

La diffusion des innovations institutionnelles de la Région Champagne-Ardenne à la Bourgogne et à l'Alsace le cas du crémant

Blouet Emmanuelle, Arnaud Diemer, Perronnet Anne-Sophie*

Résumé

Depuis la seconde moitié du 19^{ème} siècle, le secteur de la vini-viticulture champenoise a été le lieu d'innovations institutionnelles. Ces dernières ont largement contribué à la formation du « *patrimoine institutionnel national* » et la mise en place progressive d'un système de régulation qui a servi de modèle d'organisation du secteur vini-vicole dans de nombreuses autres régions françaises. Dans le cas du Crémant, la Bourgogne et l'Alsace ont profité du dynamisme économique et social de la région Champagne-Ardenne. La diffusion des innovations institutionnelles s'appuie d'une part, sur un modèle d'organisation particulièrement développé (caves coopératives, maisons de négoce, vigneron - récoltants, UPEC, INAO, CIVA, BIVB, INRA, ONIVINS...), d'autre part, sur un ensemble de signes distinctifs (AOC, VMQPRD, cahiers des charges, décrets de l'INAO...), reconnaissance officielle d'une qualité supérieure. On assiste ainsi à l'émergence de formes hybrides, combinant à la fois une logique marchande (contrairement à son aîné "*le Champagne*", le Crémant reste cependant un produit régional, dont le seuil de production semble avoir atteint rapidement ses limites) et des organisations institutionnalisées.

I) CONTEXTE HISTORIQUE ET INNOVATIONS INSTITUTIONNELLES

La réglementation du crémant est née de l'ambiguïté entre les mousseux AOC¹ et les mousseux pouvant être élaborés en cuves closes ou par simple gazéification. A l'origine, le Crémant était champenois et était produit sous la dénomination de "*Cramant*" (mousse réduite, plus légère) : c'était un champagne avec une pression de 2.5 à 3.5 atmosphères dans la bouteille.

Les Champenois ont toutefois décidé de ne se consacrer qu'à un seul vin effervescent : le Champagne. En effet, le succès de l'AOC "*Champagne*" à partir du début du siècle a incité les Champenois à la mettre en avant et à limiter le recours à la mention "*Cramant*". Ces derniers ont alors encouragé certaines régions à produire du Crémant, sous deux conditions :

* Enseignant-chercheur à l'Institut Supérieur Agricole de Beauvais (ISAB), chercheur au CERAS, université Reims-Champagne-Ardenne.

¹ Une AOC, ou Appellation d'Origine Contrôlée, est un qualificatif donné à tout produit de qualité d'une certaine région, issu d'une fabrication très réglementée. Elle est donnée par l'INAO, Institut National des Appellations d'Origine, qui contrôle le respect des conditions de fabrication, de rendements, et de toutes autres opérations effectuées sur la matière première et sur le produit en cours de fabrication. L'AOC présente deux caractéristiques. Elle est d'une part une reconnaissance officielle d'une qualité supérieure. Elle exprime alors pour le consommateur le critère d'une antériorité de qualité. Elle traduit les caractéristiques réelles d'un produit donné, non mentionnées sur l'étiquetage, et obtient alors la confiance du consommateur. Elle détermine d'autre part une méthode de récolte de la matière première, une méthode de fabrication... qui confère à ce produit une qualité constante et des caractéristiques communes pour les produits de même appellation issus de producteurs différents. L'AOC est alors la garantie d'une typicité de part les conditions de réalisation et le terroir.

(1) que la mention **Crémant** soit réservée à des vins mousseux AOC

L'AOC "*Crémant de*" demande le respect de strictes conditions de production, définies en 14 articles dans les décrets de l'INAO (crémant d'Alsace et de Bourgogne). Ce cahiers des charges, symbole d'une certaine discipline de production, peut se résumer de la façon suivante :

Cahier des charges

<i>Art 1 et 2 Une aire de production délimitée</i>	Les vins destinés à l'élaboration du Crémant ne peuvent provenir que des raisins blancs ou rouges récoltés dans l'aire de production relative aux vins à appellation contrôlée
<i>Art 3 Les cépages acceptés</i>	L'Alsace autorise six cépages : le Pinot Blanc, l'Auxerrois, le Riesling, le Pinot Noir, le Pinot Gris et le Chardonnay. La Bourgogne a défini deux catégories de cépages : la 1ère catégorie comporte le Pinot Noir, le Pinot Gris, le Pinot Blanc et le Chardonnay; la 2ème catégorie est composée du Gamay noir à jus blanc, l'Aligoté, le Melon et le Sacy.
<i>Art 4 La déclaration de l'intention de production</i>	Les viticulteurs sont tenus de souscrire, avant la récolte, une déclaration à l'INAO qui permet d'identifier les parcelles destinées à la production de crémant.
<i>Art 5 Trois conditions de vendange à respecter</i>	<ul style="list-style-type: none"> - La date des vendanges de l'AOC Crémant d'Alsace, par exemple, est fixée par le Comité Régional d'Experts des Vins d'Alsace. Cette date précède généralement de plusieurs jours la date des vendanges de l'appellation Alsace. - Chaque lot de vendange doit présenter une maturité convenable avec une richesse minimale de 145 grammes de sucre par litre de moût, soit un titre alcoométrique de 8,5°. La Bourgogne n'exige que 136 grammes de sucre par litre. - Les raisins doivent être récoltés manuellement, transportés dans des récipients non étanches et mis entiers dans le pressoir.
<i>Art 6 Des rendements plafonnés</i>	En Alsace, le rendement annuel maximum est de 100 hectolitres par hectare de vigne en production. La Bourgogne exige un rendement maximum beaucoup plus faible, soit 50 hl / ha.
<i>Art 7 Une extraction du moût limitée</i>	Le rendement au pressoir doit être de 150 kg pour 100 litres de moût destiné à l'élaboration du Crémant, avec obligation de séparer les vins de " <i>rebêche</i> " qui doivent représenter au minimum 7% de la quantité ayant droit à l'appellation.
<i>Art 8 Des conditions techniques exigées</i>	Les matériels de foulage et de pressurage doivent être dépourvus de vis d'Archimède et de chaînes.
<i>Art 9 La tenue du carnet de pressoir</i>	Elle est obligatoire.

