



The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library

This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.

Help ensure our sustainability.

Give to AgEcon Search

AgEcon Search

<http://ageconsearch.umn.edu>

aesearch@umn.edu

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*

No endorsement of AgEcon Search or its fundraising activities by the author(s) of the following work or their employer(s) is intended or implied.

Evolution et déterminants du prix du vin en France

Daniel BOULET

D'après les Comptes de l'agriculture, la valeur de la production française de vin s'élevait à 53,7 milliards de F en 1990, soit 16,2% de la production finale. Dans le commerce extérieur, le solde du poste "vins" (hors champagnes, mousseux) s'élevait à 13,6 milliards de F, soit 30% du solde agro-alimentaire.

"Derrière ces données statistiques qui témoignent de son importance, le secteur viticole présente une grande hétérogénéité, qu'il s'agisse des produits ou des producteurs. Si ce trait ne lui est pas spécifique – l'hétérogénéité marque également à des degrés divers, les autres secteurs de l'agriculture – il prend ici des aspects parfois originaux dus en particulier à la coexistence de deux grands groupes de produits, les vins de consommation courante et les vins fins d'appellation, produits souvent prestigieux, de notoriété ancienne et de prix unitaire élevé ⁽¹⁾. Les déséquilibres de marché concernent principalement le premier groupe qui régresse, alors que le deuxième apparaît en expansion et sert souvent de modèle. Le dualisme n'est certes pas total dans la mesure où il n'y a pas d'étanchéité rigoureuse entre ces deux groupes: certains producteurs ou négociants sont présents sur ces deux marchés à la fois, des voies de passage existent pour les produits d'un groupe à l'autre, des interférences se nouent dans le domaine des politiques et des réglementations. La dichotomie entre ces deux sous-secteurs a donc un caractère partiel, évolutif et inégal suivant les niveaux d'analyse. Elle demeure pourtant un élément structurant des conditions d'activité en viticulture et sépare un secteur périodiquement en crise d'un secteur relativement prospère. (...) Sans être, là encore, spécifiques à l'économie viticole, les déséquilibres de marché ont pris dans le domaine des vins de table une grande acuité: le débouché quasi exclusivement marchand de la production a entraîné une sensibilité forte et précoce aux aléas du marché et des conjonctures économiques; le caractère pérenne de la plante rend lentes et coûteuses les évolutions ou les reconversions; en France, la concentration du vignoble de vin de table en Languedoc, la spécialisation de cette région et la dépendance de l'économie régionale vis-à-vis de la vigne, ont donné aux crises techniques ou économiques de la viticulture un fort retentissement social dans cette zone, donnant lieu à des mobilisations puissantes et parfois dramatiques, retentissement qui n'a pas disparu même si la régression viticole l'a affaibli. Les crises et déséquilibres ont aussi marqué le fonctionnement du marché communautaire du vin dont la mise en place a suivi celle des céréales et du lait. Le déséquilibre offre-demande, la concurrence entre pro-

⁽¹⁾ La réglementation communautaire distingue les vins de table (vins courants) et les vins de qualité produits dans des régions déterminées (VQPRD), qui regroupent en France les vins délimités de qualité supérieure (VDQS) et les appellations d'origine contrôlée (AOC).

ducteurs et entre zones ont rapidement fait du vin un produit sensible de la Politique agricole commune". (EREV, 1987, p. XX).

Compte tenu de ces divers éléments, l'analyse des prix dans la filière viti-vinicole ne peut pas être conduite globalement, pour l'ensemble des marchés. En particulier, il est fréquent de considérer le marché des AOC comme étant la somme de 390 produits offerts (correspondant au nombre d'appellations contrôlées existantes), sur 390 marchés différents. En l'occurrence nous nous intéresserons dans le présent article au seul marché des vins de table.

Avant d'aborder cette analyse, il convient de rappeler brièvement le contexte institutionnel dans lequel a fonctionné le marché des vins de table en France au cours des dernières décennies.

Durant le XIX^e siècle, sous l'effet de l'urbanisation rapide et de la croissance des revenus, la consommation du vin connaît un développement rapide et entraîne la création d'un marché national du vin, qui se substitue aux petits marchés régionaux et locaux antérieurs. Pendant la deuxième moitié du XIX^e siècle, et grâce notamment à la mise en place des grandes liaisons ferroviaires entre le Languedoc et Paris, le vignoble méridional se met en place pour répondre à la demande du marché, en se spécialisant dans le vin de table (boisson populaire). C'est alors, durant 10 à 15 ans, l'âge d'or de la viticulture méridionale. Mais, à peine créé, le vignoble languedocien sera détruit, comme l'ensemble du vignoble français, par le phylloxéra. La reconstitution de ce vignoble à partir de 1880, se fera sur des bases plus intensives et plus concurrentielles. Le développement parallèle du vignoble algérien (créé pendant la période phylloxérique) joint à des conditions de surproduction, débouche sur la grande crise de 1907, entraînant un début d'organisation du marché : définition légale du vin, répression des fraudes, contrôle de l'offre par l'obligation de déclaration de récolte, contrôle de la circulation des produits. Mais c'est entre 1930 et 1935, après une nouvelle période de surproduction chronique (succédant à la pénurie de la guerre 1914-18), qu'est mise en place la première organisation globale du marché du vin de table, connue sous le nom de Statut viticole. Elle prévoit d'une part la gestion de l'offre (échelonnement des sorties de chais, blocage autoritaire des excédents), d'autre part des mesures d'assainissement du marché (distillations obligatoires, pénalisation des hauts rendements, blocage des plantations).

La Seconde Guerre mondiale arrivera trop tôt pour qu'on puisse réellement juger de l'efficacité du Statut viticole car elle entraînera une nouvelle phase de pénurie, repoussant jusqu'aux années 50 la réapparition d'une situation de surproduction. Un ensemble de mesures organisant le marché des vins de table sera pris entre 1953 et 1959, sur la base des principes du Statut viticole. En particulier, la politique des prix repose sur la fixation de prix d'objectif, destinés à orienter la production à

moyen terme, et de prix de campagne que les pouvoirs publics doivent tenter de garantir en intervenant sur le marché (système de *quantum-hors quantum*). Après l'indépendance de l'Algérie en 1962, la libéralisation croissante du marché se mettra en place entre 1964 et 1970; elle sera couronnée par la création de l'organisation viticole communautaire, marquée du sceau du libéralisme du traité de Rome.

Mais les tendances au déséquilibre seront d'autant plus rapidement recrées que le recul de la demande est désormais bien établi depuis le début des années 60. Le nouveau train de mesures prises par les pouvoirs publics (tant français qu'européens) au milieu des années 70, s'il recrée un cadre plus interventionniste (avec notamment la mise en place du premier office, l'ONIVIT), conserve au fonctionnement du marché ses caractéristiques concurrentielles, et propose comme axes majeurs de "sortie de crise" pour les producteurs, la politique dite de qualité (reconversion qualitative de la production vers des vins plus élaborés) et les accords interprofessionnels.

Plus récemment (accord de Dublin de 1984), la viticulture n'a pas échappé aux réorientations générales de la PAC (d'autant moins que l'entrée de l'Espagne dans le Marché commun, réintroduit un pays excédentaire sur le marché du vin). L'ère des quotas s'impose donc au secteur des vins de table, avec la limitation des budgets de soutien de la CEE, l'instauration de la distillation obligatoire à bas, puis très bas prix, et la généralisation des incitations à l'arrachage.

C'est dans ce contexte général que l'on cherchera à dégager la logique de formation et d'évolution sur longue période des prix du vin de table, avant d'aborder plus particulièrement l'influence de la différenciation qualitative sur la formation de ces prix.

LES PRIX DES VINS DE TABLE SUR LONGUE PÉRIODE

On analysera les conditions de formation des prix du vin à la production, et leur évolution à long terme. Cette analyse sera conduite par référence à la définition légale des produits, telle qu'elle est utilisée pour constituer des séries statistiques.

LES RELATIONS ENTRE LES PRIX ET L'OFFRE

Dans un ouvrage publié en 1907, *Le problème agraire du socialisme. La viticulture industrielle de la France*, Augé-Laribé s'interroge sur l'avenir de la viticulture méridionale, et notamment sur la possibilité d'émergence d'un phénomène de concentration capitaliste rapide, conduisant à ce

qu'il appelle "la viticulture industrielle". Il entrevoit cette hypothèse à travers un maintien durable de la baisse du prix du vin à la production. Plus loin il tempère cette vision quelque peu mécaniste en relativisant les évolutions prévisibles des prix. Faute d'un appareil statistique qui lui aurait permis de systématiser ses observations, Augé-Laribé ne peut asseoir son raisonnement que sur sa perspicacité d'observateur averti de la viticulture méridionale. Il est d'ailleurs le premier à regretter ces manques. "Cette extrême instabilité des prix provient de nombreuses causes, qui demanderaient une étude spéciale" (Augé-Laribé, 1907, p. 188). Une telle étude ne sera véritablement entreprise que trente ans plus tard par le professeur J. Milhau dans sa célèbre *Etude économétrique du prix du vin en France* (1935).

Il étudie la période 1919-1933, caractérisée par de fortes fluctuations de prix à la production d'une campagne sur l'autre. Son hypothèse est, bien sûr, que les prix sont influencés par le niveau des récoltes, ainsi que le suggère de façon empirique mais parlante, le graphique (gr. 1) qu'il a établi pour cette période. Milhau utilise comme prix de référence, le prix annuel à la propriété de l'hectolitre de vin de 9°. Compte tenu des variations du pouvoir d'achat de la monnaie, il calcule un prix réel, en "déflatant" le prix nominal par l'indice moyen annuel des prix de gros (45 articles).

Son étude des relations offre/prix est ensuite menée par une procédure de calcul systématique des coefficients de corrélation linéaire. Sa principale conclusion est que la meilleure explication du prix du vin de la campagne n est fournie par le niveau de la récolte métropolitaine de la campagne n (le coefficient de corrélation est égal à $-0,919$). D'où sa célèbre formule: "C'est le vin nouveau qui fait les nouveaux prix" (Milhau, 1935, p. 17).

