômes, des mécanismes de contamination, la prévention et les moyens de lutte à découvrir.

Un programme d'actions transversales est relatif à la prise en compte des exigences de sûreté alimentaire et de respect de l'environnement, protection du vignoble, terroirs viticoles. En effet, la filière viticole considère que répondre aux attentes des consommateurs en matière de sûreté alimentaire et de respect de l'environnement constitue un enjeu majeur pour les années à venir. Ce programme prévoit les actions suivantes (le programme est susceptible d'aménagements en fonction des résultats des recherches en cours) :

- veille scientifique et technologique liée aux dangers émergents – veille bibliographique au niveau national – mise en place d'un observatoire « Sûreté alimentaire » (C12-4)
- cartographie et caractérisation des terroirs viticoles (C12-5)
- réduction des intrants de synthèse en viticulture et des additifs en œnologie – appui technique (C12-6)
- observatoire de différents systèmes de conduite agro-viticole et pratiques raisonnées en œnologie
- maladies du bois : rôle des facteurs environnementaux dans l'apparition des maladies du bois – recherche de traitements préventif et/ou curatif
- etc

Le transfert des résultats obtenus lors des travaux de recherche et d'expérimentation doit être un axe fort du projet pour le bassin Val de Loire – Centre. Il doit se faire à deux niveaux :

- celui des instituts de recherche / expérimentation, interprofessions, ... vers les techniciens principalement, et vers quelques vignerons
- celui des techniciens vers les opérateurs, viticulteurs et prestataires de service.

Le transfert devra se faire dans un premier temps sur les résultats acquis à ce jour mais il devra être prévu et organisé pour les actions en cours ou à venir de manière efficace. Plusieurs actions sont proposées, pouvant se décliner de la façon suivante :

- mise en place d'outils et organisation du transfert de l'information venant des organismes de recherche et expérimentation vers les organismes et techniciens de consultance
- mise en place d'outils et organisation du transfert de l'information venant des organismes de consultance vers les professionnels

Le transfert exige la mise en place de documents et d'outils de synthèse exploitables par l'ensemble des opérateurs. Les actions suivantes pourraient remplir ce rôle :

- organisation de journées techniques à l'adresse des techniciens (C2-1)
- organisation de colloques et journées scientifiques à l'adresse des opérateurs et techniciens (C2-2)
- actualisation des fiches techniques du classeur « Guide des pratiques vitivinicoles en Val de Loire » (C2-3)

- diffusion de documents techniques (C2-4)
- développement d'un site Internet technique Val de Loire (C2-5)
- organisation du transfert : lien entre les organismes de recherche et l'enseignement professionnel (C3-1)
- élaboration d'une carte de formation Val de Loire pour la filière (C3-2)
- informations et formations liées à la réglementation et aux outils imposés : évolution de la réglementation européenne liée à la directive européenne – principe et connaissance des outils liés à l'HACCP et à la traçabilité (C3-3)
- etc

3- Favoriser l'installation et la pérennisation des entreprises

La pérennisation des exploitations est une préoccupation majeure des acteurs de la filière vins. La transmission d'exploitations ne correspondant plus aux normes d'équipement et au respect des règles environnementales, peut constituer un frein à la reprise des entreprises. La filière souhaite favoriser des projets structurants par le regroupement de moyens.

Au-delà de l'acquisition foncière de vignes, l'accès aux marchés et la compétitivité des entreprises seront conditionnés par des moyens de production adaptés et répondants aux objectifs :

- d'accéder à un matériel plus performant
- d'optimiser les investissements
- de réduire l'impact environnemental

A titre d'exemple, des producteurs de l'appellation Montlouis sur Loire étudient un projet d'acquisition foncière en vue de réaliser un regroupement d'entreprises sur un même site.

De même les entreprises de mise en marché devront poursuivre leur restructuration, et leurs investissements afin de permettre des gains de qualité et de compétitivité. Les aides aux investissements devront permettre d'accroître les parts de marché des vins du Val de Loire sous condition d'engagements de partenariat entre la production et les metteurs en marché.