



HAL
open science

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

Aurélie Ringeval-Deluze

► **To cite this version:**

Aurélie Ringeval-Deluze. Le vigneron champenois dans sa filière. État des lieux, évolutions et enjeux économiques. *Economie Rurale*, 2019, 368, pp.95-105. 10.4000/economierurale.6795 . hal-02560199

HAL Id: hal-02560199

<https://hal.science/hal-02560199>

Submitted on 9 Mar 2023

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

FAITS ET CHIFFRES

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

*Growers in the champagne industry:
state of play, evolutions and economic challenges*

Résumé :

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 vignerons 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 capitaliste 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-clé : vigneron champenois, rentabilité, compétitivité

Summary:

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 the most impacted by this situation. Their economic profitability is threatened by lower sales at the downstream of the industry, but also by growing operating costs due to the combination of lower yields at the harvest and a growing capitalistic intensity resulting from very high land prices and stock value. This new situation implies a necessary evolution of their economic model.

Key words: Champagne growers, profitability, competitiveness

JEL Codes : R30, R32, R39

Essentiels :

- La compétitivité du champagne est remise en cause par les autres vins effervescents
- Les vignerons champenois sont les plus touchés par la perte de compétitivité de leur filière
- La rentabilité des vignerons champenois est menacée par des évolutions aussi bien en amont qu'en aval de la filière

Highlights:

- *Champagne's competitiveness is questioned by the other sparkling wines*
- *Champagne growers suffer the most from the weaker competitiveness of their industry*
- *Champagne growers's profitability is threatened by evolutions both at the up- and downstream of the industry*

Les règles et pratiques qui structurent la filière du champagne ont subi des évolutions majeures au cours de la seconde moitié du XX^{ème} siècle, impliquant notamment des modifications profondes longtemps favorables aux vigneron, notamment du fait de la part grandissante qu'ils ont pris dans la vinification et les expéditions de champagne à destination de la France et de l'export. Or de nouvelles tendances sont apparues suite à la crise de 2008, qui sont cette fois défavorables aux vigneron champenois et qui influencent à moyen et long terme ces opérateurs et leur filière. Notre propos concerne donc l'impact des évolutions récentes sur le modèle économique des vigneron 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 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 » (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 rentabilité¹ 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. A 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 suite à la crise de 2008, avec des expéditions en volume près de 10% inférieures en 2017 à celles de 2007². Cette évolution est d'autant plus inquiétante que, 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 vigneron sont les plus touchés, avec un recul de 27% de leurs expéditions en volume en 10 ans et de 19% en valeur hors inflation. A 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

¹ 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.

² Sauf précision contraire, l'ensemble des chiffres utilisés provient d'une compilation personnelle de chiffres issus du Comité interprofessionnel du vin de Champagne (CIVC).

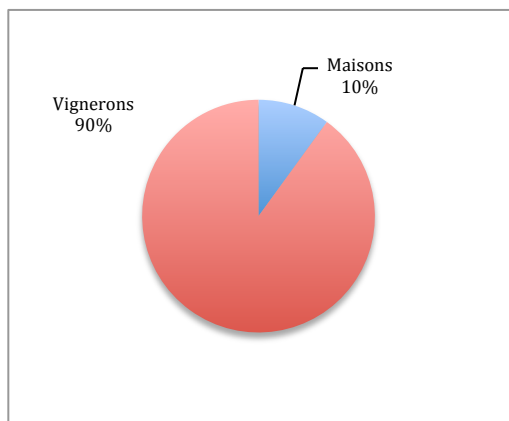
A la seconde place au niveau de la production et de la consommation en volume, la France est un acteur majeur du marché mondial du vin, malgré la baisse constante de son poids dans les échanges mondiaux, divisé par 2 au cours des 30 dernières années, pour atteindre 15% en volume en 2017 (OIV, 2018). Pourtant, la France reste de loin le premier exportateur de vin en valeur 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 rassemblait 33% des exportations françaises de vin en valeur en 2017, pour seulement 4% des superficies viticoles françaises.

