

## **Le Monde du Vin: Le Plan de Modernisation de la Filière**

*Le ministre de l'Agriculture Michel Barnier a présenté les grandes lignes d'un futur plan quinquennal de modernisation de la viticulture comprenant 27 mesures. Les organisations syndicales et les politiques ont réagi à celui-ci. « La mise en œuvre de ce plan doit permettre tout à la fois de regagner des parts de marché à l'exportation et de mieux valoriser les vins français sur le marché mondial » selon le communiqué même du Conseil des ministres. Rappelons tout de même que la viticulture française a affiché 9,3 milliards d'euros d'excédent commercial en 2007, en hausse de 6,9 % par rapport à 2006*

*(source AFP).*

### REACTIONS DES PRINCIPALES ORGANISATIONS ET SYNDICATS

#### LE PLAN

Les principales orientations retenues sont : Une gouvernance nationale clarifiée et simplifiée - Une large déconcentration des lieux de concertation et de décision au niveau des bassins de production - La limitation des contraintes réglementaires et administratives - La clarification de la segmentation de l'offre - La restructuration des entreprises de vinification et de commercialisation - La formation des acteurs et la diffusion de l'information au sein de la filière - L'anticipation et la gestion des crises - Le développement de la recherche et de l'innovation.

### **Reactions : UNANIMITE SUR INTERNET**

#### **Vin & Société: Internet, Publicité. Le vin hors-la-loi dans les médias ?**

L'ensemble des professionnels du vin espéraient un plan de modernisation de la filière courageux et ambitieux. Ils dénoncent, à travers leur association Vin & Société, un plan qui n'a pas le courage d'affronter et de résoudre 2 questions essentielles : autoriser le média Internet et définir la publicité pour permettre une libre expression journalistique, devenue condamnable. Il est urgent pour l'avenir de la filière de clarifier ces 2 injustices majeures et de lutter contre l'exclusion médiatique à laquelle elle est peu à peu condamnée. « Deux propositions visant à définir la notion de publicité et à classer Internet parmi les supports autorisés avaient été inscrites dans le rapport final remis au ministre de l'Agriculture afin de clarifier et d'adapter la législation aux évolutions jurisprudentielles et technologiques. Elles ont été finalement écartées ! », s'insurge Marie-Christine Tarby, présidente de Vin & Société. Et de poursuivre : « Parler d'avenir de la filière sans confirmer clairement que le support Internet fait bien partie des supports autorisés, c'est totalement absurde. » Deux propositions de « bon sens » lâchement écartées L'inscription d'Internet dans la loi est une simple mise à jour car ce support n'a pas été envisagé en 1991 lors de la rédaction de la loi. La proposition de définition de la publicité doit permettre, quant à elle, de distinguer utilement ce qui constitue une publicité de ce qui relève de la liberté d'expression et du travail journalistique. ( voir page 8) . Or, le plan de modernisation de la filière annoncé aujourd'hui ne résout pas la situation inique et absurde dans laquelle se trouvent aujourd'hui les acteurs du vin mais aussi les professionnels des médias et de la création. Il écarte, au final, la question de la définition de la publicité, laissant peser un aléa juridique considérable sur le droit à l'information des médias, et se contente de prévoir la formation d'un groupe de travail sur l'autorisation d'Internet, alors même qu'elle fait l'unanimité, y compris dans les milieux de la Santé.

\*Créée en 1991, l'association Vin & Société est une institution qui fédère et représente tous les acteurs de la filière vitivinicole française (production, négoce et interprofessions).

Les membres en sont :

- pour la production : la CCVF (Confédération des Coopératives Viticoles de France), la CFVDP (Confédération Française des Vins de Pays), la CNAOC (Confédération Nationale des Producteurs de Vins et Eaux-de-Vie de Vin à Appellations d'Origine Contrôlées) et les VIF (Vignerons Indépendants de France) ;
- pour le négoce : l'AFED (Association Française des Eleveurs Embouteilleurs Distributeurs de Vins) et EGVF (Entreprises des Grands Vins de France) ;
- pour les interprofessions : l'ANIVIT (Association Nationale Interprofessionnelle des Vins de Table et des Vins de Pays) et le CNIV (Comité National des Interprofessions des Vins à appellation d'origine).

