



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.

LE VIGNERON CHAMPENOIS DANS SA FILIÈRE. ÉTAT DES LIEUX, ÉVOLUTIONS ET ENJEUX ÉCONOMIQUES

Aurélie Ringeval-Deluze

Société française d'économie rurale | « Économie rurale »

2019/2 n° 368 | pages 95 à 105

ISSN 0013-0559

Article disponible en ligne à l'adresse :

<https://www.cairn.info/revue-economie-rurale-2019-2-page-95.htm>

Distribution électronique Cairn.info pour Société française d'économie rurale.

© Société française d'économie rurale. Tous droits réservés pour tous pays.



Le vigneron champenois dans sa filière. État des lieux, évolutions et enjeux économiques

Growers in the champagne industry: State of play, evolutions, and economic issues

Aurélie Ringeval-Deluze



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/economierurale/6795>

DOI : 10.4000/economierurale.6795

ISSN : 2105-2581

Éditeur

Société Française d'Économie Rurale (SFER)

Édition imprimée

Date de publication : 30 juin 2019

Pagination : 95-105

ISSN : 0013-0559

Distribution électronique Cairn



CHERCHER, REPÉRER, AVANCER.

Référence électronique

Aurélie Ringeval-Deluze, « Le vigneron champenois dans sa filière. État des lieux, évolutions et enjeux économiques », *Économie rurale* [En ligne], 368 | Avril-juin 2019, mis en ligne le 01 janvier 2021, consulté le 05 juillet 2019. URL : <http://journals.openedition.org/economierurale/6795> ; DOI : 10.4000/economierurale.6795

© Tous droits réservés

Le vigneron champenois dans sa filière État des lieux, évolutions et enjeux économiques

Aurélie RINGEVAL-DELUZE • Université de Reims Champagne-Ardenne
Laboratoire REGARDS (EA 6292)
aurelie.ringeval-deluze@univ-reims.fr

Malgré des performances économiques passées hors normes, la filière champagne n'a pas profité du dynamisme du marché des vins effervescents de ces dix dernières années. Dans un contexte concurrentiel qui s'est fortement durci, les expéditions de champagne en volume ne progressent plus et les vigneron sont les plus touchés par cette situation. La rentabilité économique de ces derniers est menacée à la fois par le ralentissement de leurs expéditions en aval de la filière, mais également par une diminution de leurs marges d'exploitation du fait de la baisse des rendements à la vendange et, enfin, par l'intensité capitalistique croissante du secteur due à la forte hausse du prix du foncier et de la valeur des stocks. Cette situation nouvelle pose la question de l'évolution de leur modèle économique.

MOTS-CLÉS : vigneron champenois, rentabilité, compétitivité

Growers in the champagne industry: State of play, evolutions, and economic issues

Despite outstanding economic performances in the past, the champagne industry has not benefited from the dynamism of the sparkling wine market over the last ten years. In a much tougher competitive context, champagne sales have been slowing down in volume, and the growers are those most impacted by this situation. Their economic profitability is threatened by the slowdown in sales downstream in the industry, but also by a decrease in their operating margin due to the combination of lower yields at harvest and a growing capital intensity in the sector resulting from large increases in land prices and inventory value. This new situation implies a necessary evolution of their economic model. (JEL: R30, R32, R39)

KEYWORDS: champagne growers, profitability, competitiveness

La filière du champagne est composée des vignerons qui produisent une grande partie du raisin, d'une part, et des maisons qui produisent et expédient la majorité des vins de Champagne, d'autre part. Les règles et pratiques qui structurent cette filière ont subi des évolutions majeures au cours de la seconde moitié du XX^e siècle. Ce sont les vignerons qui ont le plus bénéficié de ces changements, notamment du fait de la part grandissante qu'ils ont prise dans la vinification et les expéditions de champagne à destination de la France et de l'export. Cependant, ils sont aussi ceux qui aujourd'hui souffrent le plus des nouvelles

tendances apparues à la suite de la crise de 2008. Notre propos concerne l'impact des évolutions récentes sur le modèle économique des vignerons champenois. Nous faisons l'hypothèse d'une compétitivité en baisse et d'une rentabilité économique menacée. Or rappelons qu'historiquement l'agriculture, et plus généralement l'industrie agroalimentaire dans laquelle s'inscrit la vitiviniculture, constitue l'un des points forts de l'économie française. L'ensemble des filières vitivinicoles contribue ainsi en grande partie au solde commercial positif de l'alimentaire français. Pourtant, depuis le début des années 1990, le poids en

volume de la vitiviniculture française et européenne, traditionnellement très important, n'a cessé de décroître sur le marché international, face à la montée des vins dits du « Nouveau monde »¹ (Californie, Australie, Argentine, etc.) (Scotti et Valli, 2014). Cette évolution indique que la concurrence sectorielle s'est intensifiée et que les nouveaux pays producteurs seraient plus compétitifs que les pays traditionnels tels que la France.

