

Le développement de la viticulture biologique dans l'Hérault :

Quelle offre pour demain ? Quelles attentes des acheteurs ?

Château Hermitage de Combas à Servian

SYNTHESE



Crédit photo : Conseil général de l'Hérault

Cahier de l'Observatoire viticole n°32

Avec l'intervention de :

Mme. Audrey PAYRE - CIVAM Bio 34

Mme. Isabelle RIBES - Coop de France LR

Mme. Sylvie DULENC - Chambre d'agriculture de l'Hérault

M. Thierry DUCHENNE - Directeur de SudVinBio

M. Jacques FRELIN - PDG de Terroirs Vivants

Le thème de la soirée, intitulé « **le développement de la viticulture biologique dans l'Hérault** » se proposait de couvrir le sujet de la viticulture biologique sous l'angle de la mise en marché et notamment deux facettes : « **Quelle offre pour demain ?** » & « **Quelles attentes des acheteurs ?** ».

Ce document constitue une synthèse qui ne présente pas l'ensemble des informations présentées par les intervenants ni l'intégralité des échanges entre le public et les orateurs.

Cette seizième soirée de l'Observatoire s'est tenue devant une assemblée de plus de 90 participants. **Henri Cabanel**, Vice-Président du Conseil général de l'Hérault, délégué à l'agriculture, aux ports, à la conchyliculture et à la forêt, a rappelé l'origine de cette soirée : un nombre significatif de vignerons est entré dans la démarche bio (Languedoc-Roussillon 1^{ère} région viticole), et beaucoup d'autres souhaitent s'y lancer, y compris des caves coopératives. De ce constat s'imposait l'utilité de proposer un état des lieux des résultats obtenus par les vignerons précurseurs et d'évaluer l'offre et la demande sur ce marché. Cette soirée est co-organisée avec le CIVAM bio, partenaire du CG34.

Laurent Baudou, administrateur du CIVAM bio 34, a eu l'occasion de rappeler les différentes fonctions du CIVAM Bio 34 qui depuis 26 ans œuvre en faveur du développement de l'agriculture biologique et fédère l'ensemble des acteurs bio héraultais, de l'amont à l'aval jusqu'au consommateur. Parmi ses nombreuses missions, on peut compter un point d'info bio interprofessionnel recevant des viticulteurs et accompagnant leur conversion, un accompagnement de projets de territoire auprès de caves coopératives, des formations, des actions de promotion et de communication, un guide bio... avec une action particulière en 2013 : la réalisation d'une étude (présentée à l'occasion de cette soirée) sur l'offre (viticulteurs héraultais) et la demande (acheteurs de vin locaux), et toutes les conséquences et mesures d'aide concrètes qui en découlent.

Rappel sur le contexte global viticole bio :

- Une production biologique européenne représentant 80% de la superficie viticole bio mondiale.
- La France, deuxième vignoble bio mondial, est aussi le premier marché du vin bio en consommation. L'Espagne, qui est le premier producteur viticole biologique, exporte 90% de sa production.
- Le Languedoc-Roussillon : première région viticole française en agriculture biologique.