### **AGPV : « De la déception à la colère »**

Les mesures annoncées ne sont que la traduction de la réforme communautaire de l'OCM vitivinicole décidée par les ministres de l'Agriculture le 19 décembre 2007. Autre décision majeure prise dans la réforme de l'OCM, l'Union européenne va attribuer à la France une enveloppe de 170 millions d'euros pour la campagne 2008-2009. Au nom des producteurs de vins, Xavier de Volontat, le président de l'AGPV, fait part de la déception des viticulteurs et dénonce l'absence d'ambition de ce plan : *« Il y a beaucoup de mots dans ce plan mais aucun moyen. L'Union européenne nous soutient sur les marchés des pays tiers, nous attendions du gouvernement français qu'il participe à cette dynamique en mobilisant plus de moyens pour le marché intérieur qui représente près des 3/4 du marché mondial »*. Les producteurs de vins expriment par ailleurs leur colère face au silence du gouvernement sur une demande portée unanimement par les professionnels de la filière : la reconnaissance d'Internet comme un support autorisé pour la publicité sur les vins. ... *« Ce n'est pas la peine de nous parler de modernisation de la filière si chaque viticulteur court le risque de devoir fermer du jour au lendemain son site internet »*.

### **Confédération paysanne : « Ce n'est qu'un début ... »**

la Confédération paysanne a fait connaître sa position en ces termes : *« Comme on pouvait le redouter, Michel Barnier n'a pas pris de décisions sur la plupart des points épineux du plan de modernisation de la viticulture. La Confédération Paysanne réaffirme ses positions qu'elle défendra dans le cadre des futurs débats déterminants pour la filière viticole. En ce qui concerne la recherche, la Confédération Paysanne réaffirme la nécessité d'un financement public de la recherche dont les thématiques ne doivent pas être uniquement technico-économiques mais doivent prendre en compte les enjeux territoriaux et sociaux liés au monde du vin. Pour ce qui est de la gouvernance de la filière, la Confédération Paysanne restera vigilante pour que le renforcement des interprofessions et des conseils de bassins se traduise par une meilleure représentation de la diversité du monde viticole. En termes de compétitivité des entreprises, nous nous interrogeons : quelles pressions ont empêché Michel Barnier de mettre en œuvre une action énergique pour le développement des ventes des vins de terroir et de territoire français sur le marché national ? La Confédération Paysanne continuera à nourrir activement l'élaboration du plan final de modernisation de la viticulture avec ses propositions garantant le maintien sur nos territoires de viticulteurs nombreux. <http://www.confederationpaysanne.fr/>*

### **FNSEA : « un pas en avant ! »**

La FNSEA estime que, globalement, ce plan permettra une avancée significative pour le dynamisme et la compétitivité de cette filière. Tout d'abord, la proposition de segmentation à trois niveaux de l'offre française offrira une meilleure lisibilité pour le consommateur et pour être efficace, cette proposition devra s'accompagner d'une politique de contractualisation entre producteurs et metteurs en marché. La simplification de l'organisation par la clarification des

missions des différentes instances de la filière viticole est intéressante. Sa poursuite est un impératif. D'ailleurs, la filière gagnerait sans doute à réfléchir à la constitution d'une interprofession nationale pour répondre aux problématiques transversales. Malgré ces progrès, la FNSEA regrette le manque d'ambition du plan en matière de compétitivité des entreprises françaises. Le Gouvernement ne peut s'appuyer uniquement sur la nouvelle organisation commune de marché financée par Bruxelles. La France a un rôle à jouer. Elle doit être une force de propositions et le moteur de nouvelles avancées pour accompagner la viticulture, secteur d'excellence pour l'économie française. Enfin, la FNSEA demande à ce que le Gouvernement clarifie la législation en matière de publicité du vin, notamment sur Internet.

### **AGEV : opposition à l'interprofession nationale pour les vins sans IG**

L'AGEV, syndicat national des entreprises de négoce, se félicite de la déconcentration d'une partie essentielle des décisions dans les régions, conseils de bassin et comités régionaux de l'INAO et approuve la mise place d'une interprofession unique, ou fédération d'interprofessions, par bassin, en charge de toutes les productions. Par contre les négociants réaffirment leur opposition à une interprofession nationale pour les vins sans IG, source selon eux de surcoûts et de dysfonctionnements. L'AGEV souscrit également à la simplification intervenant dans la gouvernance nationale, à la composition et au rôle dévolu au conseil vin de Viniflor et à l'élargissement des missions de l'INAO à l'ensemble des AOP et IGP. Concernant les aides aux entreprises, l'AGEV s'interroge sur les moyens réellement mis par le gouvernement, au delà de ceux qui sont issus de la nouvelle OCM. Enfin, Pierre Menez, président de l'AGEV a particulièrement regretté l'absence de solution sur la présence du vin sur Internet. *« Il n'est pas possible de parler de conquête de marchés, de compétitivité, si dans le même temps nous n'avons plus accès aux moyens de communication les plus modernes. On nous pousse à des attitudes extrêmes en ne remédiant pas rapidement à l'iniquité de cette situation et alors que toute notre filière s'est résolument engagée dans une démarche responsable sur la consommation modérée de nos produits. »*