<p><i>Art 10 Les conditions d'élaboration du crémant</i></p>	<p>- Le crémant doit être élaboré par seconde fermentation en bouteilles exclusivement dans son aire de production respective, définie précédemment. - Le tirage correspondant ne peut avoir lieu avant le 1er janvier de l'année qui suit la récolte. - La durée de conservation en bouteilles sur lies ne peut être inférieure à 9 mois.</p>
<p><i>Art 11 Le contrôle de la qualité par l'INAO</i></p>	<p>Les vins revendiqués en AOC Crémant sont soumis à deux contrôles analytiques et organoleptiques, appelés "Agréments".</p>
<p><i>Art 12 La communication du produit "Crémant de Bourgogne"</i></p>	<p>L'appellation "<i>Crémant de Bourgogne</i>" doit être inscrite et accompagnée de la mention "<i>appellation contrôlée</i>", le tout en caractères apparents. Le conditionnement et la présentation de la bouteille doivent faire apparaître une étiquette et un bouchon au libellé "<i>Crémant de Bourgogne</i>"</p>
<p><i>Art 13 La responsabilité des institutions</i></p>	<p>La délivrance par l'INAO d'un certificat "<i>Crémant de</i> " après avis d'une commission de contrôle désignée par un comité directeur de l'institut et composée des représentants des producteurs, élaborateurs et de l'administration (DGI, DGRF).</p>
<p><i>Art 14 Une législation stricte</i></p>	<p>Tout producteur vendant un vin sous le nom du Crémant, alors qu'il ne répond pas à toutes les conditions définies par le décret est poursuivi conformément à la législation générale sur la répression des fraudes et sur la protection des appellations d'origine.</p>

(2) que l'utilisation de la mention "*méthode champenoise*" soit abandonnée au profit de "*méthode traditionnelle*" afin d'éviter toute ambiguïté entre le Champagne et le Crémant.

Tous les raisins recueillis pour la production de Crémant sont ainsi issus de parcelles situées dans l'aire d'appellation. Pour respecter les méthodes d'élaboration dictées par l'INAO, le raisin se cueille et se transporte avec un soin extrême. Récoltées manuellement et acheminées dans des bacs perforés jusqu'aux chais, les baies sont alors pressées délicatement en plusieurs fois pour offrir un choix de qualité, dans la limite de 150 kg de vendanges pour 100 L de jus. Les jus minutieusement sélectionnés donnent alors naissance à un assemblage savant, pour une première fermentation. Cette fermentation alcoolique a lieu durant trois semaines à basse température. Aussitôt finie, un premier soutirage est effectué. La phase de stabilisation du vin commence alors pour atteindre une limpidité parfaite. On parle alors de "*vin de base*". Pour obtenir un Blanc de noirs, le Pinot noir est pressé aussitôt et la couleur foncée de la pellicule de la baie n'est pas récupérée. Pour un Crémant rosé, le principe est le même mis à part qu'on extrait un tout petit peu de couleur ; le vin de base est alors légèrement saumoné. Il est obtenu par l'assemblage de plusieurs cépages, ce qui permet à chaque éleveur de typer son Crémant. Cette première étape est soumise à une dégustation d'agrément spécifique, effectuée par l'INAO afin de juger de l'aptitude du vin tranquille à devenir un vin effervescent.

Afin que la seconde fermentation (en bouteilles) se produise, une liqueur de sucre et des levures en activité (ferments) sont ajoutées au vin afin de provoquer la prise de mousse et obtenir la pression désirée. Les bouteilles séjournent ainsi sur lattes pendant neuf mois minimum. Le vieillissement sur lattes est le facteur qui influence le plus la qualité du produit. A la fin de cette période de vieillissement qui peut être encore plus longue pour certains millésimes, les bouteilles sont mises sur pointe sur des pupitres qui sont des planches perforées inclinées dont les axes de perforation se relèvent à chaque niveau. Cette opération qui dure de cinq à six semaines est longue et délicate. Elle consiste à remuer les bouteilles tous les jours de façon à les incliner progressivement sur leur pointe et les amener ainsi en position verticale afin que le dépôt de levures s'accumule dans le col de la bouteille. Cette opération se fait la plupart du temps manuellement chez les petits et moyens producteurs ; mais est réalisé mécaniquement grâce à des giropalettes dans les plus grosses structures.

Le dépôt de levures sera éjecté avec le bouchon primaire de tirage, par dégorgement manuel ou par congélation partielle du goulot. Avant de reboucher les bouteilles, une liqueur d'expédition (liqueur de sucre de canne) peut être incorporée au vin effervescent. Certains producteurs ajoutent des liqueurs très sophistiquées ce qui leur confère leur formule particulière. La bouteille est ensuite fermée avec un bouchon en liège, et muselée. Un second contrôle par l'INAO permet l'accréditation au label de qualité et l'obtention de l'appellation "Crémant de". L'étiquette peut alors être apposée et le Crémant dégusté.

On reconnaît donc bien tous les aspects de la méthode d'élaboration du Champagne². La vinification est un art, et exige pour chaque bouteille une grande patience et de l'attention.

