

Au-dessus de la mêlée

Les marchés du champagne ont le vent en poupe : les premiers indicateurs de tendance dont nous disposons pour le mois d'avril sont explosifs, surtout pour les marchés d'exportation.

La conséquence directe est que tous ceux qui vendent du champagne ont besoin de vin. Dans un contexte commercial porteur, la quête de l'approvisionnement est un enjeu essentiel pour les entreprises. Aussi maisons et coopératives développent-elles de véritables stratégies de conquête du livreur de raisins et mettent en œuvre des bataillons actifs sous la forme de services de relation vignoble.

Les entreprises sont – et c'est bien normal – portées par leur logique individuelle de croissance, et leur vision est très largement influencée par les contraintes et les difficultés qu'elles rencontrent au quotidien. Pour une coopérative qui voit ses livreurs « débauchés » par une maison, le négoce est forcément « l'ennemi ». Pour les vignerons qui veulent conforter leur exploitation, l'acquisition de foncier par un négociant est une attaque contre les intérêts du vignoble... et pour le négoce, le développement des marchés commerciaux du vignoble, le marché des vins clairs et des vins sur lattes, sont considérés comme autant de pratiques iniques et abusives qui réduisent leur approvisionnement en raisins.

Si les marchés continuent de croître, il est fort à craindre que la tension qui règne entre les opérateurs va s'accroître. En effet, si la Champagne a un potentiel de production suffisant pour faire face à ses ventes globales pendant plusieurs années, une part importante de la récolte ne va pas vers les metteurs en marché. Si l'on ne prend pas garde à cette réalité, l'appellation Champagne pourrait devenir le terrain d'une lutte sans merci entre les opérateurs, d'où seuls les plus forts sortiront vainqueurs.

Dans ce contexte, les institutions (SGV et CIVC) ont une mission très précise à remplir : situées au-dessus des enjeux économiques individuels, elles ont la possibilité de se détacher des démarches

d'entreprise et d'avoir une vision globale. Leur rôle est de se situer au-dessus de la mêlée pour pouvoir mettre en œuvre les mesures d'intérêt général qui permettront à l'économie de l'appellation de ne pas être la première victime des rivalités intestines.

N'oublions jamais que le premier souci que nous devons tous avoir est celui de la santé économique de l'appellation : si celle-ci va bien, tous les opérateurs bénéficient de la valeur ajoutée de l'AOC. Si l'économie va mal, c'est au détriment de tous. Le pari gagnant-gagnant a toujours été l'objectif du champagne et doit le rester.

Dépasser les logiques individuelles à court terme, c'est peut-être justement ce que n'ont pas su faire d'autres vignobles...

Dans le cadre d'une logique économique globale, l'une des responsabilités des institutions est d'ajuster au mieux l'offre et la demande : la qualité d'une économie repose sur le juste équilibre. Ni trop, ni pas assez.

Nous avons la chance, dans notre région, d'avoir des metteurs en marché extrêmement performants. Quand les entreprises ont de l'ambition pour elles, elles en ont aussi pour la Champagne, et il serait aberrant de priver les opérateurs des moyens de leurs ambitions.

Sur ce point, le SGV en tant que syndicat de l'AOC assume ses responsabilités. Il prépare l'avenir de l'économie du champagne en portant des dossiers tels que Volume Complémentaire Individuel et l'augmentation raisonnable du rendement limite de l'appellation ■



Photo Champagne Viticole — coll. Sev

par Patrick Le Brun,
président du Sev