Il traduit cette corrélation en liaison déterministe entre récolte et prix, de la forme linéaire $y = ax + b$. Soit pour la période 1919-1933 (Milhau, 1935, p. 34) :

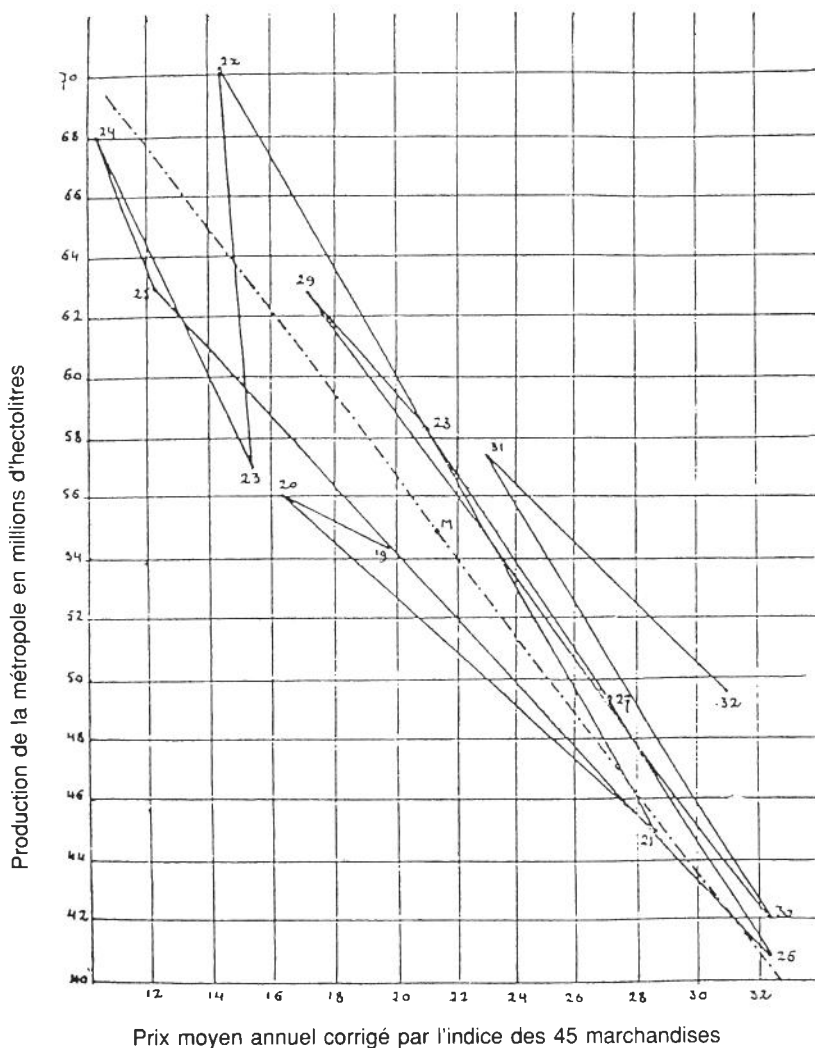
$$y = 63,07 - 0,754 x$$

y : prix annuel moyen à la production, corrigé par l'indice des prix de gros

x : production métropolitaine (définition de l'offre donnant la meilleure corrélation avec les prix, et qui exclut donc la production algérienne et les importations)

Ultérieurement, et toutes proportions gardées, certains auteurs ont appliqué les calculs de Milhau sur la recherche de corrélations offre/prix. C'est ainsi que, Badouin (1953), Barthe (1966) et Dubos (1966) ont retrouvé respectivement pour les périodes 1948-1953, 1950-1965 (fractionnée en sous-périodes) et 1950-1959, des corrélations de même nature, essentiellement entre l'offre métropolitaine et les prix à la production.

Graphique 1.
Relation entre récolte
et prix
à la production.
Ajustement
(1920-1933)



Source: in Milhau, 1935, p. 35.

De ces différents travaux, seule l'étude de Milhau sur la période 1919-1933 s'applique à un marché "libre". En effet, dès 1931, avec des phases d'inégal interventionnisme, le marché du vin de consommation courante (puis du vin de table) sera l'objet de mesures réglementaires visant à régulariser les variations des prix à la production (et donc au détail) et à les maintenir dans une fourchette plus ou moins large. Puis à partir de 1970, la mise en place de l'organisation viticole communautaire réintroduit un certain libéralisme sur le marché, sans pour autant que les conditions d'un marché libre comparables à celles de 1919-1930 soient recréées.

Il reviendra à Terraza, en 1981, de reprendre systématiquement l'étude des liaisons offre/prix, sur la période 1950-1979. L'intérêt majeur de ce travail, outre l'ampleur de la période étudiée, a été de la fractionner en phases distinctes en fonction des modalités d'intervention sur le marché, et de rechercher les liaisons à l'intérieur de ces sous-périodes. Terraza a distingué trois périodes :

“Elles coïncident avec les différentes phases de réglementation du marché. La première parcourt les années 1950 à 1959 et correspond à une réglementation assez autoritaire, la deuxième de 1959 à 1970 est une période pendant laquelle l'assouplissement des mesures d'intervention répondait à une transition pour engager la viticulture dans le marché commun ; la troisième de 1970 à 1978 correspond à cette entrée et à la pratique de la viticulture française avec les règlements communautaires” (Terraza, 1981, p. 466).

Durant la première période (1950-1959), le modèle élaboré fait apparaître le rôle régulateur du stock dans la formation et le niveau des prix. Le stock est la traduction technique des mesures de régularisation du marché à travers la politique d'échelonnement des mises en marché (*quantum*, hors *quantum*). Sur la seconde période (1960-1970), correspondant à la phase plus libérale, les stocks gardent un rôle actif dans la détermination du prix, mais on sait qu'ils résultent plus de comportements volontaires des producteurs (encouragés financièrement il est vrai) que de mesures contraignantes de politique agricole. Pour la troisième période (1970-1978), le modèle est affiné et fait ressortir l'influence spécifique des différents dispositifs : distillations, contrats de stockage à court et long terme.

Mais au-delà de l'analyse fine des mécanismes de formation des prix, propres à chacune de ces trois périodes, Terraza souligne l'élément majeur de la dynamique longue : “Il semble que depuis 1950 et hormis la campagne 1957-58⁽²⁾ l'instabilité chronique des prix ne soit plus le problème majeur de la viticulture. En ce sens, la conclusion des travaux de Milhau a trouvé une raisonnable efficacité sur le marché des vins” (Terraza, 1981, p. 461). Terraza fait là allusion à la conclusion de l'ouvrage de Milhau sur l'étude du prix du vin, où il écrit que le législateur doit intervenir, en restreignant l'offre, pour régulariser les cours du vin, et les maintenir à un niveau suffisamment bas pour rétablir l'équilibre offre/demande et “exciter l'esprit d'initiative” (*sic*) (Milhau, 1935, p. 80).

Ce souhait qu'il formulait en matière de baisse du prix à la production, semble bien s'être réalisé, Terraza note en effet :

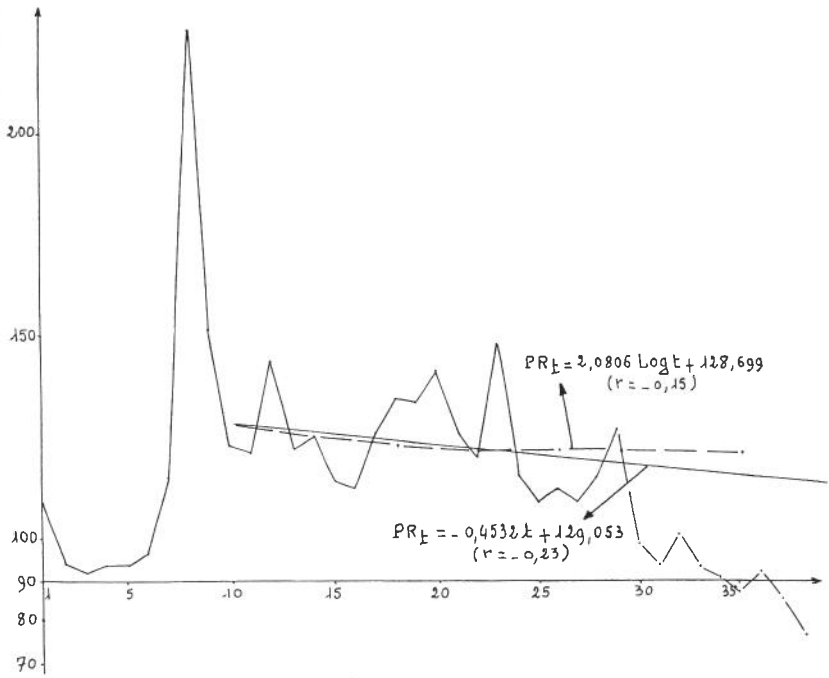
“C'est la baisse tendancielle des prix réels à la production qui est le phénomène principal et nouveau du marché des vins cou-

⁽²⁾ très faible récolte en 1957 due à des gelées de printemps, et provoquant une flambée des prix.

rants sur ces vingt dernières années. Composante de la recette et donc du pouvoir d'achat du viticulteur, cette tendance dépressive des prix ajoute un élément pessimiste quant au déséquilibre chronique du marché" (Terraça, 1981, p. 462).

Cette tendance lourde est illustrée et ajustée sur le graphique 2 pour la période 1960-1979.

Graphique 2.
Evolution de l'indice
des prix réels
des vins courants à la
production



Source: d'après Terraça (1981)

Selon cet ajustement, l'indice prévisionnel du prix en 1985 est de 117. Cette prévision en baisse se trouve largement confirmée puisque les points réels, entre 1980 et 1987, sont très au dessous de la droite de régression avec une nouvelle inflexion très forte à la baisse. Ainsi la tendance longue à la baisse du prix réel du vin de table à la production, facteur de concentration capitaliste pour Augé-Laribé, facteur de progrès technique pour Milhau, si elle ne s'est pas manifestée durant la première moitié du XX^e siècle, est désormais bien établie depuis la fin des années 50. On retiendra cependant que la situation exceptionnelle de la campagne 1957-58 (très faible récolte, doublement des prix à la production), si elle inaugure la période de régression longue des prix à la production,

a fait bénéficier ces mêmes prix d'un effet de cliquet, les haussant en 1960 à l'indice 120-125, alors qu'ils se situaient de 1951 à 1955 à l'indice 95.