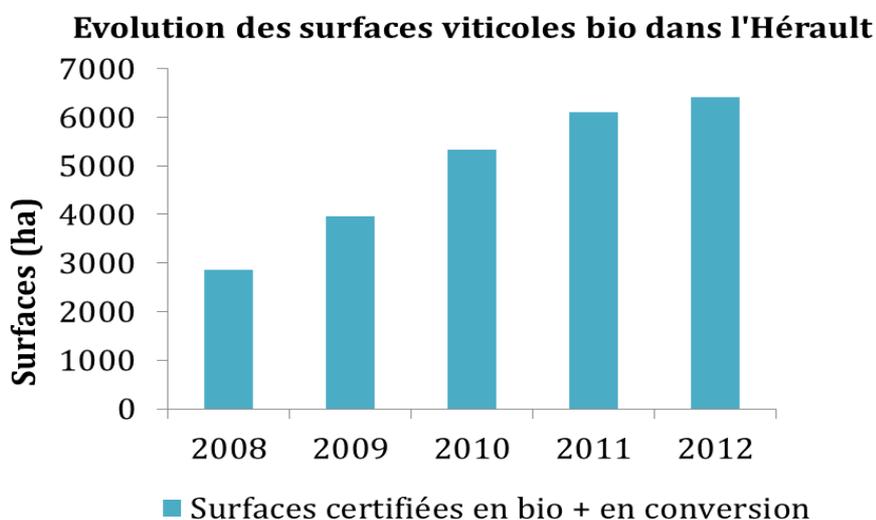


I. Quelle offre héraultaise en vins bio pour demain ?

- **Chiffres clés et évolution de l'offre en vins bio dans l'Hérault**

Mme. Audrey Payré, CIVAM Bio 34

Audrey Payré a présenté les résultats d'une enquête menée dans le cadre du CIVAM bio 34 à partir d'un constat : beaucoup de superficies sont actuellement en conversion et on peut s'attendre d'ici 2014 à des doubléments de volume par rapport à 2011. L'objectif de cette étude était de caractériser l'offre en passe d'arriver sur le marché.



En 2011, 7,4% du vignoble national est en mode de production bio ; le Languedoc-Roussillon est quant à lui le 1^{er} vignoble en France en AB (33% du vignoble national bio, certifié et conversion confondus).

Dans l'Hérault, la vigne est la 1^{ère} production bio et concerne 419 producteurs. Depuis 2008 on augmente tous les ans les surfaces (2009 et 2010 sont les années de croissance les plus importantes). Entre 2011 et 2012, 5% de superficie supplémentaire a été convertie.

Les résultats des enquêtes :

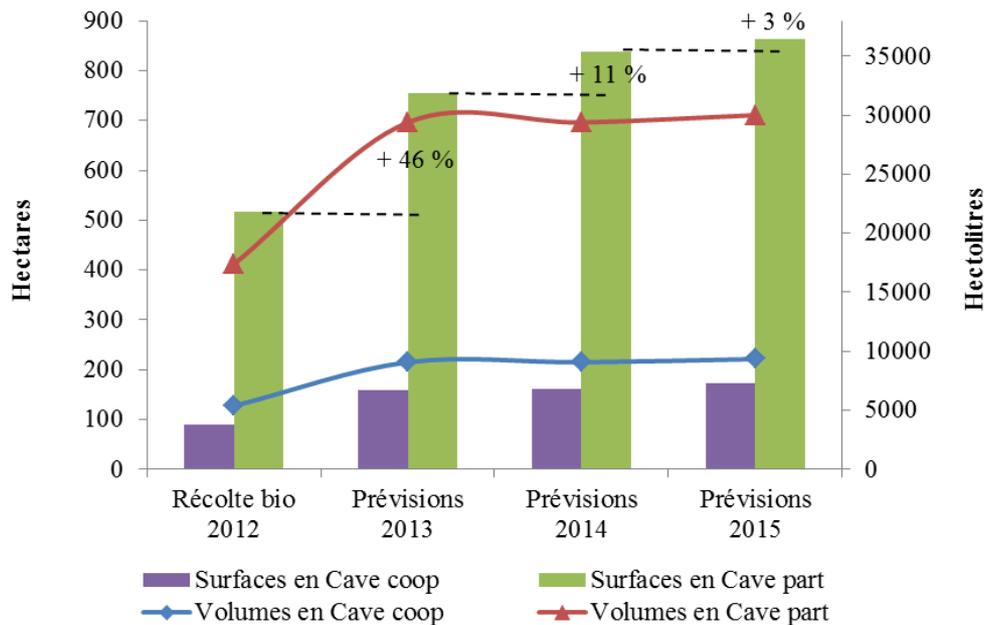
72 des 208 agriculteurs en conversion (2009 à 2012) ciblés ont répondu. Représentatifs des grands pôles de production du département, leur superficie en AB (dont conversion) était répartie de la manière suivante : 60% en AOP, 6% en IGP Pays d'Hérault, 25% en IGP Pays d'Oc, 3% en IGP de territoires et 6% sans IG.

A l'issue de cette étude il apparaît que **le producteur type est en cave particulière** (76% des volumes), **produit de l'AOP** (60% en AOP, 30% en IGP Pays d'Oc...) **rouge** (70%) **qu'il conditionne** principalement (66%) et **vend en circuits courts** (presque 80%, mais seulement 4% en magasins bio).