Selon Scotti et Valli (2014), on mesure la compétitivité d'agents économiques à leur capacité à produire et vendre des biens ou des services sur un marché donné de telle sorte que la demande préfère leur offre à celle des concurrents. Le but de la compétitivité est donc de consolider, voire d'augmenter sa part de marché tout en maintenant un niveau de rentabilité² permettant de pérenniser son activité. Ainsi, sur un marché en croissance, un agent sera qualifié de compétitif si son chiffre d'affaires progresse plus rapidement que le chiffre d'affaires de l'ensemble du marché, faisant donc mécaniquement augmenter sa part du marché en question. À l'inverse, sur un marché en déclin, il s'agit d'enregistrer une

baisse inférieure à celle de l'ensemble du marché. En la matière, les grands chiffres qui caractérisent la filière du champagne sont parlants. En effet, après avoir longtemps enregistré des performances économiques supérieures à celles des autres régions vitivinicoles françaises, la filière du champagne rencontre plus de difficultés à suite de la crise de 2008, avec des expéditions en volume près de 10 % inférieures en 2017 à celles de 2007³. Cette évolution est d'autant plus inquiétante qu'au cours de la même période le marché des vins effervescents a progressé de plus de 21 % en volume (FranceAgriMer, 2016), créant une dynamique dont les producteurs champenois ne bénéficient pas. Au sein des différentes catégories de producteurs, les vignerons sont les plus touchés, avec un recul de 27 % de leurs expéditions en volume en 10 ans et de 19 % en valeur hors inflation. À cela s'ajoute le recul de leurs revenus liés à la production de raisin, avec des rendements moyens tendanciellement en baisse sur la période. Troisième élément sensible, l'évolution fortement haussière du prix du foncier viticole en appellation et du volume des stocks menace la rentabilité des exploitations champenoises.

Remise en cause de la compétitivité de la filière Champagne

1. Une filière longtemps compétitive

À la seconde place au niveau de la production et de la consommation en volume, la France est un acteur majeur du marché mondial du vin, malgré la baisse constante de son poids dans les échanges mondiaux, divisé par 2 au cours des 30 dernières années, pour atteindre 15 % en volume en 2017 (OIV, 2018). Pourtant, la France reste de loin le premier exportateur de vin en valeur

1. Ou du « Nouveau Monde », à savoir les pays nouvellement producteurs, ou à nouveau producteurs, qu'il s'agisse d'acteurs de premier rang à vocation mondiale car dotés d'un fort potentiel (Chine, Inde, Brésil) ou d'acteurs de second rang à vocation locale et régionale tels que certains pays de l'Europe de l'Est (Bulgarie, Géorgie, Hongrie, Ukraine) ou encore les pays du pourtour méditerranéen (Algérie, Liban, Maroc, Tunisie, Turquie).

2. La rentabilité est un indicateur utilisé pour évaluer individuellement la performance des entreprises. On peut la définir comme le rapport entre les revenus d'une entreprise donnée et les sommes mobilisées pour les obtenir. Elle se distingue de la compétitivité du fait que cette dernière est évaluée en comparant l'évolution de l'activité économique d'une entreprise par rapport à celle des autres entreprises d'un même secteur. Autrement dit, la rentabilité est un indicateur économique individuel alors que la compétitivité constitue un indicateur relatif qui permet d'évaluer une entreprise par rapport à ses concurrents directs.

3. Sauf précision contraire, l'ensemble des chiffres utilisés provient d'une compilation personnelle de chiffres issus du Comité interprofessionnel du vin de Champagne (CIVC).

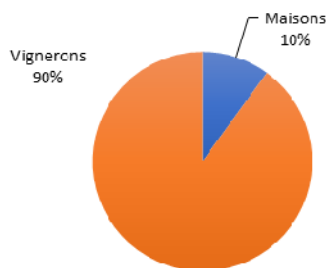
avec 30 % de parts de marché en 2017. Au sein des différentes régions viticoles françaises, la Champagne se distingue par sa contribution importante à ce succès : elle rassemble 33 % des exportations françaises de vin en valeur en 2017, pour seulement 4 % des superficies viticoles françaises.