LES FACTEURS D'ÉVOLUTION DU PRIX SUR LA LONGUE PÉRIODE

Les analyses de courte période, en termes de flexibilité, telles que celles conduites par Milhau ne permettent pas de rechercher les facteurs d'évolution à long terme autrement qu'en répétant des calculs de corrélations de période en période. Il est donc clair que l'unité de tendance sur long terme doit être appréciée au travers des variables plus structurales. En fait on s'interrogera particulièrement sur la période 1960-1987, dont la caractéristique majeure est une tendance constante à la régression du prix à la production.

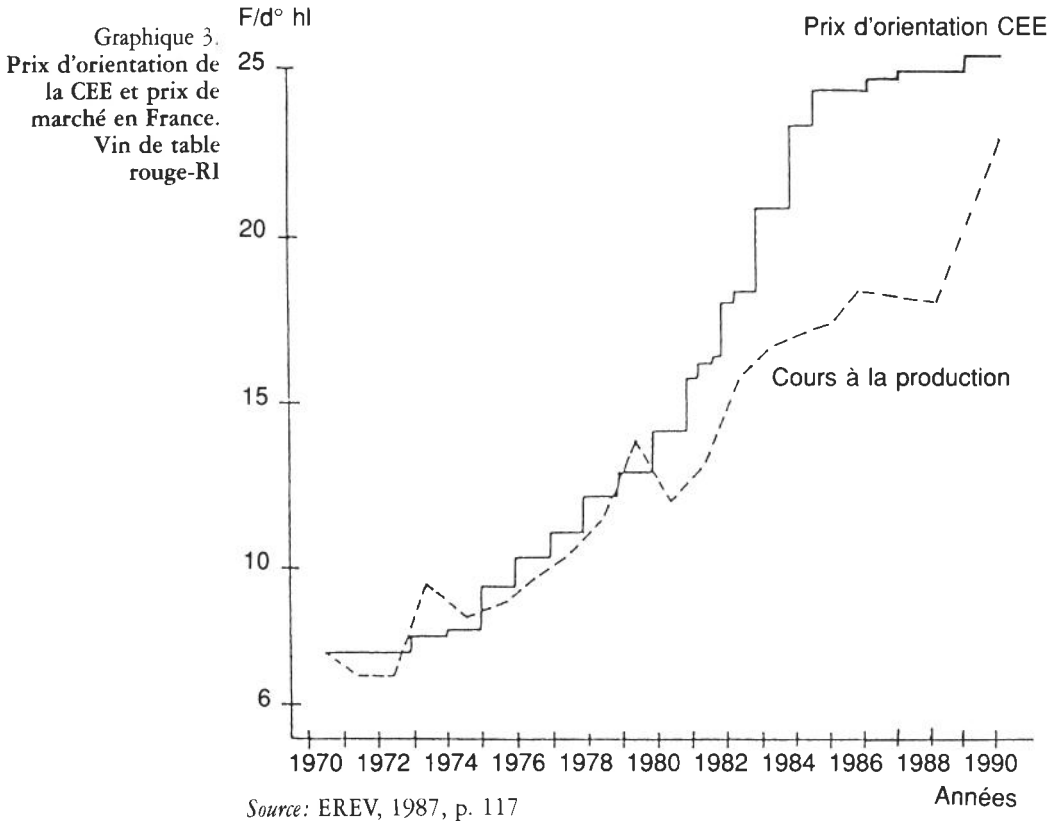
Prix et politique agricole

En première analyse, on peut considérer que les prix à la production du vin de table étant, sur la période 1960-1987, des prix administrés, leur évolution longue traduit des choix de politique économique. En effet, à partir de 1959 et jusqu'à la mise en place du marché commun viticole, le marché français a été organisé avec la fixation annuelle d'un prix de campagne. A partir de 1970, c'est le prix d'orientation de la CEE qui sert d'indicateur (graphique 3). On constate que les prix réels décrochent de ce prix d'orientation à partir de 1980, pour ne commencer un rattrapage partiel qu'à partir de 1988.

En fait, l'explication en termes de prix administrés ne fournit qu'une cause première, en partie formelle, dans la mesure où la fixation de l'un ou de l'autre des prix indicatifs doit être considérée, du point de vue de l'analyse économique, comme un arbitrage entre des intérêts contradictoires (producteurs, consommateurs, distributeurs), mais aussi comme un simple ajustement à la marge d'une tendance lourde de décroissance des prix, qui résulte de facteurs plus directement liés au marché (par exemple l'effet de "contagion" des prix des vins importés). En témoigne d'ailleurs le fait que, dans l'une comme dans l'autre des deux périodes, un décrochage est intervenu entre prix nominaux de marché et prix indicatifs.

Alors même que depuis le début des années 60 les prix agricoles à la production en France et plus tard dans la CEE, ont été fixés dans le cadre des politiques de lutte contre l'inflation, on constate que, dans le cas des vins de table, l'évolution longue des prix observés traduit une tendance

au décrochage par rapport à ces prix indicatifs (malgré un début de rattrapage en fin de période, *cf. infra*). Il n'en reste pas moins vrai que ceux-ci gardent un rôle d'orientation "politique" des prix réels explicitement décroissants en tendance, notamment dans le cadre de la politique budgétaire de la CEE depuis les accords de Dublin.



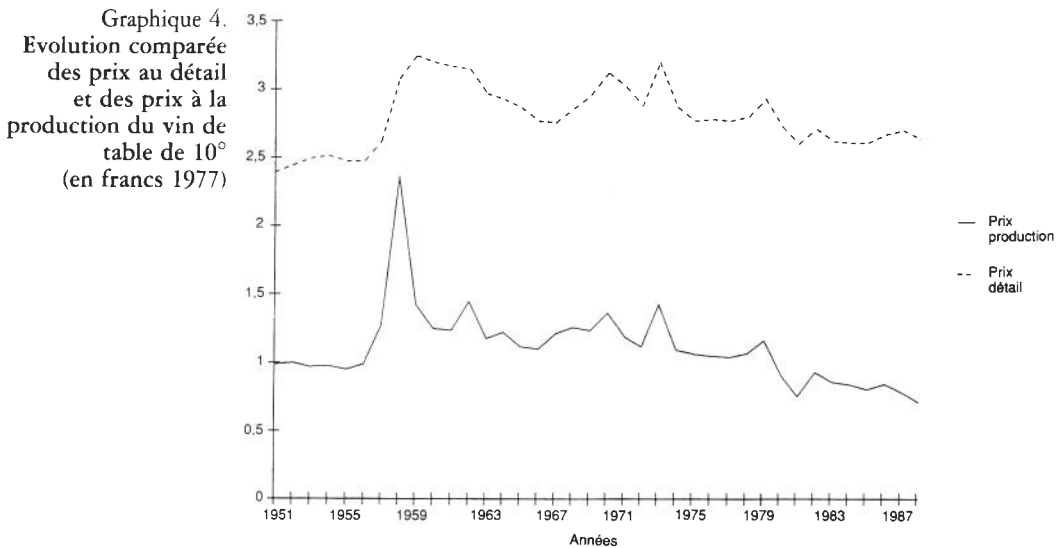
Prix et politique économique globale

Il convient donc de rechercher des causes plus structurelles. De ce point de vue, deux facteurs convergents nous paraissent devoir être pris en compte :

- D'une part, la situation de déséquilibre endémique du marché des vins de table. Il est évident à cet égard que la situation de surproduction, notamment entretenue par un flux régulier et intense d'importations depuis le début des années 60 (utilisées pour alimenter une logique de coupages pratiqués par le négoce), a eu tout au long de la période un effet dépressur sur les prix. Si cette dépression s'est accentuée au fil des années, c'est que le déséquilibre s'est amplifié. On notera à ce propos que ce rôle – essentiel – des importations ne pouvait pas être mis en évidence

par des travaux comme ceux de Milhau, n'observant que la variabilité sur la courte période.

• D'autre part, les prix au détail. Il nous semble que ceux-ci ont joué un rôle directeur, au moins jusqu'à la période récente de libération progressive. Dans le cadre des politiques de lutte contre l'inflation, les prix alimentaires sont contrôlés à partir de 1963 et dans l'indice des 259 articles (puis des 295), le vin de table est le produit représentatif de l'ensemble du poste "boissons alcooliques". On conçoit qu'il était relativement facile pour les pouvoirs publics de contrôler assez strictement le prix du vin de consommation courante dans la mesure où ils disposaient d'un contrôle assez large sur la fixation des prix à la production, qui ont ainsi connu une très forte régression en francs constants (cf. graphique 4).



Source: INRA - INSEE

Pour achever ce survol (des travaux ayant porté sur l'analyse des relations offre/prix à la production du marché du vin de table sur la longue période) on peut reprendre le point de vue de Terraza selon lequel le système de soutien des prix, tel qu'il a été mis en place par la CEE, accompagne en longue période, un mouvement dépressif des prix réels à la production. C'est, en effet, à travers la moyenne des prix des deux campagnes précédentes qu'est fixé le prix d'orientation de chaque campagne, et c'est à travers le prix de déclenchement que sont mises en œuvre les mesures de régulation sur le marché. Comme, par ailleurs, la recette viticole est liée positivement au volume de la récolte, ce qui encourage la productivité, les éléments d'un processus de décroissance régulière des prix réels, en tendance longue, sont réunis, dès lors que la demande est

inélastique. C'est ce que Terraza appelle "la loi de Gresham viticole" (1981, p. 498), en ce sens que baisse tendancielle des prix et recherche de la productivité se combinent pour développer la production de vins de bas de gamme (chassant les bons vins, comme la mauvaise monnaie chasse la bonne). Cependant la mise en place récente de la distillation obligatoire devrait rompre cette logique.