Ces deux conditions étant réunies, la mention « *Crémant* » fût ainsi réservée aux VMQPRD (Vins Mousseux de Qualité Produits dans des Régions Déterminées) d'Appellation d'Origine, auxquels on associait le nom de la région en question. Ainsi sont nées plusieurs appellations de Crémant, dont les décrets définissent les conditions de vendanges, de fabrication... à respecter pour pouvoir prétendre à cette AOC. La Loire et la Bourgogne furent les deux premières régions à recevoir l'AOC³ par le décret du 17 octobre 1975. L'Alsace ne tarda pas à l'obtenir le 24 août 1976. Puis l'AOC fût attribuée à Bordeaux, Limoux, Die et au Jura par les décrets successifs du 3 avril 1990, du 26 août 1990, du 27 mars 1993 et de 1995.

La Bourgogne et l'Alsace (respectivement 5,5 millions et 17 millions de cols en 1997) furent les deux régions « *pionniers* » dans le développement du crémant. Leur modèle d'organisation trouve ses origines dans un contexte historique, social et économique.

En Alsace, c'est la famille Dopff, installée à Riquewihr dans le Haut-Rhin, qui est à l'origine de la vinification par la méthode champenoise de vins d'Alsace (**processus d'innovation importé**). En effet, à l'exposition universelle de Paris en 1900, Julien Dopff remarqua un chantier de dégorgement champenois en fonction. Il fit alors un stage de trois ans en Champagne pour apprendre les techniques d'élaboration des "*vins qui moussent*". Puis il appliqua la méthode sur des vins blancs d'Alsace. Après plusieurs essais de cépages, il choisit en définitive les plus neutres de goût : les Pinot noirs et blancs. Les Champenois n'ayant pas protégé le mot Crémant, l'Alsace a, comme de nombreuses régions par la suite, utilisé ce terme pour désigner certains de ses vins mousseux.

² Voir annexe A

³ Cette Appellation n'est pas réservée à la France ; il est aussi possible de trouver du Crémant du Luxembourg et deux autres appellations "*Crémant de*" viennent de naître en Allemagne.

Le 7 novembre 1974 Messieurs Dopff (père et fils) et Sparr, deux producteurs négociants et les coopératives d'Eguisheim et de Westhalten se sont constitués en Syndicat pour mettre en place le long processus de législation de l'appellation "*Crémant d'Alsace*", qu'ils ont finalement obtenu le 24 août 1976.

En Bourgogne, ce sont les champenois eux-mêmes qui ont, au milieu du XIX^{ème} siècle, instauré leur méthode de vinification sur des vins de Bourgogne (**processus d'innovation exportée**). La fabrication des bulles en Bourgogne a commencé en deux endroits : le point de Rully et celui de Nuits-Saint-Georges. Pour Rully, c'est François Hubert, un caviste d'Avise, qui est venu sur la Côte Chalonnaise en 1840 à la suite de la demande de Petiot Greffier. On a alors produit pendant de nombreuses années des "*Bourgogne mousseux blancs*", "*rosés*" et "*rouges*". Cependant de nombreux producteurs de vins choisissaient cette alternative pour écouler du vin de mauvaise qualité, la qualité des mousseux n'était alors pas garantie.

C'est ainsi que vers la fin des années 1960, le Président de l'UPECB (Union des Producteurs et Elaborateurs de Crémant de Bourgogne), Mr Dellorme, a participé avec une petite équipe à la réalisation de nombreuses expérimentations sur les cépages et les vins de base. L'objectif final était d'obtenir une appellation "*Crémant de Bourgogne*" et pour cela il fallait améliorer la qualité initiale des vins mousseux bourguignons. Les expérimentations entreprises ont ainsi pu mettre en évidence la matière première nécessaire à la qualité recherchée. Le plus difficile fût cependant d'amener la profession (c'est-à-dire les viticulteurs) à travailler à partir de raisins et non plus de vins de base.