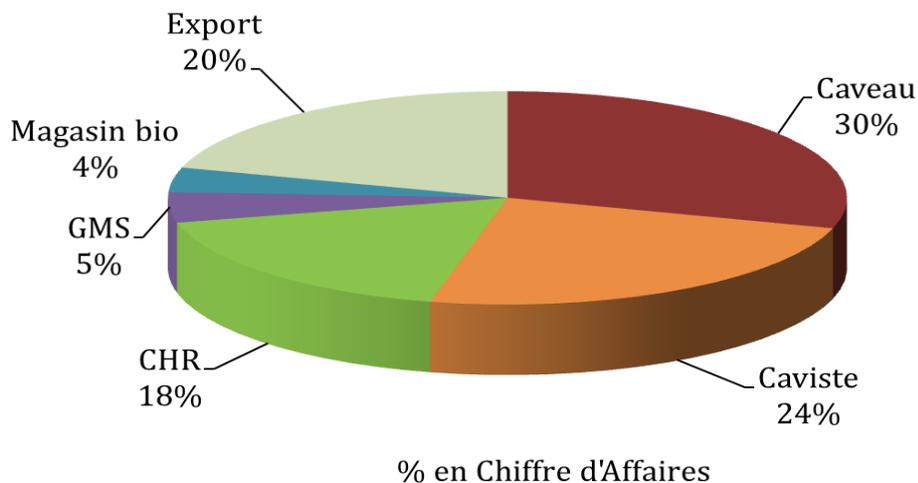
Un parallèle intéressant est cette proportion des 75% des ventes des caves particulières qui se réalisent en vente directe contre 42% au niveau national.

Côté conversions, on constate un développement depuis 2008, avec + 5% des superficies en 2012 par rapport à 2011. La dynamique est là, et 2013 sera une autre année importante avec 46% supplémentaires qui vont arriver sur le marché du vin bio par rapport à 2012.

Prévisions de l'évolution des volumes et surfaces (71 répondants)



Circuits de commercialisation des caves particulières enquêtées



Les limites de l'enquête portent sur la taille relativement faible de l'échantillon et l'absence de données économiques par type ou couleur, ainsi que l'absence d'informations sur les circuits de distribution des caves coopératives.

Pour consulter les résultats de l'étude : site internet de l'observatoire viticole (www.obs-viti-cg34.com) / rubrique « Groupes de travail » / Soirées de l'observatoire viticole / Soirée n°16 / Consulter les publications / Résultats des enquêtes conduites par le Civam Bio 34 : http://www.obs-viti-cg34.com/viti/consulter_doc.jsp?idaction=76&dossier=97

- **Le bio et les caves coopératives**

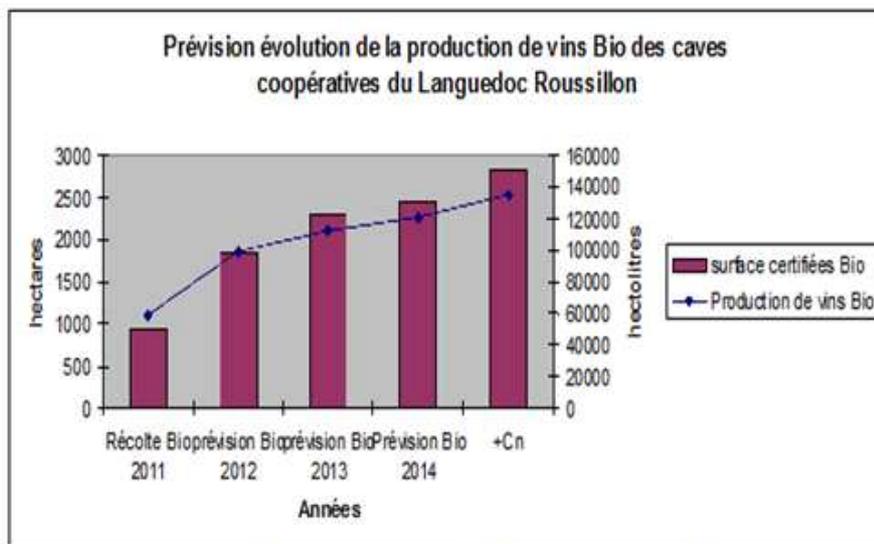
Mme. Isabelle Ribes , Coop de France LR

Isabelle Ribes a dressé le panorama national, régional et départemental de l'ancrage bio au sein des caves coopératives (intervention en ligne sur le site Internet de l'observatoire viticole (www.obs-viti-cg34.com) / rubrique « Groupes de travail » / Soirées de l'observatoire viticole / Soirée n°16 / Consulter les publications.