On doit toutefois signaler les inflexions qui se sont manifestées au cours des campagnes 1988-89 et 1989-90. En raison de faibles récoltes, aussi bien au niveau européen que français (la récolte 1988 est l'une des plus faibles des vingt dernières années en France, et la récolte 1989 n'est en progression que de 6 % par rapport à celle de 1988), les prix à la production ont connu une progression spectaculaire: + 11,7 % en 1988-89 et + 20 % en 1989-90. Compte tenu de la forte réfaction de l'offre, on retrouve sur ces deux campagnes une relation nette offre/prix, comparable à celle observée dans les années 30. Il est encore trop tôt pour savoir s'il s'agit d'une situation purement conjoncturelle ou si les mesures structurelles de réduction du potentiel de production (arrachage) et de la production (distillations obligatoires) ont résorbé le caractère endémique de la surproduction au point de créer durablement une nouvelle zone d'équilibre offre/demande permettant de contrecarrer la tendance lourde de régression des prix. Le fait que, malgré une petite récolte en 91 (gelées), les prix soient à nouveau "dépressifs", suggère que l'effet de *trend* reste dominant.

L'évolution de la demande de vin de table

Le dernier chapitre de l'étude économétrique du prix du vin de Milhau est consacré à l'analyse de l'élasticité de la demande.

"Il est bien évident que la quantité de vin consommé annuellement dépend du prix de vente au détail" (Milhau, 1935, p. 67).

Cette affirmation sans nuance correspond aux caractéristiques de la période analysée (1919-1933), au cours de laquelle le marché du vin de table est un "marché libre", Badouin parlant même, quelques années après, de "marché de concurrence pure et parfaite" (Badouin, 1953).

C'est donc à une analyse en termes d'élasticité de la demande par rapport au prix de détail (prix moyen annuel à Paris) que se livre Milhau. Il observe en effet la bonne corrélation entre consommation taxée et prix de détail déflaté par l'indice du coût de la vie: $r = -0,877$. Il en infère l'équation d'une liaison affine entre ces deux variables, sur les dix années observées: $y = -29,1x + 60,89$ (y = consommation en millions d'hectolitres; x = prix du litre corrigé par l'indice du coût de la vie).

Enfin le coefficient d'élasticité de y par rapport à x , pour les valeurs moyennes de ces variables est: $= \lambda - 0,26$, variant entre les extrêmes de

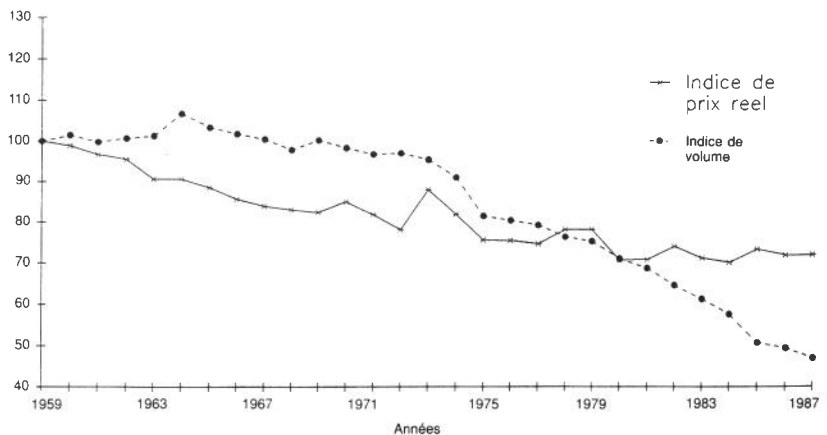
$\lambda = -0,23$ pour la campagne 1927-28 et $\lambda = -0,29$ pour la campagne 1925-26.

Milhau interprète cette élasticité à coefficient faible comme une inélasticité de la demande de vin.

Un demi-siècle après cette analyse, on observe, sur la période 1960-1987, à la fois une baisse tendancielle marquée des prix réels au détail des vins de table, et une baisse de la consommation en volume (valeur des achats aux prix de 1970) des vins de table vendus sur le marché intérieur (cf. graphique 5). Cependant cette période de baisse des prix réels du vin de table est marquée également d'une diminution sensible et régulière de la consommation en quantité (qui est passée de 120 à 60 litres par personne). Il n'y a donc pas, comme sur la période 1919-1933, une assez forte inélasticité de la demande par rapport aux prix, entraînant, en cas de baisse des prix, une hausse des volumes consommés insuffisante pour compenser cette baisse, et donc une baisse de valeur globale de la demande exprimée. Il y a baisse simultanée des prix, des quantités, et des valeurs demandées.

Si nous considérons l'évolution globale de la consommation de vin de table sur la période 1960-1987, il est facile d'admettre, sans calculs élaborés, que le revenu moyen des ménages a été croissant (ou stagnant dans les dernières années) et donc que l'élasticité revenu temporelle à long terme est négative. En l'occurrence, le principal intérêt de cette élasticité pourrait être de fournir des comparaisons, soit entre produits, soit entre périodes pour un même produit. Mais la simple comparaison des courbes de demande pourrait fournir les mêmes indications. Bien entendu, si l'élasticité-revenu temporelle ne présente guère d'intérêt, l'élasticité-revenu instantanée (entre groupes sociaux) serait riche d'enseignements sur la différenciation sociale de la demande, mais les données sont rares en la matière.

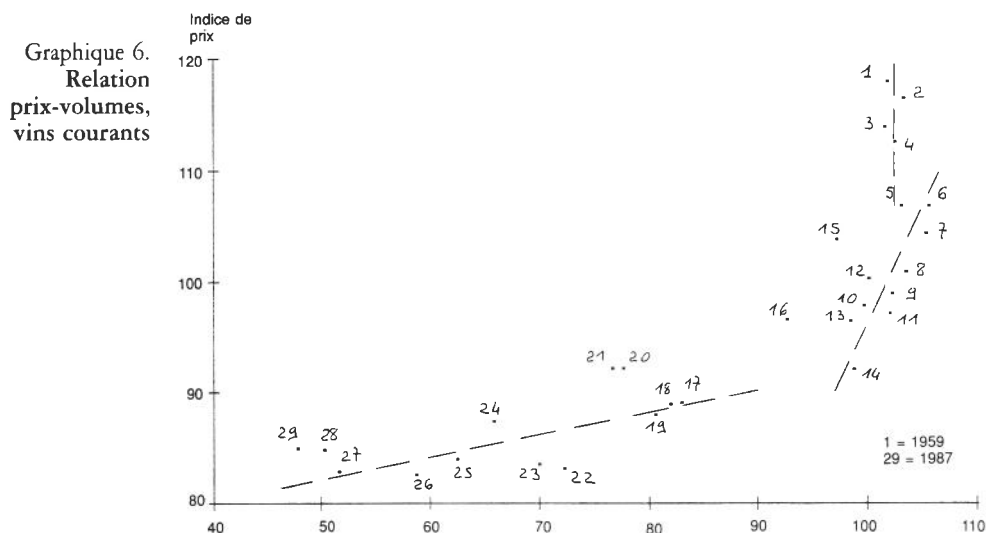
Graphique 5.
Evolution comparée
prix-volumes, vins
courants 100 = 1959



Source: Bartoli-Boulet, 1989

Plus décevante encore est l'utilisation de l'élasticité par rapport au prix. Tous les manuels d'économie enseignent que la demande est fonction décroissante des prix, sauf cas aberrants dûment délimités. Or il nous semble, quant à nous, que la simple observation de l'évolution comparée des indices de volume et de prix relatif en matière de vins de table (graphique 5), indique que ces deux variables, non seulement présentent un effet de tendance de même sens, mais aussi des variations de courte période souvent parallèles (covariation tendancielle positive): en d'autres termes l'élasticité-prix nous semble être positive, globalement sur la longue période (1958-1985), et fréquemment à court terme (18 points sur 29). Le cas du vin de table étant à cet égard tout à fait atypique dans l'ensemble des boissons alcooliques (Darmon, 1983). Pour préciser cette observation, nous avons construit la courbe de variation de la demande par rapport au prix.

Le graphique 6 montre qu'à l'évidence les liaisons prix-demande présentent des ruptures sur la période 1959-1987 ($t = 1$ pour 1959, $t = 29$ pour 1987). On note toutefois que l'allure générale de la courbe est celle d'une branche d'hyperbole, dont la concavité est orientée vers les valeurs positives des ordonnées: les variations des prix et de la demande sont de même signe. Il apparaît trois périodes distinctes qui présentent des caractéristiques assez tranchées: d'une demande presque totalement rigide ($t = 1$ à 4) à une demande élastique ($t = 17$ à 29) en passant par une élasticité un peu supérieure à 7 ($t = 5$ à 16).



Source: Bartoli-Boulet, 1989

Si l'on passe de l'analyse fonctionnelle à la recherche des liaisons causales et à l'interprétation économique, on peut proposer les hypothèses suivantes.

Les relations prix-demande de vins de table sont dominées, sur la période 1959-1987, par un *trend* marqué, qui est caractérisé par la décroissance simultanée des deux variables. En termes d'élasticité-prix temporelle de longue période, cela se traduit par le signe positif du coefficient d'élasticité, facile à admettre si l'on précise immédiatement que cette relation est, sur le plan causal, inversée: l'élasticité-prix de la demande n'est positive que parce que des effets structurels provoquent la décroissance régulière de la demande.

Autrement dit, les prix relatifs baissent parce que la demande baisse, et non pas l'inverse, ce qui fait que la variable motrice est la demande et non les prix (ce qui finalement autorise à porter les prix en ordonnées).

L'élasticité-prix positive n'induit pas que la demande s'accroîtrait si les prix augmentaient (ils ont augmenté six fois au cours des 29 années observées, sans effet sur la régression de la demande). En ce sens, on n'est donc pas en présence d'un effet Giffen, tel que Badouin (1953, p. 71) en a expliqué le mécanisme et souligné le caractère historiquement daté et limité. En revanche, il n'est pas impossible de supposer que les prix relatifs pourraient se stabiliser, voire augmenteraient si la demande était relancée.

