

# Viticultures

> La note d'information du délégué de la filière Vins de FranceAgriMer



• numéro 10 / 1<sup>er</sup> octobre 2010 /

## Distillation de crise

Les demandes ont dépassé les plafonds fixés par le Conseil spécialisé de la filière viticole

• Lors du Conseil spécialisé de juin 2010, à la demande des professionnels, la mise en place d'une distillation de crise dans deux régions françaises pour deux productions particulières a été décidée. Ainsi, les vins blancs du muscadet en Pays de Loire et les vins blancs sans indication géographique dans le bassin Sud-Ouest sont concernés pour 80 000 hl maximum dans chacune des deux régions. Pour le Muscadet, la distillation devait être obligatoire, avec la possibilité pour les producteurs de contractualiser de manière volontaire à 100 % du prix avant le 31 juillet. Si 65 000 hl minimum étaient proposés à la distillation, le dispositif s'arrêtait, sinon l'obligation s'imposait à eux avec des prix en retrait de 50 %. Début septembre, le bilan des souscriptions était le suivant :

> Muscadet

427 engagements recevables pour 107 293,65 hl

Réfaction = 25,45 % (5 engagements sans réfaction/limitation à 10 hl minimum)

> Bassin Sud-Ouest VSIG

120 engagements recevables pour 89 329,30 hl

Réfaction = 10,44 %

## Pour tous renseignements :

> unité OCM viti-vinicole, Aides marché, à Libourne  
tél. : 05 57 55 20 00

## ARRACHAGE DEFINITIF DE VIGNES

# Bilan des dossiers déposés pour la campagne 2010/11

La date limite de dépôt des demandes de prime à l'arrachage définitif de vignes, prévue dans le cadre l'organisation commune de marché (OCM) viti-vinicole, était fixée au 31 août 2010 pour la campagne 2010/11. Au total, 2 688 dossiers ont été déposés auprès des services de FranceAgriMer pour une superficie avoisinant 10 810 ha.

Région	Nombre de dossiers déposés	Superficie demandée en ha	% en superficie
Languedoc-Roussillon	1 916	7 626,5	70,56 %
Pays de la Loire	87	821,0	7,60 %
Aquitaine	172	692,6	6,41 %
Rhône-Alpes	211	581,1	5,38 %
Provence-Alpes-Côte d'Azur	124	469,5	4,35 %
Midi-Pyrénées	126	425,1	3,93 %
Centre	30	109,3	1,01 %
Poitou-Charentes	16	51,1	0,47 %
Corse	1	17,2	0,16 %
Bourgogne	5	10,2	0,09 %
Lorraine	1	4,3	0,04 %
<b>Total</b>	<b>2 688</b>	<b>10 807,9</b>	<b>100 %</b>

Par rapport à la campagne précédente (2009/10), le nombre de dossiers déposés a diminué de 29 % et les surfaces de 27 %. Les dossiers d'arrachage total du vignoble de l'exploitation représentent 74 % des superficies demandées.

Les crédits communautaires disponibles pour payer ces dossiers sont plafonnés à 276 millions d'euros pour la campagne 2010/11 et ce, pour l'ensemble des États membres de l'Union européenne.

Le 15 novembre 2010, la Commission européenne informera les États membres de la totalité des demandes européennes. Si le budget alloué pour la campagne est dépassé, la Commission fixera un taux de réfaction uniforme applicable dans chaque État-membre. Dans cette hypothèse, il n'y aura pas de baisse du taux d'aide ou des superficies par demande d'aide, mais une sélection des dossiers éligibles selon des critères de priorité.