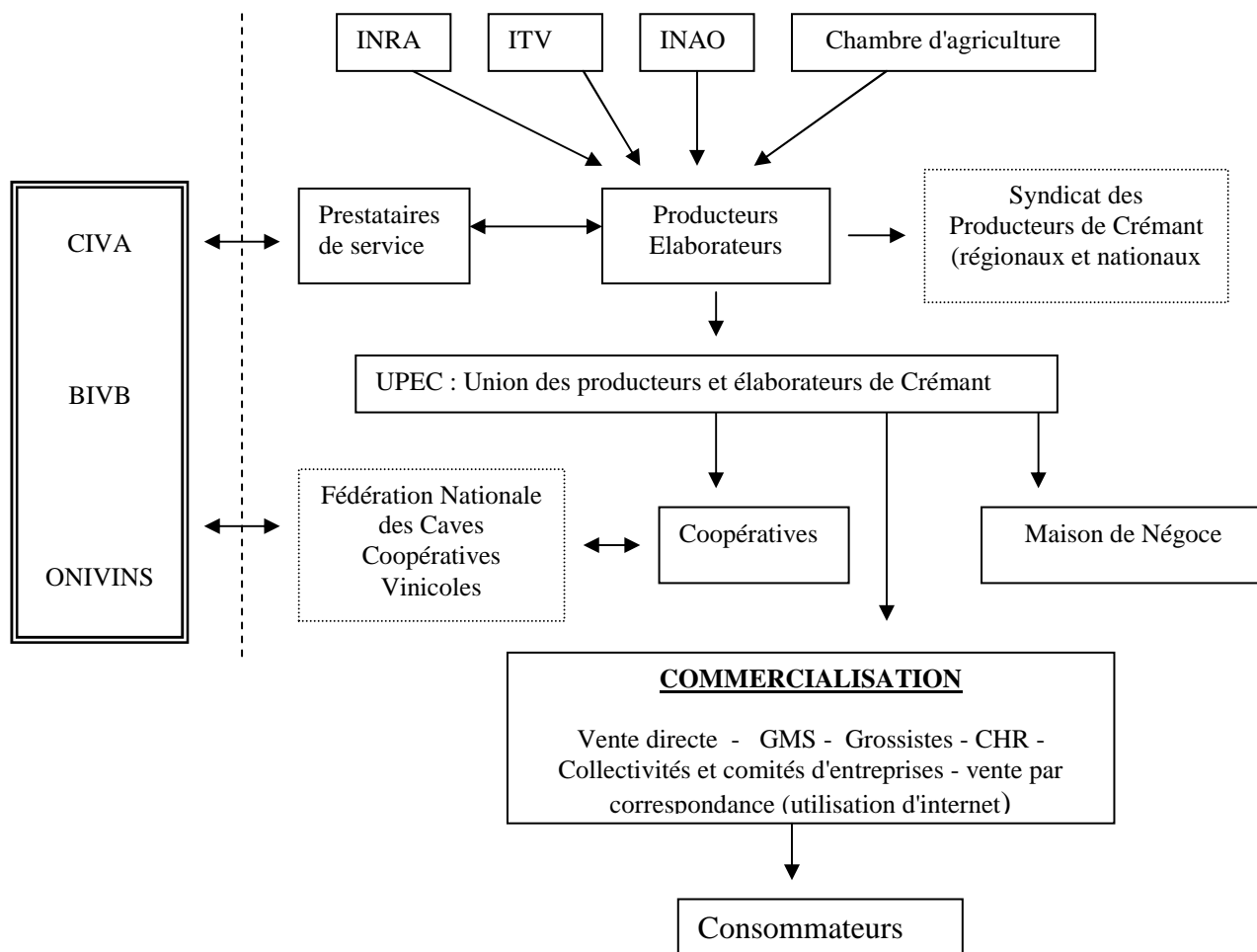
II) L'ORGANISATION DE LA FILIERE ET DES FORMES INSTITUTIONNELLES

L'étude de la filière du Crémant présente trois avantages :

- elle présente les nombreux opérateurs (on parlera *d'organisation institutionnelle*) dont l'activité se situe à divers niveaux de la production et de la commercialisation du produit (de la matière première au produit fini)
- elle rappelle que le produit est valorisé à travers une chaîne de valeur (Porter, 1992, 1996) et que la "*Supply Chain Management*" s'intéresse à la répartition de la valeur entre les différents acteurs de la filière.
- elle souligne enfin que le bon fonctionnement du système repose sur la présence d'organismes qui assurent le contrôle de la production (signe de qualité) et la promotion de la commercialisation (souci de rentabilité).

(1) Les différentes formes organisationnelles de la filière

Si la principale motivation des régions et des opérateurs consiste à valoriser des cépages et à élargir la gamme des vins présentée aux structures intermédiaires (ou au client), l'hétérogénéité des opérateurs (récoltants, union de producteurs, coopérative, prestataires de service, maison de négoce) de la filière Crémant, est là pour rappeler que la coordination verticale et horizontale est un élément déterminant de l'efficacité du système institutionnel (voir schéma). Au delà de cette approche, c'est également l'émergence de formes hybrides (Williamson, 1998, 1996, 1975), assimilant formes organisationnelles et lois du marché, qui tend à apporter une réponse aux différentes questions posées sur le mode de régulation de la filière Crémant.



Les caves coopératives

L'origine des coopératives⁴ vinicoles est bien antérieure à la mise en place des décrets "Crémant de". En Alsace, la destruction de nombreux villages mais aussi de tout le vignoble pendant la seconde guerre mondiale a conduit les viticulteurs à se regrouper afin de relancer l'outil de production le plus rapidement possible. Nombreuses sont les caves coopératives alsaciennes datant de l'après guerre. La coopération ne se limite cependant pas à un fait de guerre, elle exprime également une réelle volonté de regroupement des viticulteurs. Elle permet en effet de réduire les coûts de production (volumes à traiter plus élevés, amortissement des coûts fixes), d'alléger les charges de travail des viticulteurs (puisque la production et la commercialisation sont assurées par les salariés de la coopérative) et d'offrir la possibilité à ces derniers de participer à la gestion de "l'entreprise". A la mise en place du décret, aucune coopérative ne s'est intégralement lancée dans la production de Crémant, à l'exception des coopératives d'Eguisheim (appelée aussi Wolfberger) et Westhalten. D'autres coopératives telles que Metz Laugel et Benwihr ont attendu 1982 et le développement du marché du Crémant. Contrairement à l'Alsace, les caves coopératives bourguignonnes intéressées par la production de vins effervescents, se sont toutes lancées dans la production et la commercialisation du Crémant dès la mise en place de l'Appellation. La maison du Crémant constitua une commission technique (composée de gens de Saône et Loire) afin de conseiller les différents producteurs élaborateurs.

⁴ Une cave coopérative fonctionne autour de deux collèges, celui des propriétaires et celui des salariés. Dans le collège des propriétaires, les adhérents sont actionnaires au prorata de leur apport en raisin et la répartition du profit se fait en fonction des actions. L'ensemble de ces adhérents forme le conseil d'administration qui élit un bureau à rôle exécutif constitué d'un président, d'un vice président, d'un secrétaire et d'un trésorier. Le collège des salariés est constitué de différents services : administratif, comptable, technique, production, commercial ; le tout dirige par le directeur général.

Les négoce

Dès le début du XX^{ème} siècle, de nombreux négociants, tel que la Maison Moingeon en Bourgogne, élaborèrent des mousseux blancs, rosés et rouges. Suite au décret de 1975, les négoce se sont réellement lancés dans la production de Crémant, sans pour autant abandonner la production de vins mousseux. Ainsi la Veuve Ambal (le plus gros élaborateur de Crémant en France) produit près de trois millions de cols de vins effervescents par an, dont 1,5 millions de cols en Crémant de Bourgogne.