D'après le CIVC, il existe 15 970 exploitations viticoles en Champagne en 2018, dont 135 exploitations liées à des coopératives et 349 exploitations appartenant à des négociants (ou maisons), soit 15 486 exploitations viticoles théoriquement rattachées à des vigneron⁴. En amont de la filière, les vignerons possèdent 90 % des superficies en production, contre 10 % pour les maisons. En aval, les maisons réalisent 72 % des expéditions en volume (77 % en valeur), contre 19 % pour les vignerons (15 % en valeur) et 9 % pour les coopératives (7 % en valeur). Ce rapport inversé entre le poids des vignerons au niveau de la production du raisin et la part qu'ils représentent dans les expéditions en volume (cf. *graphiques 1 et 2*) est à l'origine d'un marché interne à la filière (approvisionnement des maisons en matière première) très dynamique (Deluze, 2010). Précisons que de nombreuses exploitations viticoles sont en réalité de taille très modeste (56,6 % de l'ensemble des exploitations viticoles sont inférieures à 1 ha) et appartiennent à des exploitants qui sont double-actifs, la viticulture ne constituant pas leur activité professionnelle principale. Au total, la Champagne compte 4 272 récoltants expéditeurs (28 % de l'ensemble des vignerons), dont 1 819 récoltants manipulant⁵ (43 % des expéditeurs) et 2 453 récoltants coopérateurs (57 %).

4. Les statistiques officielles ne permettent pas de fournir un chiffre exact des exploitations appartenant à des viticulteurs/vignerons, plusieurs structures cohabitent parfois sur la même exploitation.

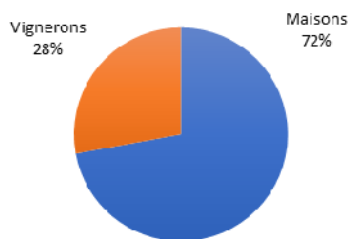
5. Par opposition aux récoltants coopérateurs, les récoltants manipulant possèdent leurs propres infrastructures de vinification.

Graphique 1. Répartition du vignoble champenois



Source : d'après chiffres CIVC.

Graphique 2. Répartition des expéditions de champagne en volume



Source : d'après chiffres CIVC.

En Champagne, le potentiel de profit à l'hectare se situait en 2015 entre 16 014 et 19 819 euros selon le type d'exploitation (CDER, 2017). Outre son poids important au niveau national évoqué précédemment, la production vitivinicole champenoise représente plus du quart de la richesse produite dans le secteur agroalimentaire de la région Grand Est, contre respectivement 10 % et 4 % en Occitanie ou en Nouvelle-Aquitaine (Insee, 2017). Autre élément significatif : entre 2000 et 2010, le vignoble français a diminué d'environ 17 %, quand le vignoble champenois progressait dans le

même temps de 9 %⁶. L'année 2018 était une année record du chiffre d'affaires de la filière champagne avec 4,9 milliards d'euros (HT). Le champagne, c'est également 30 000 emplois directs permanents, auxquels s'ajoutent 120 000 emplois saisonniers au moment de la vendange. Enfin, la région a attiré 7,3 millions de touristes en 2017 pour 14,8 millions de nuitées et des retombées économiques estimées à 630 millions d'euros, selon l'observatoire régional du tourisme de la Champagne et de l'Ardenne (2018).

2. Les ventes de champagne moins dynamiques que celles des autres vins effervescents

Les différents éléments chiffrés avancés dans la section précédente témoignent d'une compétitivité supérieure de la filière et des acteurs qui la composent par rapport aux autres régions vitivinicoles françaises. Pourtant, malgré les chiffres en apparence très positifs évoqués précédemment, certaines évolutions témoignent d'une tendance moins favorable à la filière champenoise. Si celle-ci a pu bénéficier en partie d'un engouement récent et généralisé pour les vins effervescents au niveau mondial, il semble que globalement ce sont les autres catégories de vins effervescents qui alimentent cette demande nouvelle⁷. Parmi les différentes catégories de vins identifiables dans la nomenclature douanière, les vins effervescents enregistrent la plus forte progression à la fois en volume et en valeur sur les dernières années, avec une production mondiale qui atteignait en 2015 près de 18 millions d'hl, soit l'équivalent de 2,5 milliards de bouteilles de 75 cl (FranceAgriMer, 2016). Cela représente 7 % de la production mondiale de

vin, contre 5 % il y a 10 ans, pour une progression de 80 % en volume sur la période (contre une progression de 1,7 % en volume pour le champagne). À titre de comparaison, entre 2005 et 2015 les exportations italiennes de vins effervescents ont progressé de 216 % et les exportations espagnoles de 55 % (FranceAgriMer, 2016). Sur la même période, les exportations en volume de l'ensemble des vins effervescents français progressaient de 32 % et celles de Champagne de 16,5 % (FranceAgriMer, 2016). Si ces évolutions impressionnantes semblent de nature à remettre en cause la place dominante du champagne sur le marché mondial des vins effervescents, notons que celui-ci représentait encore en 2015 : 13 % des volumes consommés, 15 % des volumes exportés et, surtout, 55 % du chiffre d'affaires des échanges internationaux de vins effervescents (FranceAgriMer, 2016). Ces deux derniers chiffres étaient respectivement de 24 % et 67 % il y a 10 ans (FranceAgriMer, 2016). Ainsi, s'il y a bien un engouement croissant pour les vins effervescents dans le monde, il bénéficie surtout aux effervescents autres que le champagne, et en premier lieu aux mousseux italiens et espagnols.