En conséquence, l'évolution de la demande n'est pas expliquée par les prix, mais au contraire l'évolution des prix est en partie expliquée par la demande. On peut cependant admettre, avec Terraza, qu'un effet-prix positif contribue à limiter le rythme de décroissance de la demande, qui se serait accéléré en cas de stabilité ou de hausse des prix relatifs (Terraza, 1981, p. 450). Mais il s'agit quand même là d'une hypothèse d'école... Bien entendu, également, les caractéristiques des différentes phases de la politique viticole ont pu, comme on l'a vu, contribuer à freiner ou accélérer les rythmes de décroissance des prix réels, mais pas en inverser la tendance.

Enfin, quant aux enseignements du graphique 6, ils soulignent que la décroissance tendancielle de la demande s'est accélérée en trois étapes successives, la dernière (1975-1987) montrant un décrochage presque total de la demande par rapport au prix. Pour cette période, on peut penser à l'effet à long terme du premier choc pétrolier qui aurait conduit au recul de la consommation des biens inférieurs. A cet égard, Darmon (1983) note, que pour l'ensemble des boissons alcooliques, il n'y a pas de rupture marquée dans les tendances avant et après 1973, alors qu'elle est très nette pour les boissons sans alcool, qui apparaissent plus comme des produits "superflus" pour lesquels les consommateurs ont sensiblement modifié leur attitude après 1973.

Bien entendu, le raisonnement qui précède ne permet pas de conclure que nous avons effectivement démontré une exception majeure à la "loi de demande à pente négative". Le graphique 6 est ainsi supposé croiser 29 courbes de demande à pente négative... Il n'en reste pas moins que le

phénomène majeur de la sphère viticole dans la longue période est bien le recul structurel de la demande de vin de table et que l'économiste doit en proposer une explication qui ne se limite pas à la formulation trop simpliste de "l'effet qualité" ou autre "effet Veblen".

Les résultats de l'observation nous conduisent donc à rechercher d'autres déterminants de l'évolution longue de la demande qui, par la lourdeur et la persistance de ses tendances longues, devient une variable majeure de l'équilibre du marché et de la régulation du secteur.

Si le caractère opérationnel et explicatif au premier degré de la classification des biens en fonction des élasticités prix et revenu proposée par Badouin (et du grand nombre de travaux qu'elle a inspiré depuis) est évident, il est non moins évident que la démarche heuristique suscite une série de questions induites :

- quels sont les déterminants des variations d'élasticités ?
- comment et en fonction de quoi de brusques inflexions peuvent-elles se produire ? Peut-on les prévoir ?
- plus généralement, comment peut-on expliquer le passage d'un produit d'une catégorie de biens à une autre ? (comment le vin de table serait-il tombé dans la catégorie des "*poor man's goods*" ?) Et comment l'offre peut-elle réagir ?

Dès lors que nous avons postulé (cf. *supra*) que le champ de l'économie ne s'arrêtait pas là où l'on passait des valeurs d'échange aux valeurs d'usage, il convient d'aller plus loin dans la recherche d'explications. L'expression monétaire, ou quantitative, de la demande globale d'un produit étant la résultante de l'ensemble des comportements individuels de consommation, c'est à travers l'analyse de ceux-ci que l'on a cherché à comprendre la logique d'évolution de la demande de vin. Le propos du présent article n'étant pas de rendre compte d'une telle analyse, nous renvoyons le lecteur à Bartoli, Boulet, (1989, p. 655 et suivantes).

Cependant, au-delà de telles approches globales, raisonnant sur des agrégats de prix, d'offre et de demande définis au niveau de l'ensemble du marché intérieur, il convient – de plus en plus – de s'interroger sur les logiques de différenciation des produits, des productions et, éventuellement, des prix. Cette réflexion recouvre, pour l'essentiel, ce qu'il est convenu habituellement d'appeler, la (ou les) politique(s) de qualité. Dans la seconde partie de cet article, on s'intéressera à l'approche des relations entre différenciation qualitative des prix et niveaux de prix, sur les marchés à la production de vins de table. Contrairement à ce qui précède, l'analyse se situe en courte période, mais au-delà de "l'explication" de la dispersion des prix autour du prix moyen de campagne, on se posera également la question de l'éventuelle segmentation des marchés, c'est-à-dire, d'une dynamique plus structurelle rejoignant ainsi l'analyse de longue période.

PRIX ET DIFFÉRENCIATION QUALITATIVE DE L'OFFRE

Parmi les enseignements que l'histoire peut retenir de la grande crise du début du siècle dans le secteur des vins de table, et particulièrement dans le Midi méditerranéen (avec le point d'orgue de 1907), il en est un qui "imprégnera" l'économie du secteur pendant de nombreuses décennies: c'est le rôle de la notion de qualité. Une offre de vins artificiels s'étant développée pendant la pénurie de la période phylloxérique, elle bouleversa le marché dès lors que le vignoble fut reconstitué.

C'est la raison pour laquelle les législations de cette période mirent l'accent sur la répression des fraudes et la définition du vin. Les différentes lois (1889, 1905, 1907) ont eu pour principal objectif de protéger le vin contre les "imitations", et de fournir des garanties au consommateur en la matière. Mais, parallèlement, les vignobles qui avaient obtenu au fil de l'histoire des rentes de notoriété, se sont trouvés confrontés aux perturbations générales du marché du fait de la surproduction et de la fraude. A l'initiative des groupes de pression représentant les intérêts de ces vignobles, s'est développée à partir de 1908 (loi du 5 août) la logique de mise en place des appellations d'origine, devant aboutir au décret-loi de 30 juillet 1935, instaurant le système des appellations d'origine contrôlée. A travers ces deux évolutions indépendantes à l'origine (lutte contre les fraudes dans le marché des vins de table, protection des rentes dans les vignobles de notoriété), s'est confirmé un concept qui n'a cessé de s'étendre dans le fonctionnement de l'économie viti-vinicole: la qualité.

Il est intéressant de s'interroger, dans le cas particulier des vins de table – où elle est le moins institutionnalisée – sur la façon dont la différenciation qualitative de l'offre a pu être prise en compte dans le fonctionnement du marché, et répercutée ou non dans la formation des prix. De ce point de vue, nous sommes contraints d'envisager deux niveaux d'analyse, selon que la différenciation qualitative des produits s'est traduite ou non dans des dispositions réglementaires, notamment dans la définition légale des produits (et permettant une observation statistique de la gamme qualitative), c'est-à-dire selon que l'on est resté dans le domaine de l'appréciation subjective de la qualité ou que l'on est passé dans un système plus ou moins élaboré de la définition objective de la qualité.

L'enjeu économique du rôle de la qualité dans le fonctionnement du marché du vin de table est double:

- En courte période, il s'agit de savoir si la qualité des produits est un facteur d'explication de la dispersion des prix individuels autour de la moyenne de marché. Si oui, s'agit-il simplement de l'influence réciproque des offres et des demandes, et des raretés relatives (qualité "subjective"), ou bien une norme qualitative plus ou moins institutionnalisée, crée-t-elle une réelle différenciation des marchés, i.e. des offres et des demandes.

- En longue période, l'éventuelle existence de cette différenciation qualitative institutionnalisée des marchés des vins de table peut-elle aboutir à des transferts d'offre vers les marchés des vins fins, et provoquer ainsi des transformations structurelles de la production et du marché.

PRIX ET QUALITÉ "SUBJECTIVE"

Compte tenu des caractéristiques spécifiques du vin (liquide miscible, grande variété des paramètres organoleptiques), l'ajustement qualitatif offre/demande s'est fait, pendant longtemps, sur des bases essentiellement subjectives, c'est-à-dire en fait sur la base de rapports de pouvoir entre des offreurs de vin (les viticulteurs, puis les coopératives) disposant de produits aux caractéristiques non codifiables, et des acheteurs de vin, supposés s'approvisionner sur la base des attentes du consommateur final. Dans ce contexte, bien qu'un prix de marché global puisse exister à chaque instant (lié à la confrontation globale offre-demande, au niveau des coûts de production, au pouvoir d'achat des consommateurs, etc.) l'établissement du prix pour chaque transaction individuelle, par rapport à ce prix de marché, résultait d'une négociation, d'un rapport de force entre vendeur et acheteur, par la médiation d'une pratique particulière: la dégustation. C'est ainsi que pendant plusieurs décennies, la vente du vin s'est faite "à la tasse".

Dans ces conditions, et en dehors de toute socialisation de critères permettant de rendre objective la qualité du produit ou même de définir les déterminants des rapports de négociation, il est vain de chercher à établir, au plan global, une relation prix-qualité sur le marché des vins de table. En fait, il semble bien que, pendant cette période, ce soit essentiellement le rapport de négociation entre vendeur et acheteur qui ait déterminé le niveau de prix, notamment sur la base des appréciations contradictoires et la dégustation du produit, en l'absence de toute convention de qualité (Eymard-Duvernay, 1989).

PRIX ET QUALITÉ "OBJECTIVE"

Cependant un autre critère de différenciation qualitative s'était imposé depuis plusieurs siècles, avant même qu'existe un marché intérieur national. On a montré le rôle qu'ont joué dans l'établissement et le développement des grands vignobles, les facilités d'acheminement du vin vers les centres de consommation (Bartoli, Boulet, 1989). Or avant le développement des chemins de fer au milieu du XIX^e siècle, "les seules voies de communication qui étaient praticables pour les marchandises étaient les voies maritimes et fluviales..., et seuls quelques vins d'excellente qualité et de bonne renommée pouvaient affronter ces voyages et les frais qu'ils occasionnaient" (Bonnes, 1954, p. 27). Lorsqu'il parle ainsi de

“l'excellente qualité”, Bonnes fait, en premier lieu, allusion au titre alcoolique des vins, qui a toujours été le principal facteur de leur stabilité et de leur conservation. Les “petits vins” (souvent d'un titre alcoolique inférieur à 8°) se conservaient peu de temps, se “piquaient” rapidement, et n'étaient donc pas acheminés à longue distance. De ce fait, ils ne participaient pas à la renommée des vignobles, et étaient plutôt destinés à l'autoconsommation des producteurs ou aux marchés locaux. C'est ainsi que, jusqu'à une période récente, “le degré alcoolique est considéré comme l'étalon général, de la qualité des vins” (Bonnes, 1956, p. 27).