D'après le CIVC, il existait 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 vigneron³. En amont de la filière, les vigneron 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 vigneron (15% en valeur) et 9% pour les coopératives (7% en valeur). Ce rapport inversé entre le poids des vigneron 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 4272 récoltants expéditeurs (28% de l'ensemble des vigneron), dont 1819 récoltants manipulant⁴ (43% des expéditeurs) et 2453 récoltants coopérateurs (57%).

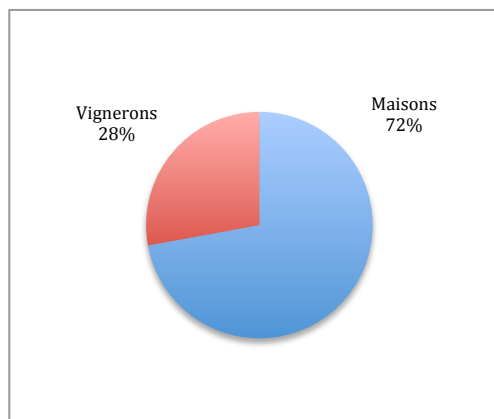
³ Les statistiques officielles ne permettent pas de fournir un chiffre exact des exploitations appartenant à des viticulteurs/vigneron, plusieurs structures cohabitent parfois sur la même exploitation.

⁴ 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%⁵. 2017 était l'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

Ces 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, du moins pour l'instant. En effet, 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 nouvelle. 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 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). A titre de comparaison, entre 2005 et 2015 les exportations italiennes de

⁵ Les filières en difficultés ont bénéficié des aides européennes à l'arrachage de vignes sur la période, non compensé par les plantations nouvelles.

vins effervescents ont progressé de 216% et les exportations espagnoles de 55% (*idem.*). 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% (*ibid.*). 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 (*ibid.*). Ces deux derniers chiffres étaient respectivement de 24% et 67% il y a 10 ans (*ibid.*). 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 des Vins 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 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'auto-provisionnement) s'élevait à 8,93 euros en 2015 (*idem*). A 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 communication¹⁰, 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, pour finalement 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.

⁸ D'après les services techniques du CIVC.

¹⁰ Estimation du coût de revient d'une bouteille de champagne pour un négociant (en euros par bouteille) : $6,08 \times 1,154$ (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.

Focus sur la situation des vigneron champenois

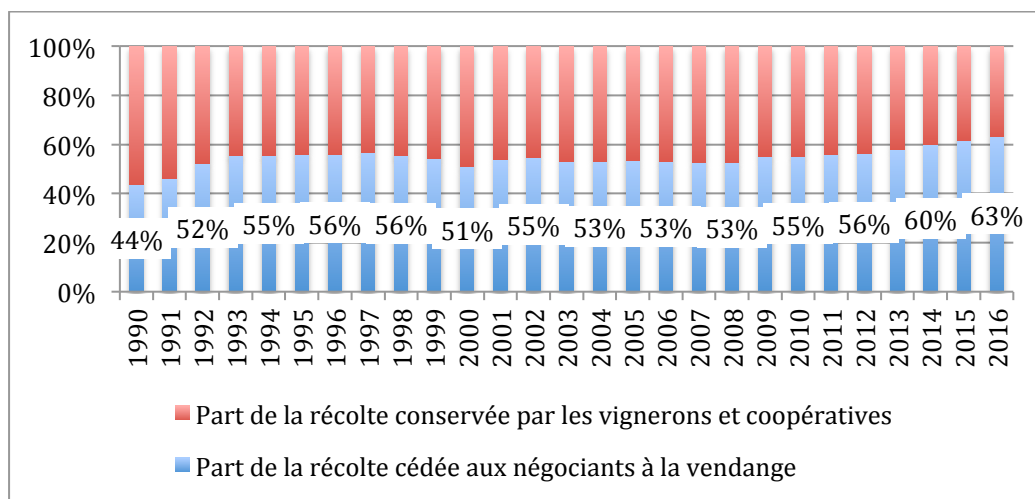
1. Evolution des ventes de champagne par les vigneron