Contrairement à la Bourgogne (et à la Champagne), il n'existe pas de grands négoce de vins en Alsace, à l'exception de la Maison Dopff. L'organisation viticole repose donc sur le dynamisme des caves coopératives. On peut dire aujourd'hui que l'émergence du Crémant d'Alsace a été profondément influencé par la culture de la région, c'est-à-dire l'ensemble des traditions, des croyances, des valeurs mais aussi par un certain dynamisme et une volonté d'indépendance (Come, Diemer, 1995).

Les vigneron - récoltants (producteurs - élaborateurs)

Tel que nous l'enseigne la théorie de la diffusion (Rogers, 1962), on peut distinguer deux catégories de vigneron-récoltants, **les innovateurs**, à l'origine de l'appellation, et **les suiveurs** (comportement mimétique). Dans le cas d'une innovation agricole, il est en effet courant que les producteurs indépendants calquent leur comportement sur celui des structures intermédiaires : distributeurs (dans le cas de semences), coopératives ou/et maisons de négoce. Le cercle des producteurs s'est donc très vite élargi, dès 1982, pour réunir aujourd'hui près de 500 élaborateurs au sein du Syndicat des Producteurs de Crémant d'Alsace (contre 300 en Bourgogne).

Les prestataires de services

Les prestataires de services intervenant dans la filière du Crémant, sont peu nombreux. Cependant leur présence est indispensable, particulièrement pour les producteurs - élaborateurs. En effet, les vins effervescents selon la "*méthode traditionnelle*" demandent une technicité de pointe, notamment pour le dégorgement. Etant donné la faiblesse des volumes, aucun vigneron - récoltant d'Alsace ou de Bourgogne ne peut investir dans le matériel nécessaire pour cette manipulation. Certains producteurs font également appel à un prestataire de service pour la mise en bouteille, l'étiquetage qui doit être standard ou encore les appareils de remuage (giropalettes).

Les distributeurs

Actuellement, 50% du Crémant d'Alsace est mis sur le marché par les maisons traditionnelles du Négoce, 35% par les coopératives viticoles et 15% par les vigneron - récoltants. La commercialisation se fait généralement par l'intermédiaire de la vente directe, de la grande distribution (GMS), des grossistes, des cafés - restaurants, des collectivités et comités d'entreprises, et des ventes par correspondance (notamment avec Internet).

Les coopératives et les négoce ont une stratégie de distribution bien différente de celle des vigneron - récoltants. Ces derniers écoulent presque l'intégralité de leur production en vente directe. Ils jugent le Crémant comme un produit du terroir et ne souhaitent donc pas le dévaloriser en grande distribution. De plus, comme ils exploitent le Crémant dans des régions très touristiques et réputées pour leurs vins tranquilles, le recours à un intermédiaire est inutile.

Les organismes et institutions gravitant autour de la filière

Les organismes et institutions publics ou privés, nationaux ou régionaux ont principalement trois fonctions : assurer la qualité et la traçabilité du produit (prestations techniques, contrôle), promouvoir le produit sur le marché des effervescents et établir un suivi de la filière (analyses statistiques...).

L'UPEC (Union des Producteurs et Elaborateurs de Crémant, près de 300 adhérents) est en relation permanente avec les négociants, les producteurs et les coopératives. Elle organise les dégustations d'agrément, fait respecter la législation et joue un rôle dans la promotion du produit (faire connaître ce produit revient à maintenir un haut degré de qualité, d'où la nécessité des contrôles réguliers effectués par des organismes publics ou privés).

L'INAO (Institut National des Appellations d'Origine), établissement public à caractère administratif, a un rôle de reconnaissance et de contrôle des AOC pour la délimitation des aires géographiques de production, la fixation des conditions de production et d'attribution des agréments. Il est le garant des appellations qu'il attribue par décrets officiels. Par sa rigueur, il défend indirectement les intérêts des producteurs. Ses ministères de tutelle, *Agriculture et Finances*, acceptent ou refusent les projets transmis par l'INAO mais ne peuvent en aucun cas les modifier. L'INAO assure le suivi des conditions de production et contribue à la défense de ces appellations, tant en France qu'à l'étranger, en luttant contre les fraudes et les contrefaçons existantes sur le marché. Ainsi protège-t-il de manière significative le marché des AOC.

Les interventions de l'INAO s'effectuent en deux étapes. Dans un premier temps, il collecte et saisit les déclarations d'intentions de production (annexe B) de raisins destinés à être transformés en Crémant (sur ces fiches, les élaborateurs précisent leur activité et la superficie qu'ils réservent à la production de vins de base destinés à l'élaboration du Crémant). Ceci sensibilise les viticulteurs à valoriser leur production en Crémant. Un viticulteur qui n'aurait pas renvoyé cette déclaration à temps (début septembre) ne pourrait pas produire de Crémant. Une fois les vins de base élaborés, ces derniers sont soumis à une demande d'autorisation de mise en œuvre qui consiste en l'obtention de l'agrément (analyses chimiques et dégustations). La dégustation est organisée par l'INAO, en association avec l'UPEC et le Syndicat des Producteurs et Elaborateurs de Crémant.

De même que l'INAO et l'UPEC, **le Syndicat des Producteurs et Elaborateurs de Crémant** joue un rôle important dans l'organisation et l'attribution d'agrément des vins, ainsi que dans la défense de l'appellation et la promotion du produit. Les campagnes de promotion du Crémant par le syndicat ont eu un réel succès en Alsace. Le syndicat national s'engage à présent dans l'élargissement de la promotion à la France entière, par l'intermédiaire des Syndicats régionaux. En effet, il existe sept syndicats régionaux dont l'activité est liée à la région d'appellation. La promotion nationale est un objectif relativement difficile à atteindre du fait des difficultés naturelles et économiques auxquelles se heurte l'appellation "*Crémant de*".