Lorsque Dubos entreprend au début des années 60, la publication trimestrielle de *La situation du marché vinicole*, il est significatif de constater que le paragraphe traitant de l'évolution des cours du vin à la production en fonction de la qualité, concerne en fait le prix selon les tranches de degré alcoolique. La relation entre prix et degré est donc solidement établie. Et, de fait, le mécanisme de la vente au degré-hectolitre, malgré des tentatives répétées pour l'abolir, est toujours en vigueur en 1990. Sans entrer dans le détail de son fonctionnement, un peu différent selon les périodes étudiées (en fonction du contexte institutionnel du marché), on retiendra que la dispersion des prix au degré-hectolitre est plus ou moins importante selon l'offre relative de vins de degrés différents. Dans la mesure où la structure qualitative (au sens de degré moyen consommé) de la demande finale peut être estimée comme relativement constante d'une année sur l'autre, l'ajustement qualitatif (au sens de degré moyen de la récolte) de l'offre n'est pas spontané. C'est donc bien la rareté – c'est-à-dire la situation de pénurie relative de l'offre par rapport à la demande – qui provoque les variations de prix relatifs, et non pas directement – comme le suggérait Milhau – la possibilité pour le consommateur de pouvoir être plus ou moins exigeant sur la qualité selon le niveau des cours.

Si le primat du titre alcoolique dans le paiement du vin de table à la production est solidement établi, il est de plus en plus contesté (en paroles sinon en actes), étant contradictoire avec les tendances de la demande. Il est, à cet égard, indéniable que des efforts ont été faits pour la prise en compte d'autres variables dans la détermination du prix à la production. Elles se sont traduites, à des degrés inégaux, dans des codifications réglementaires.

PRIX ET DIFFÉRENCIATION RÉGLEMENTAIRE DES PRODUITS

Si l'on observe le fonctionnement du marché du vin de table depuis la mise en place du Statut viticole en 1931, on peut répertorier quatre périodes organisant la rémunération différentielle des vins de table en fonction de catégories qualitatives réglementaires définies :

- de 1919 à 1973: les vins à appellation d'origine simple,
- de 1964 à 1974: les vins "de l'article 26" (*sic*),
- depuis 1974: les vins de pays,
- en 1976-77: la prime à la qualité.

Seule la réglementation sur les vins de pays peut être prise en compte dans la période contemporaine, les trois autres ayant valeur de témoignage historique (cf. Bartoli et Boulet, 1989, p. 398 *et s.*).

Les vins de pays

C'est avec cette catégorie de produits que l'on se trouve véritablement en présence d'une diversification de l'offre de vins de table, aboutissant à la création d'un marché spécifique et permettant l'observation d'un mécanisme de formation des prix.

Lancés dans le cadre du Plan de rénovation viticole de 1973, les vins de pays incarnent l'objectif assigné à la viticulture méridionale pour sortir de la crise, c'est-à-dire "l'extraction" de la masse des vins de coupage, de vins personnalisés, consommables en l'état, d'une qualité suffisamment attractive pour freiner la baisse de la consommation, voire relancer celle-ci.

Du point de vue des débouchés, il est incontestable que le marché des vins de pays a connu un développement sensible. Au cours de la campagne 1988-89, ils représentent 25 % de l'ensemble des débouchés de vins de table rouge. On doit toutefois noter que l'objectif qui avait été fixé en 1973 par les instances administratives et professionnelles était de faire passer dans cette catégorie de produits en dix ans, un tiers environ de la production de vin de table: on est donc encore loin de cet objectif après quinze ans. En matière de prix, l'ambition était que les vins de pays se positionnent, à la production, 20 % au-dessus des vins de table: quel diagnostic peut-on faire aujourd'hui ?

Une difficulté méthodologique apparaît en la matière, qui soulève un problème de fond. Le principe même des vins de pays est de sélectionner au sein de l'offre globale des vins de table, à chaque campagne, les meilleurs d'entre eux, ou du moins ceux qui satisfont aux critères minima de qualité définis pour l'agrément en vins de pays. Le fait que ces volumes soient désormais isolés et suivis spécifiquement par les mercuriales, ne préjuge pas que auparavant, des volumes identiques, avec des critères de qualité comparables, aient pu être commercialisés à des prix identiques, mais non connus des mercuriales. Par ailleurs la réputation des vins de pays d'être des vins de table sélectionnés, peut avoir un effet dépressif – plus ou moins rapide et marqué – sur les autres vins de table.

On adoptera ici une position accordant un *a priori* favorable aux vins de pays, en considérant que l'évolution relative de leurs prix traduit la

rémunération d'un effet qualité. On ne dispose pas d'un indicateur continu sur la période, permettant de suivre un indice des prix des vins de pays, parallèle à l'indice des vins de table. On repérera les principales tendances à travers l'analyse qu'en donne l'Onivins, sur les dernières campagnes.

Récapitulant désormais les données de marché par campagne, il indique les prix moyens suivants au degré-hectolitre :

	Campagnes				
	1983-1984	1984-85	1985-86	1986-87	1987-88
Vins de table	17,05	17,68	18,73	18,46	18,60
Vins de pays	18,56	19,32	20,01	20,07	20,40
Ecart en %	8,9	9,3	6,8	8,7	9,7

En 1988 enfin, l'ONIVINS analyse la situation des vins de pays au cours de la campagne 1986-87, dans les termes suivants :

“Si l'on observe les cours, on constate que les vins de pays, lorsqu'ils ont été vendus comme tels, ont obtenu en moyenne, pour les vins rouges, des cours supérieurs de 10 % à ceux des autres vins de table, mais la plus value ainsi dégagée aurait été insuffisante pour compenser un surcoût de production (...). En se limitant à la première vente, l'étude ne permet pas de répondre à la question importante du positionnement des vins de pays dans la gamme des vins : vins de table supérieurs, position charnière entre les vins de table et les VQPRD, empiètement sur le marché des VQPRD (certains sont d'ailleurs devenus VDQS) ?” (ONIVINS, 1988, p. 6).

Cette question soulève en effet le problème majeur d'une logique d'offre, qui résulte beaucoup plus d'une logique administrative (par ailleurs subventionnée), que d'une adaptation de la production à des sollicitations de la demande. Cette analyse, complexe, ne sera pas conduite ici (cf. Bartoli, Boulet, 1989, p. 601 *et s.*). On retiendra simplement l'idée, particulièrement illustrée par cet exemple des vins de pays, que l'analyse des prix sur les marchés agricoles à la production doit être conduite avec prudence, dans ses tentatives d'interprétation notamment, et en tout état de cause, doit largement intégrer les données du cadre institutionnel qui les régit.

Les autres formes de différenciation qualitative

Indépendamment des éléments institutionnels de classement des produits selon une hiérarchie qualitative, les producteurs ont mis en œuvre différentes logiques de différenciation qualitative des vins de table, dont

on peut succinctement présenter les principaux déterminants. L'une concerne l'incorporation de valeur ajoutée au produit par des opérations d'élaboration plus poussées (préparation à la mise en bouteille), les deux autres concernent des choix de différenciation au niveau même du matériel végétal.

Les vins prêts à la mise en bouteille

L'incorporation de valeur ajoutée dans les produits commercialisés, par la prise en charge de fonctions techniques d'aval, constitue un objectif de la politique de renforcement du pouvoir économique des producteurs. Sur le marché à la production du vin de table en vrac, l'offre de vins prêts à la mise en bouteilles, représente la forme la plus élaborée du vin "matière première", en proposant un produit suffisamment stabilisé pour que le négoce n'ait plus qu'à assumer le conditionnement, en dehors de toute intervention œnologique. La possibilité pour le vendeur de fournir des lots de vins homogènes, assemblés à la demande de l'acheteur, renforce la valeur ajoutée du produit par le producteur.

Les vins de cépage

Un des axes de la politique de qualité en vins de table, repose sur l'introduction de cépages améliorateurs (pour l'essentiel il s'agit de cépages "importés" des vignobles d'AOC). Deux utilisations œnologiques peuvent être faites de ces cépages :

- soit ce sont des cépages de base, améliorateurs de cuvées par assemblages (ou base de mousseux, pour les cépages blancs),
- soit ce sont des cépages buvables en l'état, aboutissant à la commercialisation de vins de cépages purs (cépages Merlot, Cabernet Sauvignon, Sauvignon, Chardonnay).

Le développement des ventes au consommateur de vins de cépage (vin provenant d'un seul cépage) constitue depuis quelques années un des axes de segmentation du marché. Encore convient-il d'en apprécier l'ampleur réelle (*cf. infra*).

La couleur des vins

La production française de vins de table se répartit entre les rouges, les blancs et les rosés (représentant respectivement sur le marché des vins de table en vrac en 1988-89: 72, 18 et 10% des volumes commercialisés).

Les caractéristiques économiques de ces trois marchés, et notamment l'équilibre offre/demande, sont sensiblement différents. En schématisant

on peut dire qu'en France le marché des vins de table rouges est structurellement excédentaire et celui des blancs structurellement déficitaire (le marché des vins rosés est assez restreint et fluctuant, car la production de vins rosés résulte d'un choix de méthode de vinification, et non pas d'un choix de cépage).

Un des axes de différenciation qualitative de la production pour les producteurs de vins de table rouges, peut être la reconversion en cépages blancs, dont certains (les cépages nobles) sont très recherchés et bénéficient de prix élevés.

En tout état de cause l'analyse fine des prix à la production des vins de table en fonction de critères de différenciation qualitative, doit être conduite séparément par les vins blancs, rouges et rosés ; c'est ce que l'on s'attachera à faire dans ce qui suit.