Des différentes catégories d'acteurs qui composent la filière du Champagne, ce sont les vigneron 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 tendancielle à la hausse. De 1970 à 2007, les expéditions des vigneron 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 vigneron en moyenne sur la période). Au cours de la décennie de 1990 à 1999, la part des vigneron 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 vigneron expéditeurs a également reculé de 11% en 10 ans, pour atteindre 4 272 en 2018. En moyenne, cela équivaut à l'arrêt de l'expédition de champagne pour 52 vigneron chaque année depuis dix ans. Toutes les catégories de vigneron champenois sont touchées par cette évolution, pourtant le nombre de récoltants coopérateurs recule moins vite (-9% sur la période) que celui des récoltants manipulateurs (-10%). Les coopérateurs représentaient 57% de l'ensemble des vigneron 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 économique¹³ de la filière similaire à celui 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)*. » (*idem*, p. 3). 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 vigneron. A 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 vendange, passée de 44% en 1990 à 63% en 2016.

Graphique 3 : Evolution de la répartition de la récolte
des vigneron champenois
(Source : d'après chiffres CIVC)

¹³ La rentabilité économique signifie ici la rentabilité de l'exploitation indépendamment du mode de financement de l'entreprise.



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 françaises¹⁵. 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

¹⁵ 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.

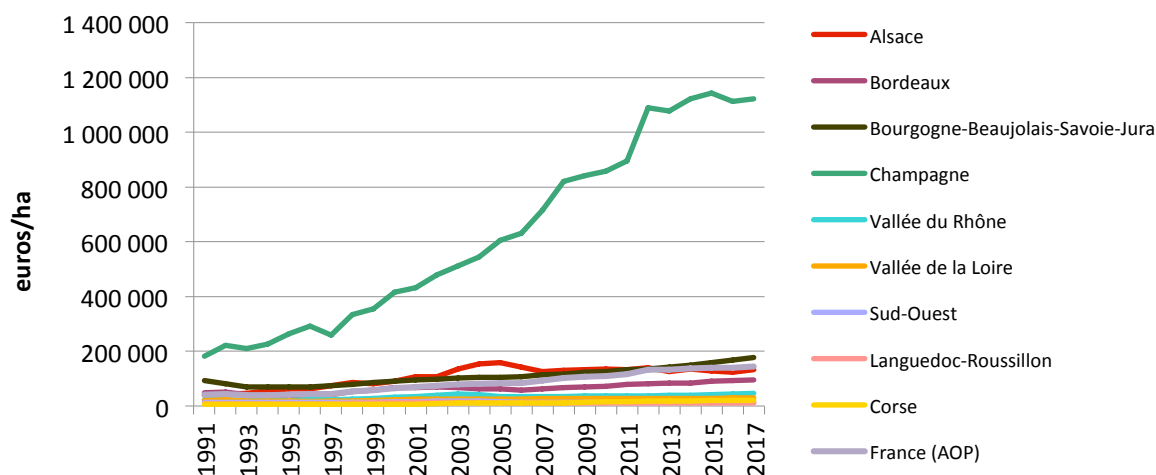
à la baisse leurs rendements immédiatement, par conséquent la production a dépassé durablement les expéditions. Entre 2008 et 2017, la moyenne des expéditions annuelles s'élevait à 310,5 millions de bouteilles, contre une moyenne de production de l'équivalent de 328,5 millions de bouteilles. En d'autres 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. Au final, 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 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 tendancielle 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 est tout à fait unique en France.