La Fédération Nationale des Caves Coopératives Viticoles est née au milieu du XXème siècle. Elle aide l'ensemble des coopératives à commercialiser leurs produits, à régler leurs problèmes de gestion et les représente au niveau des institutions telles que les interprofessions. De plus, elle forme les adhérents aux notions de vente, de comptabilité, management... et suit la gestion des caves coopératives.

A côté de ces organismes nationaux, il existe une pléthore d'institutions régionales. Ces dernières sont présentes afin d'aider, de conforter et d'appuyer les décisions des organismes nationaux.

Il en est ainsi pour **les sept Syndicats régionaux** que sont le Syndicat des producteurs de Crémant d'Alsace à Colmar, l'Union des producteurs et élaborateurs de Crémant de Bourgogne à Mercurey, le Syndicat général des vignerons producteurs de Crémant de Loire à Saumur, le Syndicat viticole des AOC de Die à Vercheny, le Syndicat des vins AOC de Limoux à Limoux, la Société de viticulture du Jura à Lons-le-Saunier et le Syndicat des élaborateurs de Crémant de Bordeaux à Beychac & Caillau. Les producteurs de Crémant y adhèrent obligatoirement.

Le CIVA (Conseil Interprofessionnel des Vins d'Alsace) siégeant à Colmar et le **BIVB** (Bureau Interprofessionnel des Vins de Bourgogne) à Beaune sont comme leur nom l'indique les deux interprofessions alsacienne et bourguignonne. Elles éditent d'une part des statistiques sur l'évolution de la production, du marché et des exportations, et font d'autre part la promotion de leurs vins. Rappelons que la reconnaissance du Crémant par ces deux interprofessions n'a pas été immédiate du fait de la nouveauté du produit.

Les INRA (Institut National de la Recherche Agronomique), **les ITV** (Institut Technique du Vin) et les **Chambres d'Agriculture** sont également des organismes qui gravitent autour de la filière du Crémant. Ces trois entités tiennent essentiellement des rôles techniques en réalisant des essais (phytosanitaires...) sur les vignobles et en conseillant les viticulteurs.

III) LE MARCHE DU CREMANT

Nous avons souligné précédemment que l'émergence du Crémant reposait principalement sur trois éléments : le contexte historique, la diffusion d'innovations institutionnelles, l'implication des différents acteurs au sein d'une filière parfaitement organisée. Il convient maintenant de définir un peu plus précisément ce que l'on entend par marché du crémant, ainsi que les perspectives qui s'offrent à ce produit du « *terroir* ».

A. Définition du marché

Le Crémant est un vin effervescent d'appellation d'origine, élaboré selon la méthode traditionnelle. Le marché des vins effervescents englobe les effervescents « *aromatisés* » et les effervescents « *nature* ». Le Crémant appartient à la catégorie des effervescents « *nature* » qui se caractérise les deux productions suivantes : les cuves closes regroupant à la fois les vins mousseux (VM) et les vins mousseux de qualité (VMQ), les AOC.

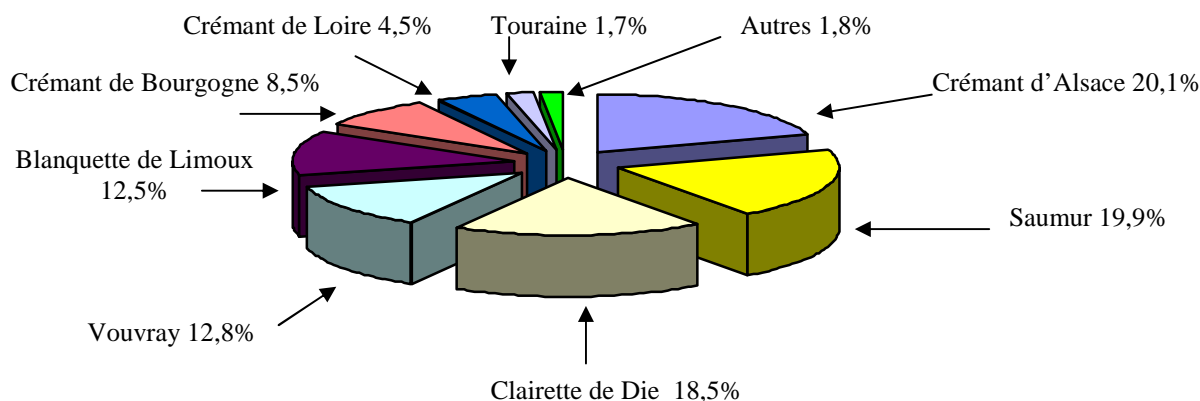
A celles-ci, s'ajoutent deux productions annexes, les vins élaborés selon la méthode rurale ou ancestrale et les vins pétillants gazéifiés appelés aussi « premiers prix ».

A l'image de nombreux produits vinicoles, le marché du Crémant est à la fois ouvert et fragmenté. Ouvert, car il est facile à un producteur récoltant d'y entrer. Ce dernier ne rencontrera pas de difficultés particulières à commercialiser sa production de Crémant car il s'agit avant tout d'un produit de diversification. Il n'existe pas de barrières à l'entrée (technologiques ou financières). Fragmenté, car de nombreux entreprises se partagent ce marché. Arthur Metz Laugel a une position de leader sur les crémants de Bourgogne et Alsace (22% en volume), viennent ensuite de nombreux négoce et coopératives.

Caves et Coopératives	Parts de marché (en volume)
Arthur Metz Laurel	22%
La Cave d'Eguisheim	15,5%
Veuve-Ambal	6,6%
Négociant Dopff	5,7%
Bestheim	4,4%
Maison Moingeon	2,6%
Beblenheim	2,2%

(Source : entretien avec les différents acteurs)

Le marché des effervescents est très encombré et le crémant est confronté à de nombreux concurrents potentiels. Il s'agit tout d'abord d'une **concurrence intra-segment**. Ainsi en Bourgogne, la Maison Moingeon se trouve fortement concurrencée par le leader bourguignon Veuve Ambal, mais également par des élaborateurs alsaciens. La **concurrence inter-segment** montre quant à elle, que huit vins se disputent le marché des AOC mousseux nature. Les deux principaux concurrents du Crémant sont les vins de Saumur et la Clairette de Die.