Essai de mesure des déterminants qualitatifs du prix

Les données présentées ci-après résultent d'un traitement statistique du fichier informatisé des contrats d'achat à la production des vins de table (transactions en vrac, c'est-à-dire hors produits conditionnés), visés par l'ONIVINS (Aigrain, Boulet, Laporte, 1991).

La campagne étudiée est la campagne 1988-89, au cours de laquelle 41 800 contrats de vin rouge ont été enregistrés, pour un volume total de 14 millions d'hectolitres. La dispersion du prix du vin à la production est grande, au cours d'une campagne ; elle est, par hypothèse, sous la dépendance d'un ensemble de variables devant permettre de l'expliquer en partie (sachant qu'en raison du grand nombre de transactions observées, la dispersion du prix présente également un caractère aléatoire).

On se propose dans cette section, de chercher à expliquer la dispersion du prix du vin de table au cours d'une campagne en fonction des variables disponibles dans le fichier ONIVINS.

On posera, par hypothèse, que quatre catégories de variables peuvent "expliquer" les différences de prix observées :

- les variables décrivant la nature des produits (7 variables),
- les variables décrivant les opérateurs (4 variables),
- la dimension géographique : bassins de production (1 variable),
- la dimension temporelle : mois de la vente (1 variable) ; cette variable permet de tenir compte de l'évolution des prix moyens au cours de la campagne.

On utilisera pour mener à bien cette analyse deux méthodes statistiques permettant de mettre en oeuvre simultanément ces 13 variables, en tenant compte de leurs interrelations : d'une part, la méthode de segmentation quantitative, d'autre part la régression multiple pas à pas (Boulet, Pialot, Remondat, 1987).

On ne s'intéressera ici qu'au marché des vins de table rouge, que l'on observera dans le cadre de la campagne 1988-89.

Caractéristiques des prix des vins rouges au cours de la campagne 1988-89

– Prix moyen pondéré	20,40 F le °/hl 230,40 F l'hl
– Moyenne des prix des lots	19,72 F
– Ecart-type	3,09 F
– Coefficient de variation	0,16 F

Analyse par segmentation

Le premier constat est (graphique 7) que l'on explique, à la quatrième itération, 46,5 % de la variance de la variable expliquée (le F de Snedecor étant très largement supérieur au seuil de 1 %). Ce résultat peut être considéré comme très satisfaisant compte tenu du nombre élevé d'observations, et du nombre relativement restreint de variables dichotomisées.

La principale différenciation oppose les vins de pays aux vins de table, avec un écart de prix moyen de 16,8 % en faveur des premiers (mais il convient de noter que l'on travaille ici sur la moyenne des prix et non sur les prix moyens pondérés).

Pour les vins de table *stricto sensu*, une différenciation régionale apparaît nettement entre des vignobles assez marginaux (Armagnac, Tarn, Charentes, Pays Nantais, Val de Loire) où les vins sont assez mal valorisés, et les principaux bassins de production où l'on observe les prix moyens de la campagne.

Bien entendu cette opposition géographique peut recouvrir un grand nombre d'éléments structurels: terroirs, cépages, structures de production, organisation coopérative, circuits commerciaux, mode de diffusion du progrès technique, etc. Sans développer, retenons simplement que, traditionnellement, les vignobles périphériques sont réputés présenter des niveaux de prix plutôt faibles (alimentant les coupages spéculatifs du négoce).

Sur un autre plan, les caractéristiques particulières de cette campagne, qui a connu une hausse constante et soutenue des cours durant les douze mois, expliquent que la troisième itération de la segmentation fasse intervenir la période de vente comme variable de dichotomie. Mais on retrouve, pour les principaux bassins de production, comme élément majeur de différenciation de prix, la valeur ajoutée incorporée par la préparation des vins à la mise en bouteille. Mesurée en prix moyen pondéré, cette préparation apporte en moyenne un supplément de prix de 7 à

Graphique 7. Déterminants du prix des vins rouges (campagne 1988-89). Approche par la segmentation

% de la variance expliquée
Test de Fisher-Snedecor
(seuil à 1 %)

16,89
F : 4 250
(6,63)

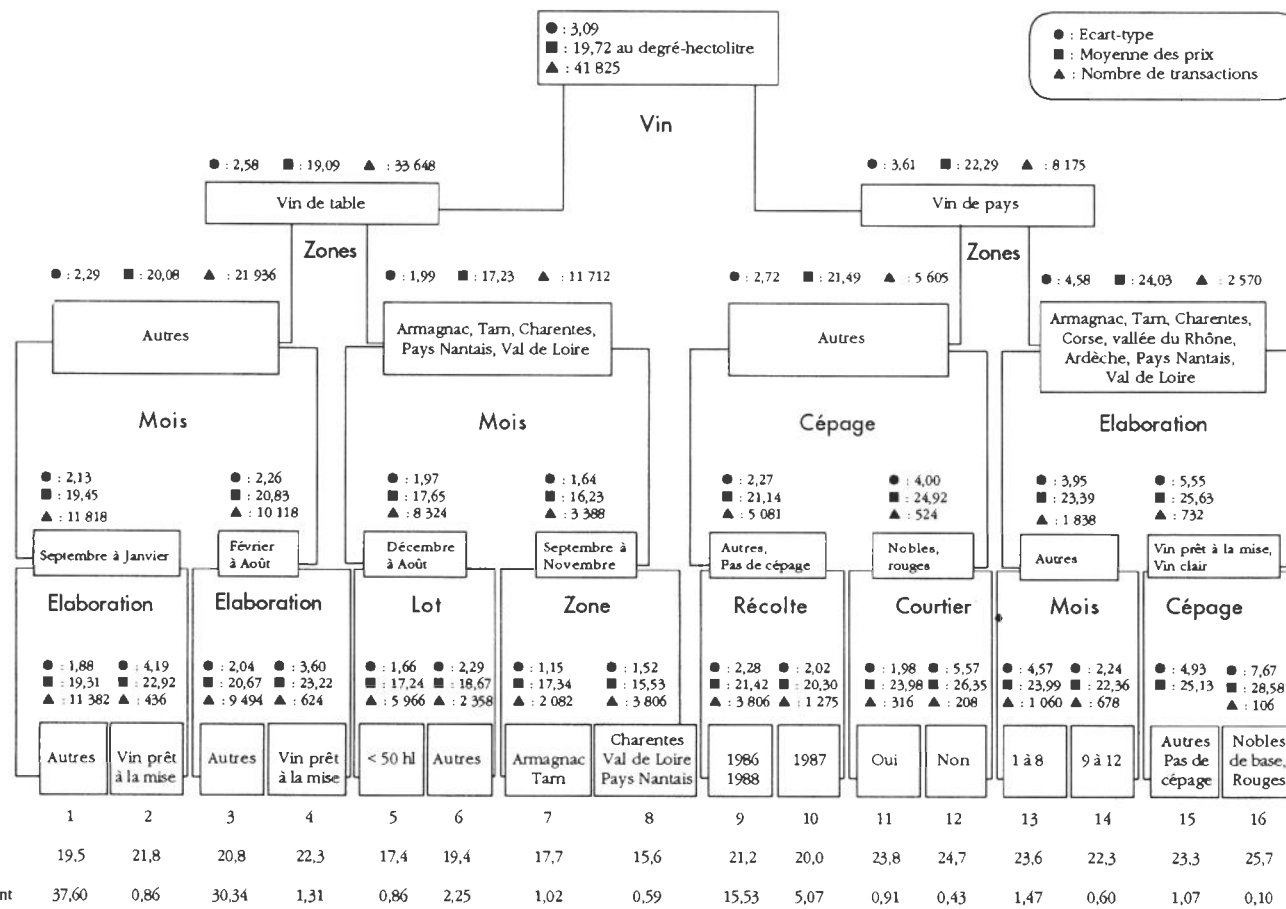
35,35
F : 3 812
(3,78)

41,59
F : 2 126
(2,60)

46,53
F : 1 212
(2,20)

Prix pondéré au degré-hectolitre
(moyenne générale = 20,4)

% du volume dans chaque segment
(total = 13 645 832 hl)



12 %, mais ne porte que sur 2% du marché global des vins rouges... Dans les régions plus marginales, on observe des ventes à prix bas en tout petits lots (ventes directes en cave par des petits producteurs).

Sur le marché des vins de pays on note qu'une différenciation géographique intervient en amont de toutes les autres et que, paradoxalement, elle recouvre (à peu de chose près) celle observée pour les vins de table, mais avec une relation au prix inverse: les régions où les vins de table sont mal valorisés obtiennent les prix les plus élevés pour les vins de pays et réciproquement. Parmi les explications possibles, on notera que les vins de pays de ces petits vignobles, plutôt septentrionaux, bénéficient du droit à la chaptalisation (enrichissement des vins par saccharose), pouvant apporter un supplément de prix lié à la richesse alcoolique des vins. En tout état de cause, les ventes de ces zones ne représentent que 3,5 % du marché total des vins de table.

Pour l'essentiel, les vins de pays ne présentent pas de différenciation qualitative autre que celle résultant de ce classement juridique. Les 20 % du marché qu'ils représentent (segments 9 et 10) se commercialisent entre 20 et 21 F le degré/hl soit entre 3 et 9 % plus chers que les vins de table *sensu stricto*. Mais certains vins de pays de "cépages" ont des niveaux de rémunération élevés, correspondant à une rente de rareté et de notoriété dont ils bénéficient face à certains segments de demande bien ciblés.

Analyse par régression multiple

Cette méthode permet, rappelons-le, de formaliser la relation entre une variable à expliquer, quantitative (en l'occurrence le prix au degré-hectolitre) et un ensemble de variables explicatives, qualitatives ou quantitatives.