Au niveau national, 157 caves coopératives produisaient en 2011 (source Agence Bio) des vins issus de l'agriculture biologique (115 en 2010 et 70 en 2009) **soit près d'1/4 des caves coopératives**, 3 d'entre elles s'y dédiant en intégralité. Il est à noter qu'une des spécificités des coopératives est de pouvoir fournir des prestations de service auprès des négociants ou des domaines.

Au niveau régional, l'enquête (réalisée en 2012) se base sur les données de 2011 et établit des prévisions des années 2012 à 2014. Sur un total de 210 caves coopératives, 66 produisent ou vont produire des vins bio (2850 ha certifiés et en conversion), soit **moins du quart du vignoble des caves coopératives du Languedoc-Roussillon**, alors que **les coopératives réalisent 70% du volume dans la région**. Leur part de production de vins bio reste donc relativement faible.

Ici encore, on perçoit la même tendance : après une vague de conversions réalisées entre les années 2008 à 2010, le rythme des conversions semble aujourd'hui ralenti, bien que progressant.



Récolte 2012: estimée aux alentours de 100 000 hl

Source : présentation power-point d'Isabelle Ribes

Au niveau de l'Hérault, la part de production bio des coopératives (moins de 10%) est encore plus faible qu'au niveau régional, alors que son vignoble bio en fait le 4^{ème} département français avec 6100 ha conduits en bio en 2011. C'est le département du Gard qui se situe en première position, fort notamment d'accueillir la première cave française.

Les 16 caves de l'Hérault certifiées Bio : Abeilhan, Cabrières, Cournonsec, Faugères, Maraussan, Mireval, Montagnac, Montblanc Montpeyroux, Pinet, Puilacher, Quarante, St Bauzille de la Sylve, St Félix de Lodez, St Georges d'Orques, St Mathieu de Tréviers.

Nombreux sont les atouts des caves coopératives en faveur du développement de projets de territoires bio : un ancrage territorial, une capacité de large diffusion d'informations, d'accompagnement et d'animation de groupes de viticulteurs, une capacité à développer des « territoires bio », la création de sociétés de production bio, une capacité à produire des volumes, à pourvoir des certifications en Développement Durable, des démarches ISO... utiles à la création de partenariats avec des négoce et metteurs en marché.

En conclusion, ces avantages concurrentiels réels rappellent une priorité : celle d'organiser des marchés et des filières pour accompagner ce mouvement. C'est une mission que remplit « Coop de France LR », qui favorise la poursuite du développement de filières bio au sein des coopératives, tout en se préoccupant de la consolidation des marchés pour les coopératives déjà engagées en bio.

- **Quel accompagnement technique des viticulteurs en période de conversion pour la production des vins bio ?**

Mme. Sylvie Dulenc, Chambre d'Agriculture de l'Hérault

Intervention en ligne sur le site Internet de l'observatoire viticole (www.obs-viti-cg34.com) / rubrique « Groupes de travail » / Soirées de l'observatoire viticole / Soirée n°16 / Consulter les publications.



Credit photo : Conseil général de l'Hérault

Face aux difficultés classiquement rencontrées par les viticulteurs en période de conversion vers l'agriculture biologique, la Chambre d'Agriculture de l'Hérault en partenariat avec le CG34 a mis en

place un programme d'aide et de suivi personnalisé par un accompagnement technique spécialement dédié à cette période de transition.

En conséquence, un accompagnement des vignerons en période de conversion a été conçu pour répondre à ses différents questionnements, et optimiser les interventions à mettre en œuvre.

Une visite préalable permet de renseigner une « **fiche identifiant** » avec le viticulteur. Elle est la synthèse de l'exploitation, elle permet d'évaluer ses points forts et ses freins et marque le point de départ. Une proposition de suivi planifié sur une période correspondant à 2 jours par an (pouvant être découpés en demi-journées), lui est alors proposée. Les actions programmées sont réalisées, dans les domaines techniques, économiques, commerciaux ou autres à approfondir.

Exemple de réalisation :

- 1^{er} contact lors d'une prospection dans le cadre de la flavescence dorée, la vigneron se demande comment adapter sa fertilisation au cahier des charges AB.
- Visite pour renseigner la fiche identifiant (½ journée), procéder au prélèvement de terre en vue de l'analyse de sol et de l'adaptation cépage à la parcelle, établir un planning adapté aux questionnements du vigneron.
- Le suivi pour se vigneron : 1 jour pour l'adaptation cépage à la parcelle et conseil fertilisation, ½ journées pendant l'été pour la reconnaissance des ravageurs et maladies afin d'optimiser ses interventions pour la protection du vignoble dans le respect du cahier des charges AB.
- Potentiellement prolongation du suivi (mensuel par exemple), si le viticulteur souhaite aller plus loin.