Pour mieux comprendre cette situation, *La Revue du Vin de France* a récemment interrogé cinq producteurs de champagne différents (Poels *et al.*, 2017). Une première explication aux évolutions récentes avancée par les répondants concerne les champagnes d'entrée de gamme, qui seraient responsables de la situation en brouillant l'image de l'appellation. L'existence de champagnes vendus à très bas prix et qui font régulièrement l'objet de promotions (autour de 10 euros TTC la bouteille, parfois moins) serait favorisée par la baisse des ventes due à la montée des autres vins effervescents, indépendamment de leur qualité. Une autre explication évoquée porte sur les coûts de production très élevés du champagne qui diminuent

6. Les filières en difficultés ont bénéficié des aides européennes à l'arrachage de vignes sur la période, non compensé par les plantations nouvelles.

7. Comme le Prosecco pour l'Italie ou le cava pour l'Espagne.

la capacité des acteurs à communiquer et promouvoir leurs produits. Il est vrai que le kilo de raisin coûtait en moyenne 6,08 euros en 2015, et jusqu'à près de 7 euros le kilo dans les grands crus (CDER, 2017). Sachant qu'il faut 1,154 kg de raisin par bouteille⁸ et qu'au prix de la matière première il convient d'ajouter les matières sèches (bouteille, étiquette, bouchons, etc.), les coûts de vinification, le vieillissement en cave, l'étiquetage et la commercialisation. Ainsi, le prix de revient moyen d'une bouteille de champagne produite par un vigneron (donc avec un coût de la matière première réduit du fait de l'autoapprovisionnement) s'élevait à 8,93 euros en 2015 (CDER, 2017). À notre connaissance, aucune donnée chiffrée récente n'existe pour permettre une comparaison avec les coûts de revient des champagnes de négociants, qui doivent acheter la majorité (et dans certains cas la totalité) de leur approvisionnement en matière première. Il est toutefois possible de les estimer à plus de 13 euros HT/bouteille, hors frais de structure et de communication⁹, sachant que le prix moyen d'une bouteille de champagne vendue par une maison en 2017 était d'environ 17 euros HT départ cave.

Pour autant, faut-il conclure d'une perte claire et irréversible de compétitivité des expéditeurs champenois sur la scène internationale ? Si les vins effervescents sont de moins en moins réservés à une élite de consommateurs connaisseurs et fortunés et élargissent au contraire leur

base de consommation, cela peut à terme se traduire par un potentiel de nouveaux consommateurs de champagne. À mesure que des jeunes générations s'initient aux bulles et voient leur pouvoir d'achat augmenter au fil de leur évolution professionnelle, ils finissent par s'intéresser au champagne qui constitue encore aujourd'hui la « crème de la crème » des effervescents. En effet, avec une aire de production limitée à 35 000 hectares, la Champagne n'a pas vocation à couvrir tout le marché et à accompagner sa forte progression en volume. La seule issue est donc la valorisation permanente de la production pour garder et consolider cette position élitiste. En témoigne la stagnation depuis quelques années des expéditions en volume, accompagnée d'une succession de chiffres d'affaires records.

Focus sur la situation des vignerons champenois

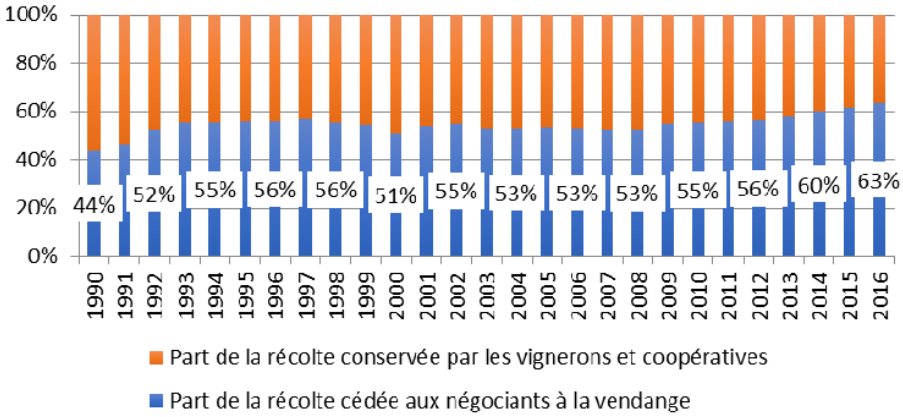
1. Évolution des ventes de champagne par les vignerons