Source : Univers Boissons

Le Crémant d'Alsace et le Crémant de Bourgogne⁵ sont sérieusement ancrés au marché des AOC. Ces deux appellations ont enregistré les meilleures progressions, respectivement de 30% et 25% entre 1996 et 1997.

Le Crémant doit également faire face à la **concurrence générique**. Il s'agit principalement du segment des *cuves closes*, autrement appelé « *blancs de blanc* ». Les différences d'élaboration entre les cuves closes et les méthodes traditionnelles n'ont pas toujours été bien perçues par les consommateurs. Au début des années 90, le consommateur avait dû mal à apprécier un linéaire dans lequel étaient mélangés cuves closes et AOC. Un consommateur non initié était alors prêt à payer plus cher une marque à forte notoriété plutôt qu'une AOC dont il ne mesurait pas la qualité⁶. Aujourd'hui, les opérateurs cherchent à remédier à cette situation en pratiquant une politique de différenciation du produit (marque et qualité).

⁵ Ce phénomène traduit certes un engouement du consommateur pour le produit cependant il ne faut pas oublier qu'à cette même période, les prix moyens de ces deux produits baissaient de 0,5% pour le Crémant d'Alsace et de 2,2% pour le Crémant de Bourgogne sur un marché AOC dont le PVC avait augmenté de 1,6% (Rayons Boissons, 1997).

⁶ Les fabricants de Crémant s'insurgent encore aujourd'hui contre cette situation, car leurs coûts de revient sont nettement supérieurs à ceux des VMQ. Par exemple, le prix de l'hectolitre d'un vin sans appellation se situe autour de 450 F alors que celui d'un crémant s'élève au moins à 800 F. Il faut ensuite ajouter le coût de manipulation et de stockage qui est plus important pour les méthodes traditionnelles.

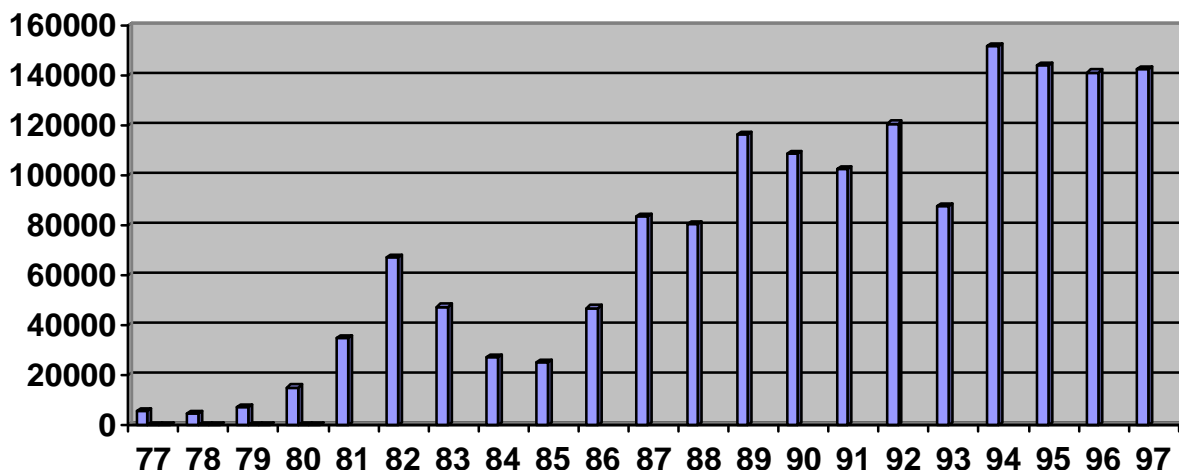
Le Champagne n'est pas considéré comme un concurrent direct du Crémant. Leur méthode de fabrication est certes très proche, cependant le Champagne a une histoire, un prestige, une notoriété qui font que crémants et champagnes ne jouent pas sur les mêmes marchés. Le Champagne peut toutefois en période de crise, « faire de l'ombre » aux ventes de Crémant. La crise champenoise de 92-93 en est un cuisant exemple. Face à des champagnes 1^{er} prix à 40 F, le Crémant, comme les autres AOC, n'avait plus sa place sur le marché des effervescents car le consommateur préférait acheter un champagne (même si à un tel prix, la qualité n'était plus garantie) plutôt qu'un crémant « haut de gamme ».

Le Crémant doit enfin faire face à la concurrence des vins tranquilles de chaque région. Le Crémant est en effet une forme de diversification pour la plupart des élaborateurs. Si le marché des vins tranquilles est en effervescence, on ne peut espérer le développement du marché du Crémant. Ainsi, le prix du Crémant est indexé sur le prix des vins tranquilles de chaque région (en 1998, une pièce de Crémant de Bourgogne s'élevait à 3500 F alors que celle d'un bourgogne rouge était de 4300 F).

B. La place de la Bourgogne et de l'Alsace

Malgré un lancement dynamique, la vitesse et l'ampleur de développement du Crémant n'ont pas été les mêmes en Bourgogne et en Alsace. L'Alsace est aujourd'hui la principale région productrice de Crémant en France avec 17.4 millions de cols, contre 5.6 millions pour la Bourgogne.