II. Quelles attentes des acheteurs de vins bio ?

- **La perception et l'image du vin bio en France**

M. Thierry Duchenne, directeur de SudVinBio

Intervention en ligne sur le site Internet de l'observatoire viticole www.obs-viti-cg34.com / rubrique « Groupes de travail » / Soirées de l'observatoire viticole / Soirée n°16 / Consulter les publications.

L'étude présentée a été commandée par l'AIVB-LR auprès d'IPSOS, en partenariat avec Logica Business Consulting. Menée en Septembre 2011 auprès d'un échantillon représentatif de la population française et allemande (1 000 personnes), elle fait état de quelques grandes tendances et pose 10 questions clés autour des vins bio depuis la notoriété jusqu'à l'achat.

Une nouvelle étude sera commandée pour *Millésime Bio* 2014 et réalisée exclusivement sur la France avec un souci supplémentaire de stratification : différences entre grandes régions, selon les CSP (catégories socio-professionnelles), H/F,...L'échantillon devrait cette fois-ci concerner 2 000 personnes.

Résultats de l'enquête :

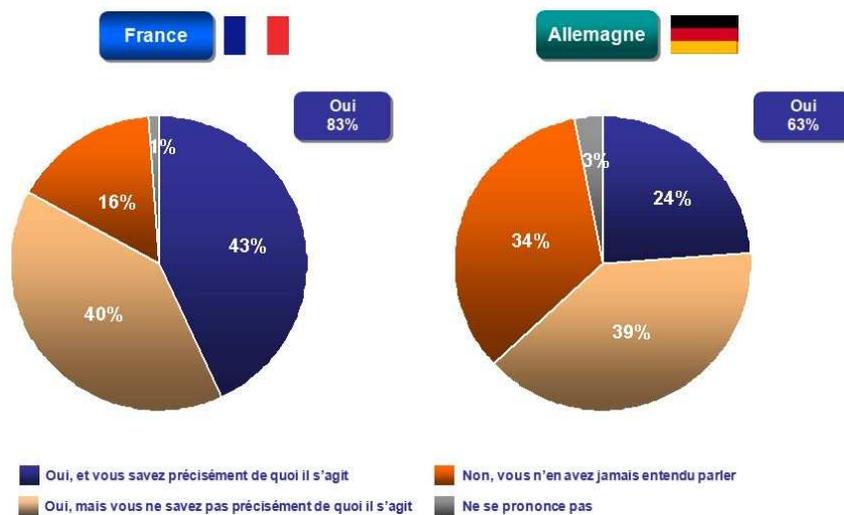
En France, il apparaît que l'existence d'un « vin issu de l'agriculture biologique » est relativement bien connue (83% des personnes interrogées en France). En Allemagne, cette notoriété est étonnamment plus faible avec 63% de réponses positives.



Notoriété du vin bio

Question : Avez-vous déjà entendu parler du vin bio, c'est-à-dire du vin issu de l'agriculture biologique ?

Base : A tous



Source : power-point présenté par Thierry Duchenne

© 2011 If

Sur ces 83% (« avertis »), seulement 39% déclarent en avoir déjà bu et seulement 17% en achètent « de temps en temps » voire « régulièrement ». Les grandes et moyennes surfaces restent le lieu privilégié d'achat (48%), suivies de près par l'approvisionnement direct chez le producteur (37%), les magasins spécialisés & cavistes (33%) et les magasins spécialisés dans la vente de produits bio (29%). En Allemagne, 36% des « avertis » déclarent en avoir déjà bu et 22% en achètent « de temps en temps » voire « régulièrement ».

Combien déclarent-ils dépenser ? En moyenne 10,60 euros, avec une majorité de réponses sur les tranches de 6 à 14 euros. En réalité, les moyennes constatées en grande distribution tournent autour de 5 euros (différentiel entre l'intention et l'acte). La moyenne allemande est à 9,6 euros (et une majorité de réponses entre 6 et 9 euros) mais le marché allemand offre davantage de vins à très petits prix.