Des différentes catégories d'acteurs qui composent la filière du Champagne, ce sont les vignerons qui accusent le recul le plus important de leurs expéditions entre 2008 et 2017, à la fois en volume (-27 %) et en valeur (-19 % hors inflation). Pourtant, par le passé leur poids dans les expéditions totales de champagne était tendanciellement à la hausse. De 1970 à 2007, les expéditions des vignerons ont été multipliées par 2,9, pour atteindre 77,49 millions d'équivalent-bouteilles de 75 cl. En réalité, leur part dans les expéditions totales de champagne a connu d'importantes fluctuations entre 1970 et aujourd'hui. Dans la décennie des années 1970, elle était en moyenne de 30,3 % des volumes totaux de champagne expédiés, puis de 33,3 % dans la décennie des années 1980, témoignant du succès de ces champagnes auprès des consommateurs, notamment français (94 % des volumes vendus par les

8. D'après les services techniques du CIVC.

9. Estimation du coût de revient d'une bouteille de champagne pour un négociant (en euros par bouteille) : 6,08x1,154 (raisin) + 1,59 (financement de stock) + 0,42 (pressurage et vinification) + 0,71 (tirage en bouteille) + 3,59 (champagnisation et commercialisation). Calcul réalisé à partir des éléments comptables publiés par le CDER qui s'appliquent aux vignerons de leur échantillon, dans l'hypothèse où le négociant doit acheter la totalité de son approvisionnement en raisin auprès de vignerons.

Graphique 3. Évolution de la répartition de la récolte des vignerons champenois



Source : d'après les chiffres CIVC.

vignerons en moyenne sur la période). Au cours de la décennie de 1990 à 1999, la part des vignerons dans le total des expéditions de champagne a baissé à 26,2 %, puis à 24,1 % au cours des années 2000 et, enfin, à 20,8 % en moyenne depuis 2010. Cette baisse s'est accélérée du fait de la forte diminution de leurs ventes en France (-31 % entre 2008 et 2017), non compensée par le développement de l'export. En 2017, celui-ci ne représentait encore que 13 % de leurs expéditions (contre 1,8 % en 1970).

Le nombre de vignerons expéditeurs a également reculé de 11 % en 10 ans, pour atteindre 4 153 en 2018. En moyenne, cela équivalait à l'arrêt de l'expédition de champagne pour 62 vignerons chaque année depuis dix ans. Toutes les catégories de vignerons champenois sont touchées par cette évolution, pourtant le nombre de récoltants coopérateurs recule moins vite (-9 % sur la période) que celui des récoltants manipulant (-10 %). Les coopérateurs représentaient 57 % de l'ensemble des vignerons expéditeurs de champagne en 2018. Le succès de ce statut s'explique par la diminution des coûts qu'il engendre, notamment au niveau des investissements

qui sont ainsi mutualisés, soulevant l'épineuse question de la rentabilité des exploitations indépendantes. Un rapport de l'Insee atteste en effet d'une rentabilité économique¹⁰ de la filière similaire à celle des autres activités industrielles de la région (12 %), malgré un taux de marge supérieur (Insee, 2017). Le rapport indique que « cette rentabilité modérée est caractéristique de la production vinicole, qui nécessite d'importants moyens de production, mesurés par le rapport entre les immobilisations et le volume de travail utilisés (intensité capitaliste) » (Insee, 2017). Ainsi, la production de champagne requiert une forte intensité capitaliste en lien avec le cahier des charges de l'AOC, difficilement supportable pour de petites structures, ce qui explique le désengagement progressif des expéditions de champagne opéré par les vignerons. À l'inverse, ceux-ci recherchent de plus en plus des revenus immédiats, en témoigne la part croissante de la récolte cédée aux négociants dès la

10. La rentabilité économique signifie ici la rentabilité de l'exploitation indépendamment du mode de financement de l'entreprise.

vendange, passée de 44 % en 1990 à 63 % en 2016 (*graphique 3*).