## Aide à la promotion dans les pays tiers

Information importante pour les entreprises

• Dans le cadre du programme d'aide au secteur viti-vinicole de l'OCM, une mesure de soutien aux actions de promotion des vins français sur les marchés des pays tiers est prévue. FranceAgriMer a en charge l'instruction des demandes au titre de cette mesure de soutien. L'établissement a lancé une série d'appels à proposition depuis 2008 afin de sélectionner des « programmes de promotion » portés par des entreprises (le dernier appel à proposition ayant eu lieu le 4 mai dernier). Nous informons les entreprises que, conformément aux décisions prises lors du Conseil spécialisé, **l'appel à proposition prévu en décembre 2010 a été supprimé.**

## Prestations viniques

Campagne 2010/11

• Chaque année, les différents Conseils de bassin doivent fixer le taux unique des prestations viniques pour les vins d'appellation d'origine blancs et les vins avec indication géographique blancs. Pour la campagne 2010/11, le taux des prestations viniques retenu dans l'ensemble des bassins viticoles pour les AO et IG blancs s'élève à **10 %.**

## AGENDA

- > 6 octobre : Conseil d'administration de FranceAgriMer
- > 14 octobre : Conseil supérieur de l'œnotourisme
- > 20 octobre : groupe de travail permanent du Conseil « promotion vins »
- > 20 octobre : Conseil spécialisé de la filière viticole
- > 16 novembre : Conseil d'administration de FranceAgriMer
- > 17 novembre : Conseil spécialisé de la filière viticole

# PROMOTION EN FAVEUR DU VIN Tour d'horizon

LA DIRECTION DE L'INTERNATIONAL DE FRANCEAGRIMER A EN CHARGE LA COORDINATION ET LA MISE EN PLACE DES CAMPAGNES DESTINEES A PROMOUVOIR LES VINS FRANÇAIS, TANT EN EUROPE QUE DANS LES PAYS TIERS.

En France, la filière viticole bénéficie de deux types d'aides pour la promotion de ses produits : les aides nationales et les aides communautaires. Chaque année, le Conseil d'administration de FranceAgriMer définit le montant des aides nationales allouées à la promotion du vin : environ 10 M€/an. "Une part de ce budget assure le financement des campagnes de publicité mettant en valeur de façon collective la qualité des vins français. Ces campagnes couvrent l'ensemble de l'offre française et sont réparties sur huit marchés cibles : la Grande-Bretagne (marché phare), l'Allemagne, les Pays-Bas, les États-Unis, la Russie, le Canada, la Chine et le Japon", explique Marie Chieusse, de l'unité Aide à la promotion.

FranceAgriMer pilote les projets menés avec les agences de communication qui ont été sélectionnées sur ces huit marchés. En fonction des habitudes alimentaires des consommateurs des pays-cibles, celles-ci développent différentes actions publicitaires ou promotionnelles : campagne média, radio TV, affichage (visuels ci-dessous utilisés en Allemagne et en Russie), formations de prescripteurs (cavistes, distributeurs), organisation d'événements (Apéritifs à la française...), présence sur différents salons, promotion en grandes et moyennes surfaces ou en restauration, sites internet (www.vins-france.com, www.wines-france.us...), etc. Tous les dix ans, une réflexion est menée pour connaître les possibles réorientations stratégiques et marketing de ces actions. Les résultats de cette enquête seront révélés fin septembre.

L'autre part du budget est destinée à aider les interprofessions à financer leurs campagnes propres en dehors de l'hexagone. En 2010, 17 dossiers viticoles et cidricoles en ont bénéficié. Les aides communautaires, quant à elles, comprennent deux volets. Les programmes de promotion dits horizontaux offrent aux interprofessions de produits et de pays différents la possibilité de s'allier pour réaliser ensemble des actions promotionnelles en Europe ou à destination des pays tiers. Les vins de Bourgogne se sont associés, par exemple, avec le Parmigiano Reggiano, le jambon de Parme et les vins de Porto pour valoriser leur haute qualité d'AOP sur le marché anglais. Par ailleurs, les programmes de promotion au titre de l'OCM viti-vinicole permettent, pour leur part, de cofinancer à hauteur de 50 % les actions conduites par les interprofessions et les entreprises privées vitivinicoles sur les marchés extérieurs, avec un budget fixé à 180 M€ sur la période 2008/13.