La perception des consommateurs entre un vin biologique et un vin conventionnel montre que le vin bio est perçu comme plus cher (75%), mais également respectueux de l'environnement (70%) mais aussi du producteur (revenus, santé du vigneron) (51%). En Allemagne le vin bio est perçu comme cher par seulement 47% des interrogés.

Quant à l'achat, il est principalement motivé par le respect de l'environnement (61%), le souci d'une production équitable (40%) et son gage de goût et/ou bénéfique pour la santé (39%).

50% déclarent ne pas en acheter par simple manque d'habitude (50%), parce que le prix est trop élevé (38%), et parce que le vin bio « n'est pas de meilleure qualité » (25%).

Il ressort de cette étude un important potentiel du bio qui déjà bénéficie d'une forte notoriété mais nécessite de convaincre davantage de consommateurs sur la qualité intrinsèque du produit, son goût et son accessibilité.

- **Perception du marché des vins bio par la société de négoce Terroirs Vivants**

M. Jacques Frelin, fondateur et PDG de Terroirs Vivants, société de négoce spécialisée en vins bio depuis 1983.



Crédit photo : Conseil général de l'Hérault

Vigneron à l'origine, propriétaire de deux domaines, l'un dans l'Hérault et l'autre dans le bordelais, Jacques Frelin est aujourd'hui à la tête de l'une des 3 sociétés spécialisées à 100% en viticulture bio en France.

Son métier : élaborer chez ses partenaires les vins qu'ils vont assembler, mettre en bouteille et commercialiser depuis chez leurs clients, sécurisés par des contrats de partenariats dont certains sont très anciens.

Comment passer d'un marché de niche (il y a 25 ou 30 ans) à un marché de masse sans perdre l'éthique ? Le bio est un avantage concurrentiel pour vendre, mais la qualité organoleptique reste primordiale, de même que l'attente du consommateur reste finalement la même en termes de goûts... à la recherche de vins modernes, fruités, etc..., car celui qui se convertit n'est autre qu'un consommateur conventionnel.

Cette attente qui va de pair avec la qualité est un enjeu majeur du développement des ventes par la grande distribution. Celle-ci veut être rassurée puisque le développement des ventes s'est jusqu'ici fait en parallèle avec le développement de la production. **Un suivi de qualité et de production (volume) sur la durée est indispensable.**

Quels sont les marchés les plus porteurs pour Terroirs Vivants ?

45% des ventes sont réalisées à l'export dans plus de 15 pays. Les marchés les plus porteurs sont au nombre de 4 : la France d'abord, puis la Scandinavie, l'Asie et les Etats-Unis.

-Etats-Unis : 300 millions de consommateurs potentiels sur un marché difficile avec une adaptation des styles et une concurrence forte de l'Amérique latine. Un marché pour lequel « organic wine » signifie « sans sulfite ». Prometteur bien que difficile d'accès (barrière douanière...).

-Asie (Chine puis Japon) : une Chine déjà sensibilisée au bio avec une conscience environnementale précise.

-Scandinavie (Norvège, Suède, Finlande) : des monopôles qui tous les ans progressent dans leurs demandes de vins bio (20 à 25% dans le catalogue suédois et finlandais).

-La France a, quant à elle, rattrapé son retard, puisqu'on assiste aujourd'hui au fort développement des vins bios dans tous les types de réseau (cavistes, cafés-hôtels-restaurants, magasins bio, grande distribution). Si l'approche est différente selon les réseaux, le développement est important en volume notamment en grande distribution qui représente 80% de la vente de vins en France. Toutes les enseignes ont du bio y compris le discount. Le bio se décline même en marques de distributeurs puisqu'il est utilisé pour travailler l'image de l'enseigne, de même qu'il devient recherché dans le cadre des foires aux vins, porté par des domaines ou des marques.

Quant aux magasins bios, les consommateurs de produits bios ont redécouvert le vin et les qualités du vin. Là encore le vin permet d'attirer et de fidéliser le client, d'autant que ces magasins ont changé leur présentation et apportent un soin particulier à la présentation de leur cave.

Quelle position de l'Hérault ?

Les faiblesses de la région sont les mêmes que pour les vins conventionnels : compréhension de l'offre (complexe) & manque de connaissance du Languedoc par les étrangers.

L'image (dans la qualité et l'identité) peut aujourd'hui s'appuyer sur une qualité en forte amélioration (suivie par les vins dits conventionnels de la région) qui ne doit plus être discutée.