Face au manque d'éléments chiffrés concernant la rentabilité en Champagne, nous nous concentrerons sur les prix moyens de vente comme indicateur de la capacité des acteurs à dégager du profit. Les prix pratiqués par les vignerons sont systématiquement très inférieurs à ceux de la moyenne des expéditions de champagne, tous opérateurs confondus. Cet écart s'est légèrement réduit entre la décennie des années 2000 et la période 2010 à 2017, passant de -19 % à -18,5 %. Quand les vignerons vendent leur champagne en moyenne à 12,98 euros HT départ caves en 2017, le prix moyen tous opérateurs confondus atteint 15,94 euros. C'est sur la France que cet écart est le plus faible, à -7,6 %, contre -12,5 % pour les expéditions à destination de l'Union européenne et -15,7 % pour les expéditions à destination des pays hors Europe. Une lecture simple de cette situation consisterait à dire que, face à l'atonie du marché français, les vignerons tentent de développer leurs ventes à l'export, mais sans pour autant réussir à valoriser comme savent le faire les maisons. Le manque de notoriété de marque et le manque de personnel formé pour le commerce international peuvent expliquer cette situation, qui est d'autant plus préoccupante qu'elle s'inscrit dans un ensemble d'autres évolutions qui impactent négativement le revenu des vignerons champenois.

2. Les revenus des vignerons menacés également en amont de la filière

En amont de la filière, les vignerons doivent aussi faire face à deux phénomènes majeurs impliquant la baisse de la rentabilité de leur activité viticole, à savoir la baisse des rendements à la récolte associée à des niveaux de stock très élevés, d'une part, et la forte hausse du prix du foncier viticole depuis 25 ans, d'autre part.

Depuis la vendange 2007, les rendements maximums autorisés en appellation champagne ont été revus à la hausse. Le cahier des charges de l'AOC champagne prévoit un rendement maximum de 12 400 kg/ha pour la partie disponible (contre 10 400 kg/ha auparavant) et de 15 500 kg/ha pour la partie bloquée (contre 13 000 kg/ha auparavant), c'est-à-dire les volumes récoltés qui vont alimenter la réserve individuelle de chaque exploitant et ne peuvent faire l'objet de transaction sans décision collective de l'interprofession. Ces niveaux de rendements sont élevés, respectivement équivalents à 80 hl/ha pour le rendement de base et 100 hl/ha environ pour le rendement maximum, très au-dessus de ce qui se pratique dans les autres régions viticoles françaises¹¹. Le relèvement des plafonds en 2007 est survenu dans un contexte de tensions importantes sur le marché interne à la filière champagne, du fait d'une augmentation plus rapide des expéditions que de la production depuis le début des années 2000. Or, malgré le retournement économique de 2008, les Champenois n'ont pas revu à la baisse leurs rendements immédiatement, par conséquent la production a dépassé durablement les expéditions. Entre 2008 et 2017, la moyenne des expéditions annuelles s'élevait à 310,5 millions de bouteilles, contre une moyenne de production de l'équivalent de 328,5 millions de bouteilles. En d'autres termes, ce sont près de 18 millions de bouteilles supplémentaires qui ont alimenté les stocks chaque année, soit près de 180 millions de bouteilles en plus en stock en 10 ans. Finalement, le niveau de stock en Champagne est aujourd'hui très élevé, à environ 1,366 milliard de bouteilles à fin 2017, soit 4,4 années d'expéditions

11. Les rendements élevés en Champagne sont liés au processus de production très différent de celui des vins tranquilles, largement majoritaires dans les autres régions viticoles françaises.

conservées en cave (contre 3,9 en moyenne sur 10 ans).

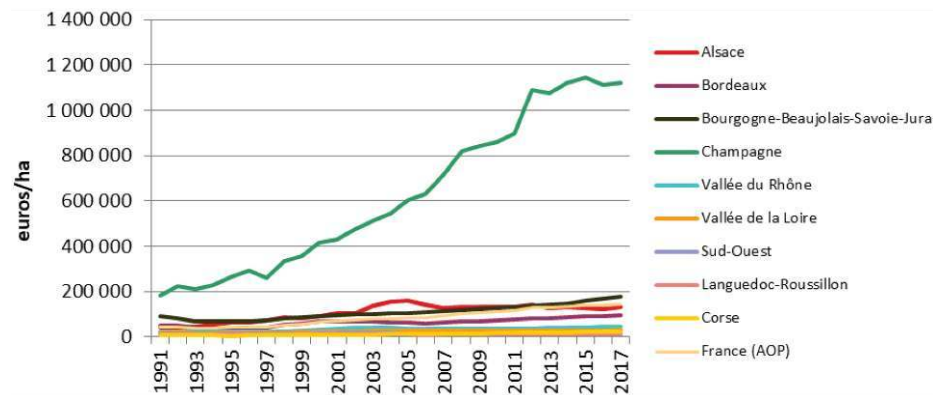
Jamais un tel niveau de stock n'avait été atteint en Champagne, expliquant les décisions de rendements tendancielllement plus bas ces dernières années par l'interprofession (en moyenne 10 900 kg/ha pour la période 2010-2017, contre 12 580 kg/ha pour la décennie des années 2000). Le rendement pour la vendange 2018 était fixé à 10 800 kg/ha, identique à celui de 2017. Il est fort probable que cette tendance à la modération des rendements se poursuive, étant donné le niveau élevé des stocks et l'atonie des expéditions. Cela pose le problème de la rentabilité à l'hectare pour les vignerons qui vendent leurs raisins à la vendange, sachant que presque tous les vignerons sont concernés par cette activité, bien que dans des proportions variables d'une exploitation à l'autre, et que la vente de raisin est souvent largement majoritaire dans leurs revenus. C'est particulièrement visible pour la catégorie des viticulteurs qui ne font que de la vente au kilo et dont le résultat net a chuté de 19 358 euros/ha en 2015 à 12 578 euros/ha en 2016, soit une baisse de 35 % (CDER, 2017). Tout porte à croire que cette situation va durer, à moins d'une forte reprise (peu probable)