Graphique 4 : Evolution du prix du foncier viticole en AOC

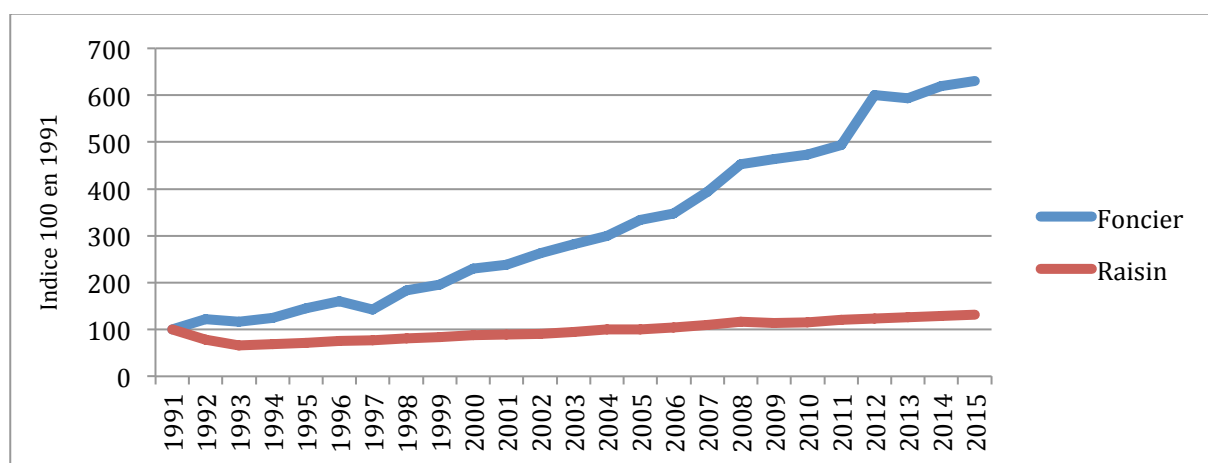
(Source : d'après chiffres SAFER)



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 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 6*). 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).

Graphique 5 : Evolution comparée du prix du foncier viticole et du raisin en AOC Champagne

(Sources : d'après chiffres SAFER et CDER)



A 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 (*idem*).

Conclusion

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 vigneron 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 vigneron. 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, en témoigne le recul du nombre de vigneron 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 vigneron 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 vigneron plus compétitives les unes 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 vigneron (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 vigneron 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 la compétitivité, mais aussi de la préservation de l'héritage familial, de la 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.

Bibliographie

CDER (2017), *Références du vignoble champenois. Année 2016*.

CIVC (2017), *Bulletin des expéditions de vins de champagne en 2016*.

DELUZE (2010), *Dynamique institutionnelle et performance économique : l'exemple du champagne*, Thèse de doctorat en sciences économiques, Université de Reims.

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 2017.

FRANCEAGRIMER (2016), *Le marché mondial des vins effervescents*, avril 2016.

LAUDY A. (2017), « Le prix de l'hectare de vigne multiplié par quatre en 25 ans », *L'Union*, 6 juin 2017, pp. IV-V.

Observatoire régional du tourisme de la Champagne et de l'Ardenne (2018), *Les chiffres clés du tourisme de la Champagne*.

OIV (2018), *Eléments de conjoncture mondiale*, avril 2018.

POELS O., SAVEROT D., BAUDOUIN J., « Les ressorts du succès de la Champagne sont-ils solides ? », *La Revue des Vins de France*, www.larvf.com, publié le 02/06/2017 à 11:35.

SCOTTI E., VALLI C. (2014), *Study on the competitiveness of European wines, Final Report*, October 2014, European Commission

Remerciements

COUVREUR Yves, Président des Vignerons Indépendants de Champagne, Champagne Yves Couvreur, Rilly-la-Montagne.

MENIVAL David, Directeur de la filière Champagne, Crédit Agricole du Nord-Est.
SCHER-SEVILLANO Christine, Vice-Présidente des Vignerons Indépendants de
Champagne, Champagne Piot-Sevillano, Vincelles.