L'Hérault bénéficie par ailleurs d'un formidable atout technique (climatique), aidé par le développement d'une technologie développée lui permettant de s'adapter aux goûts et à la demande. L'autre atout réside dans le rapport qualité/prix du produit.

Un travail important doit donc être fait sur la communication et sur la qualité.

Reste une question (un problème ?) d'identité : « Qu'est-ce qu'un vin bio ? »

Une compréhension par le plus grand nombre passe par une explication simple : « C'est un vin qui provient d'une culture sans pesticide et sans produit chimique ».

- Les attentes des distributeurs de l'Hérault et propositions d'actions

Mme. Audrey Payré, CIVAM Bio 34



Crédit photo : Conseil général de l'Hérault

Audrey Payré a présenté ensuite les résultats de l'enquête menée auprès des distributeurs.

Au total, 70 acheteurs (soit 31% de réponses obtenues parmi les 221 acheteurs dont 127 CHR présélectionnés au sein de ceux adhérents au signe de qualité « Qualité Hérault ») ont répondu. Il apparaît que 81% d'entre eux proposent des vins bio dans leur offre, tandis que chez les cavistes 37% du chiffre d'affaires est réalisé par des vins bio.

Alors que 40% souhaitent augmenter leur nombre de références en vins bio (toutes couleurs confondues et pas seulement du Languedoc), les plus réticents évoquent l'absence de demande de leurs clients, ainsi qu'un problème de prix et un problème de qualité persistant.

Le CIVAM bio 34 évoque déjà un ensemble de mesures en vue de valoriser le vin bio : valorisation commerciale en circuit court, organisation d'un showroom à destination d'acheteurs du Gard et de l'Hérault, sensibilisation des acteurs,...

Pour consulter les résultats de l'étude : site internet de l'observatoire viticole (www.obs-viti-cg34.com) / rubrique « Groupes de travail » / Soirées de l'observatoire viticole / Soirée n°16 / Consulter les publications / Résultats des enquêtes conduites par le Civam Bio 34 : http://www.obs-viti-cg34.com/viti/consulter_doc.jsp?idaction=76&dossier=97

Quelques échanges avec la salle :

Première bonne nouvelle... Aujourd'hui en Europe, le vin bio n'est pas un vin sans soufre tel qu'il est pratiqué aux Etats-Unis, connu sous le nom d' « organic wine ».

Un autre facteur d'optimisme pour la région est la progression réalisée par le salon Millésime Bio : de 150 exposants il y a quelques années, nous sommes passés à 400 exposants et 7 000 visiteurs, soit un atout stratégique au niveau régional par rapport à l'emplacement du salon, et où l'on rencontre des acheteurs qui sont de gros faiseurs.

Comme il a été rappelé, pour grandir et développer le vin bio, il faut penser des projets stratégiques comme tout projet stratégique d'agriculture.

Une question importante qui a fait l'objet de nombreux échanges est bien celle du déséquilibre entre l'offre et la demande.

Un premier constat : la plupart des producteurs de vin bio sont des caves particulières qui possèdent déjà leurs réseaux de distributions. Ainsi, ce ne sont pas des volumes en tant que tels qui sont en jeu, mais un label de qualité supplémentaire auquel il faudra convertir les clients. Le pouvoir est bel est bien entre les mains du vigneron, car le risque dans ce déséquilibre de l'offre et de la demande est une diminution du prix. Il semble important de maintenir un certain prix de marché. Cela passe par un soutien des partenaires permettant de rentabiliser la production. De plus, la rentabilité des exploitations en bio nécessite le maintien d'une différence de prix entre le conventionnel et le bio. Et pourtant, la concurrence étrangère oblige à s'aligner...

Comme l'a évoqué le vigneron Virgile Joly, le pouvoir du vigneron réside dans la possibilité qu'il a de déclasser en conventionnel, d'autant que les prix sont actuellement bons. « Mieux vaut le déclasser en conventionnel plutôt que de vendre le bio moins cher. La balle est dans le camps du producteur ».

Henri Cabanel a clôturé cette soirée en annonçant l'inauguration le 5 juillet au Château Hermitage de Combas de l'exposition « lumière de vignes » devant parcourir tout le département. Il a également rappelé la troisième édition des VinCoeurs le 1^{er} juillet.

Enfin, la soirée a été (comme à son habitude) prolongée par un buffet accompagné de vins de l'Hérault... évidemment bio.



Crédit photo : Conseil général de l'Hérault