des expéditions à court terme. C'est d'autant plus préoccupant que de nombreux exploitants se sont installés au cours de ces dix dernières années dans le cadre de la reprise d'exploitations familiales et qu'ils ont souvent dû emprunter à leur banque pour renouveler leur matériel de production et/ou financer la transmission de leur exploitation. Conformément à la situation des années 2000, les banques se sont longtemps appuyées sur des scénarii de revenus à la vendange de 12 000 kg/ha (soit un ratio prudent comparé aux rendements réels de la décennie passée), alors même que de tels niveaux ne seront probablement plus atteints avant des années.

Enfin, la rentabilité en amont de la filière est très largement limitée par l'évolution spectaculaire du prix du foncier viticole en appellation champagne, qui a progressé de 514 % au cours de ces 25 dernières années, atteignant 1 113 500 euros par hectare en 2016, d'après les chiffres publiés sur le site de la SAFER. Il s'agit d'une situation tout à fait unique en France (*graphique 4*).

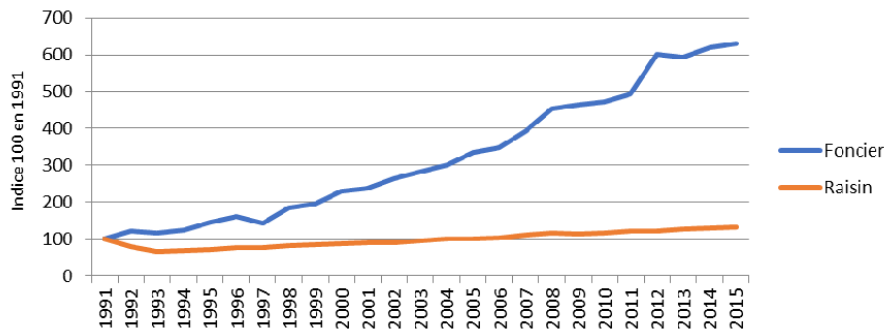
Rappelons que la rentabilité économique peut être définie comme le rapport entre le revenu d'une entreprise donnée et les sommes mobilisées pour l'obtenir. L'évolution fortement haussière du prix du

Graphique 4. Évolution du prix du foncier viticole en AOC



Source : d'après les chiffres SAFER.

Graphique 5. Évolution comparée du prix du foncier viticole et du raisin en AOC Champagne



Sources : d'après chiffres SAFER et CDER.

foncier viticole champenois renforce donc le problème de la rentabilité à l'hectare évoqué précédemment, puisque celui-ci a progressé beaucoup plus fortement sur la période que le prix du raisin (graphique 5). Ainsi, le prix du raisin est passé d'une base 100 en 1991 à 131 en 2016, contre 630 pour le prix du foncier, soit une progression près de 5 fois plus rapide pour les vignes (outil de production) que pour le raisin (résultat de la production).

À ces soucis de rentabilité en baisse, il convient d'ajouter au moins deux autres problèmes majeurs soulevés par cette évolution, à savoir le financement de la transmission des exploitations, d'une part, et la possibilité d'étendre l'exploitation, d'autre part. En effet, le foncier viticole est considéré comme un bien privé et non comme un bien productif, et à ce titre ne bénéficie pas des aménagements fiscaux liés à la transmission de ces derniers. Il existe certaines solutions pour contourner le problème, comme la création de groupements fonciers viticoles. Concernant la capacité à racheter des terres viticoles et ainsi étendre la surface de l'exploitation, les vignerons contournent souvent le problème en louant ces terres plutôt qu'en les achetant. Or, dans certains cas, le propriétaire de ces terres qui ne souhaite pas les exploiter

lui-même est bien souvent un héritier et peut décider de les vendre plutôt que de les louer. Un signe évident des soucis de trésorerie rencontrés par les vignerons est la recrudescence de ventes de foncier à des groupements viticoles ou à des négociants qui acceptent en retour de faire un bail au vigneron vendeur (Laudy, 2017). Ce dernier continue donc à travailler « ses » vignes, mais il n'en est plus propriétaire. Ce procédé permet au vigneron de récupérer de la trésorerie face aux difficultés du marché et à l'augmentation des stocks (Laudy, 2017).