L'analyse pour la campagne 1988-89 a abouti à la définition d'un polynôme à 7 termes variables d'équation générale ($Y = AX + BY + CZ + \dots + K$) et de degré quelconque, ainsi constitué:

		Variance marginale (en %)	F. de Snedecor (seuil : 2,80 à 0,01)
Terme constant : 16,64			
1 ^{er} terme variable:	+ 5,38 (vin de pays)	10,39	2 689
2 ^e " "	: + 2,18 (Languedoc-Roussillon, Bordelais, Sud-Est)	8,06	2 085
3 ^e " "	: + 2,31 (vin de cépage)	2,43	629
4 ^e " "	: + 1,25 (février à août)	4,24	1 097
5 ^e " "	: + 2,55 (vin prêt à la mise)	2,11	546
6 ^e " "	: - 4,07 (vin de pays) x (zones de 2 ^e terme)	4,78	1 237
7 ^e " "	: + 0,74 (vendeur: coopérative, union, autre)	0,36	93

Parmi l'ensemble des 13 variables introduites dans cette analyse, et candidates à l'explication du prix au degré-hl, 6 seulement sont utilisées dans cette formule, et toutes les modalités de ces 6 variables ne sont pas prises en compte : seules les modalités (ou groupes de modalités), des variables candidates, liées avec le prix, sont dans la formule du polynôme. Celui-ci peut faire intervenir comme terme une combinaison entre deux variables (c'est le cas du 6^e terme).

La formule obtenue explique 46,17% de la dispersion globale du prix, l'écart type résiduel (non expliqué par le polynôme) est de 2,22 F (écart type total : 3,09 F). Le terme constant (ici 16,64 F) représente le prix de base d'un lot de vin, lorsqu'aucune des variables prises en compte dans la formule du polynôme n'intervient. La moyenne de la variable à expliquer est, rappelons-le, de 19,72 F, son écart type : 3,09. Le terme constant représente 84,4% de cette moyenne.

On retrouve bien entendu le supplément de prix apporté par les vins de pays (apparaissant dès la première itération de la segmentation), et par la préparation à la mise en bouteille. Le rôle de la période de vente est important pour cette campagne, compte tenu de l'amplitude des prix moyens déjà soulignée. Le supplément de prix obtenu par les coopératives, unions et SICA, qui n'était pas apparu lors de la segmentation, est faible (4,5% du terme constant), mais intéressant à noter. Enfin le rôle de la région de production est à analyser avec attention. En tant que facteur pris isolément, la zone géographique regroupant les bassins de production : Languedoc-Roussillon, Corse, Bordelais, basse vallée du Rhône, Var, Ardéchois, Val de Loire et Pays nantais représente un supplément de prix moyen de 2,18 F. Par contre, en facteur associé avec la catégorie "vin de pays", il représente une réfaction moyenne de 4,07 F.

Concrètement cela signifie que le facteur "bassin de production" représente un "plus" de 2,18 F en moyenne, pour les transactions qui s'y réalisent, quels que soient les types de vin. Lorsqu'il s'agit de vins de pays, ceux-ci bénéficient, par ailleurs, d'un "plus" de 5,38 F (1er facteur). Mais, dans le cas de ventes de vins de pays dans les régions sus-dites, la formule appliquée est la suivante (les autres facteurs étant supposés ne pas intervenir) :

$$p = 16,64 + 5,38 + 2,18 - 4,07$$

c'est-à-dire que le supplément de prix pour les vins de pays n'est, dans ces zones, que de 3,49 F.

On constate ainsi que dans les régions Armagnac, Charentes, Tarn et vallée de la Loire, le prix moyen au degré/hectolitre des vins de table se "cale" sur 16,64 F en début de campagne et sur 17,90 F dans la deuxième moitié de campagne (la segmentation donne 17,23 F pour Armagnac, Tarn, Charentes, Vallée de la Loire), alors qu'il tendrait à se fixer respectivement à 18,80 F et 20,07 F dans le Languedoc-Roussillon, le Bordelais et le Sud-Est.

Mais *a contrario* dans les premières zones, les vins de pays sont aux environs de 22,00 F, et dans les secondes de 20,13 F seulement (tous autres facteurs exclus). On observe d'ailleurs que dans la segmentation (graphique 7), le Languedoc-Roussillon, le Bordelais et le Var sont pour les vins de pays à une moyenne de 21,49 F les autres zones étant à 24,03 F. On doit toutefois noter que la distinction entre les zones n'est pas exactement la même selon chacune des méthodes (la basse vallée du Rhône, la Corse et l'Ardèche se "déplaçant").

Ces analyses, présentées ici pour la campagne 1988-1989 sont actuellement poursuivies sur d'autres campagnes (de 1984-85 à 1990-91) afin de chercher à mettre en évidence les permanences structurelles (et leur déformation dans le temps) des marchés à la production.

CONCLUSION

Le marché des vins de table reste encore aujourd'hui essentiellement un marché de matière première, où la majorité des transactions se font toujours selon des critères analytiques quantitatifs (le degré/hectolitre), même si la logique de commercialisation de "vins consommables en l'état" – c'est-à-dire de produits finis ou semi-finis – se développe significativement.

Après une phase de fonctionnement libéral jusqu'aux années 30, le marché à la production des vins de table est administré depuis plus d'un demi-siècle. Les conditions de formation des prix à la production et d'écoulement de l'offre ont donc en permanence été arbitrées par les pouvoirs publics entre, d'une part, le respect des contraintes macro-économiques (contrôle des prix au détail, recul de la demande, équilibres budgétaires) et d'autre part, la maîtrise des tensions sociales dans la viticulture de vin de table.

Les contraintes structurelles nées du recul important de la demande et de la progression tendancielle de l'offre (malgré la disparition, à la fin des années 60, de la concurrence du vignoble colonial) impriment une baisse tendancielle des prix réels à la production. Cependant jusqu'au milieu des années 80, le mécanisme des distillations de soutien à des prix relativement rémunérateurs a permis de reculer l'optimum de la loi de King et d'encourager la productivité du vignoble.

Dans ce contexte, les incitations administratives à la différenciation qualitative de l'offre ont été nombreuses depuis le début des années 50. Pour l'essentiel, elles n'ont pas eu de résultats très significatifs en termes de différenciation des prix. On note en particulier que, malgré une progression importante de l'offre et de la demande de ces produits, les prix des vins de pays ne parviennent pas, quinze ans après leur création, à se démarquer nettement des prix des vins de table de coupage.

Cependant, grâce à la possibilité – nouvelle – de traiter statistiquement les données individuelles sur l'ensemble des transactions d'une campagne, l'analyse fait apparaître une certaine segmentation des marchés à la production, s'accompagnant d'une différenciation des prix. Celle-ci se manifeste lorsque la diversification de l'offre correspond à de véritables segments de demande: vins blancs, certains vins de cépages, vins personnalisés exploitant une rente de situation.

A cette différenciation des prix par la nature des produits, est associée une double typologie, d'une part des opérateurs (vendeurs, acheteurs et courtiers), d'autre part des bassins de production.

Dans un marché globalement en recul, il est vraisemblable que, dans les années à venir, les logiques de différenciation des produits, des producteurs, des bassins de production et de segmentation du marché, seront les axes majeurs de la dynamique du marché des vins de table à la production.

Si l'analyse des déterminants du prix du vin de table sur la longue période doit se centrer principalement sur les dispositifs institutionnels qui assurent la régulation de ce marché (et en premier lieu la PAC), l'interprétation des facteurs de dispersion des prix dans le cadre de la campagne doit également intégrer les éléments d'ajustement qualitatif offre/demande, par référence aux conventions de qualité, cadre structurel de formation des prix dans le court terme.

Pour autant, il n'est pas encore clairement démontré que la politique de reconversion qualitative d'une partie de la production de vin de table, en direction des marchés des vins fins (d'appellation ou de marque), aboutisse en longue période. Cette politique devrait être analysée en relation avec la logique de segmentation de la demande, ce qui suppose une approche fine des comportements de consommation.

BIBLIOGRAPHIE

- AIGRAIN (P.), BOULET (D.), LAPORTE (J.-P.), 1991 — L'analyse des marchés des vins de table et de pays à la production, Analyse statistique des contrats d'achat. Campagne 1987-88 et 1988-89, Montpellier: INRA-ESR, 170 p.
- AUGÉ-LARIBÉ (M.), 1907 — *Le problème agraire du socialisme: la viticulture industrielle du Midi de la France*, Paris, Giard et Brière, 362 p.
- BADOUIN (R.), 1953 — Analyse économique et détermination du prix du vin, CRPEE, *Bulletin trimestriel*, 3, 115-157.

- BARTHE (R.), 1966 — Economie et politique viticoles de la France 1950-1965, thèse de sciences économiques, Université de Montpellier, 281 p.
- BARTOLI (P.), BOULET (D.), 1989 — Dynamique et régulation de la sphère agro-alimentaire: l'exemple viticole, thèse de sciences économiques, Montpellier, 3 vol., 910 p. + annexes.
- BONNES (R.), 1954 — Les principaux aspects du problème de la qualité en matière viticole, thèse de droit, Montpellier, 209 p.
- BOULET (D.), PIALOT (D.), REMONDAT (M.), 1987 — Les mutations du négoce du vin: approche économique par l'analyse des données, Montpellier, INRA ESR, 110 p.
- DARMON (D.), 1983 — La consommation des ménages à moyen terme: réestimation sur les données récentes des modèles de consommation et projection à 1990, *Archives et documents*, 92, 176 p.
- DUBOS (J.), 1966 — L'articulation et la mesure des variables qui influencent le marché vinicole et leur utilisation à la prévision, Montpellier, INRA ESR, 42 p.
- EREV (équipe composée de P. BARTOLI, D. BOULET, P. LACOMBE, R. LI-FRAN, E. MONTAIGNE), 1987 — *L'économie viticole française*, Paris, INRA, 314 p.
- EYMARD-DUVERNAY (F.), 1989 — Conventions de qualité et formes de coordination, *Revue économique*, n° 2, mars, pp. 329-359.
- MILHAU (J.), 1935 — Etude économétrique du prix du vin en France, thèse, Montpellier, Causse, Graille et Castelnaud, 88 p.
- ONIVINS, 1988 — Vins de pays: Rétrospective de la campagne 1986-87, Note d'information, 50.
- TERRAZA (M.), 1981 — Economie des processus aléatoires: le cas du marché français des vins de consommation courante, thèse de sciences économiques, Montpellier, 3 vol., e.a., 1000 p.