*
* *

La situation économique longtemps favorable des vignerons champenois est aujourd'hui remise en cause par toute une série d'évolutions qui les touchent en amont comme en aval de la filière. En amont, sur le marché du raisin, leurs revenus sont amoindris par des rendements de production en moyenne (et durablement) plus bas qu'auparavant et leur capacité plus faible à étendre leur exploitation du fait de prix de l'hectare de vigne très élevés. En aval, le marché des vins effervescents est aujourd'hui devenu très concurrentiel et son excellente dynamique d'évolution semble

peu profiter au champagne en général, les vignerons champenois formant la catégorie la plus durement touchée. C'est donc bien à la fois leur rentabilité économique et leur compétitivité qui sont menacées.

Face à cette situation nouvelle, quelles solutions sont envisageables ? La tentation de l'augmentation du prix du raisin, outre qu'elle ne peut plus aujourd'hui faire l'objet d'une décision collective, aurait des répercussions graves sur la rentabilité des maisons en diminuant leur capacité à promouvoir leurs vins et à investir dans la qualité. Reste donc l'augmentation du prix de la bouteille vendue par les vignerons. Certains font déjà le pari de la montée en gamme et cherchent à améliorer leur rentabilité par la valorisation de leur production. D'autres décident de se désengager de la vente de champagne, comme en témoigne le recul du nombre de vignerons expéditeurs. D'autres, enfin, se contentent de constater ces évolutions sans pour autant envisager d'adapter leur activité.

Plus largement, nous posons la question de l'impact des évolutions au sein de la catégorie des vignerons sur l'ensemble de la filière champenoise : vont-elles dans le sens d'une compétitivité accrue de la filière, ou, au contraire, sont-elles de nature à la remettre en cause ? Et qu'en est-il au niveau de la performance économique individuelle ? Existe-t-il des catégories de vignerons plus compétitives que les

autres ? Si oui, quels sont les déterminants de cette compétitivité supérieure ? Et, bien sûr, ces déterminants sont-ils généralisables, ou au moins transposables à d'autres catégories de vignerons (champenois ou non) ? Car il est évident que derrière les chiffres agrégés évoqués précédemment se cache une grande hétérogénéité de situations individuelles. Une étude détaillée des différents profils existant au sein des vignerons champenois permettrait d'analyser l'émergence d'un nouveau style d'acteur, à savoir le vigneron entrepreneur, aussi efficace au niveau de la commercialisation et du marketing qu'au niveau du vignoble et de l'exploitation viticole. Un vigneron qui doit prendre en compte à la fois des problématiques de rentabilité et de compétitivité, mais aussi de préservation de l'héritage familial, de protection de l'environnement et de l'attractivité touristique. C'est en tout cas l'image idéale d'un vigneron ultra-compétitif véhiculée par le Syndicat Général des Vignerons. ■

Les auteurs tiennent à remercier Yves Couvreur, président des Vignerons Indépendants de Champagne, Champagne Yves Couvreur, Rilly-la-Montagne. David Menival, Directeur de la filière Champagne, Crédit Agricole du Nord-Est. Christine Scher-Sevillano, vice-présidente des Vignerons Indépendants de Champagne, Champagne Piot-Sevillano, Vincelles.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- CDER (2017). *Références du vignoble champenois. Année 2016*.
- CIVC (2018). *Bulletin des expéditions de vins de champagne en 2017*.
- Deluze A. (2010). *Dynamique institutionnelle et performance économique : l'exemple du champagne*. Thèse de doctorat en sciences économiques, Université de Reims Champagne-Ardenne.
- Emorine M., Wallaert A. (2017). *La filière Champagne : des taux de marge importants et des salariés bien rémunérés*. Insee Analyses Grand Est, n° 42, mars.
- Franceagrimer (2016). *Le marché mondial des vins effervescents*. Avril.
- Laudy A. (2017). Le prix de l'hectare de vigne multiplié par quatre en 25 ans. *L'Union*, 6 juin 2017, pp. 4-5.
- Observatoire régional du tourisme de la Champagne et de l'Ardenne (2018). *Les chiffres clés du tourisme de la Champagne*.
- OIV (2018). *Éléments de conjoncture mondiale*. Avril 2018.
- Poels O., Saverot D., Baudouin J. (2017). Les ressorts du succès de la Champagne sont-ils solides ? *La Revue des Vins de France*, www.larvf.com, publié le 2 juin 2017.
- Scotti E., Valli C. (2014). *Study on the competitiveness of European wines, Final Report*, October 2014, European Commission.