En Alsace, la croissance a été rapide (augmentation de 200% sur les quinze dernières années, à compter de l'année charnière 1982) et discontinue. La courbe ci-dessous présente l'évolution de la production de Crémant d'Alsace depuis 1977. L'Alsace est passée d'une production de 5800 HL en 1977 (après l'obtention du décret) à une production de 67000 HL en 1982. Cette production a ensuite diminué jusqu'à 25000 HL, puis augmenté pour atteindre très vite 84000 HL et dépasser les 100000 HL en 1989. Le cépage utilisé reste majoritairement le Pinot blanc, suivi du Pinot noir, du Riesling et du Tokay.



Source : CIVA, service statistique

En se référant à la courbe ci-contre, on remarque que les années 1982, 89 et 94 ne semblent pas à première vue les seuls pics de production. Cela est dû aux dépressions plus ou moins importantes, relatives à la liquidation des stocks, qui se sont produites entre ces différents pics. En

effet, entre 82-87 et 87-89, il n'y a pas de croissance explosive de la production (écart de 16613 HL soit 25% en cinq ans, et 32631 HL soit 39% en deux ans).

Les années de faible production peuvent s'expliquer par un approvisionnement difficile en vins de base dû à une demande en vins tranquilles et à des conditions climatiques favorables à la valorisation des cépages en vins tranquilles, ou par un déstockage massif des cols produits lors des pics de production. La vente n'avait alors pas suivi les quantités fabriquées.

L'explosion de 1982 pourrait avoir, selon nous, quatre origines :

- ❶ des rendements très importants qui ont permis la valorisation du surplus en Crémant
- ❷ une crise des vins tranquilles dont les prix ont chuté ce qui a eu un effet de levier sur la production du Crémant. Ce fut au moins le cas de la Bourgogne.
- ❸ une demande du consommateur
- ❹ une reconnaissance du Crémant par les interprofessions qui ont alors débloqué des fonds pour la promotion du Crémant. Cette hypothèse ne se vérifierait certainement pas puisque les campagnes de promotion mettant en avant le Crémant avec les vins tranquilles sont récentes (les premières datent de 94). Ceci serait donc plutôt un facteur de développement pour le pic de production de 1994.

En 1989 et 1992, les causes de la hausse de production semblent être différentes : la grande distribution s'est lancée à la fin des années 80 dans la vente de vins effervescents hors Champagne. Elle a donc suscité un grand intérêt pour les structures productrices et négociantes de moyenne et grande taille qui misent sur une part de marché en volume pour conquérir le marché. La crise du Champagne de 92 pourrait aussi expliquer la remontée du Crémant en 94. La succession d'hypothèses qui suit nous le présente. Les prix baissant excessivement, le Champagne s'est retrouvé dans le segment de marché du Crémant et lui a causé du tort car les consommateurs ont alors préféré, pour le même prix, acheter du Champagne plutôt que du Crémant. En 1992, la production est restée importante (120863 HL) car les élaborateurs n'ont sans doute pu constater l'effet de la baisse des prix du Champagne avant de récolter, la majeure partie des ventes des effervescents ayant lieu dans les trois mois qui précèdent les fêtes de fin d'année. Afin de rattraper les ventes perdues, la production de 93 a été largement diminuée pour écouler les stocks, et les quantités commercialisées ayant été relativement bonnes cette année-là, ils ont pu réaugmenter la production de 1994 de manière conséquente.

Le marché semble se stabiliser ; ceci est visible sur les trois dernières années où par ailleurs la production est sensiblement inférieure à celle de 1994. En effet, le prix du cépage Pinot blanc (le plus utilisé pour la fabrication de Crémant) a augmenté de 15% alors que le PVC a baissé dans le même temps de 3%. Ce différentiel a été compensé par le retour à une production légèrement inférieure ou dans certains cas par la baisse des marges des opérateurs. Les producteurs de Crémant sont d'ailleurs rentrés à ce moment-là dans une phase de concurrence sur les prix dont les explications sont données dans la partie concernant l'adaptation des prix. Les opérateurs vendent à présent leur production sur des "marchés de prix" (Monsieur Dellorme, entretien du 12.06.99).

En Bourgogne, la croissance a été plus continue qu'en Alsace. Seuls les pics de production de 1982 et 1992 modifient la lente croissance de la production du Crémant bourguignon. Cette croissance ralentie pourrait être due à la lenteur de l'implantation commerciale ou à la forte demande de vins tranquilles bourguignons. Les causes des deux développements spectaculaires précédemment cités sont sans doute liées aux hypothèses faites pour le Crémant d'Alsace. De même, la tendance de la production, comme pour l'Alsace, semble être à la stabilisation depuis le début des années 90. Actuellement, le volume en production est d'environ 40000 HL soit l'équivalent de 5.3 millions de cols.

1. Le Crémant : un produit du terroir

Le marché du Crémant est avant tout métropolitain. En Alsace, 90% de la commercialisation reste au niveau national. La Bourgogne exporte davantage son Crémant (15%), mais ce pourcentage reste limité au regard de l'ensemble des vins de Bourgogne (55%).

Mais plus qu'un produit métropolitain, le Crémant a un statut de produit régional. L'exemple des chiffres fournis par Veuve Ambal concernant la répartition des ventes de Crémant de Bourgogne en France en est révélateur. En effet, on peut considérer que 65% des ventes de Crémant de Bourgogne sont réalisées en Bourgogne, et dans les deux régions limitrophes, à savoir l'Alsace et la Franche Comté. La Bourgogne a toujours eu d'importantes part de marché en Alsace. On peut alors se demander si le consommateur recherche uniquement un Crémant, ou s'il attache une importance à la région productrice du produit.

2. L'exportation : un marché restreint

Comme dit précédemment, les parts de marché du Crémant au niveau mondial sont limitées, avec respectivement 10% et 15% d'exportation par l'Alsace et la Bourgogne. Les principaux pays importateurs restent les voisins proches ; à savoir l'Allemagne, la Suisse, la Belgique et le Royaume-Uni. L'exportation alsacienne est, comme l'indique le graphique ci-contre, très focalisée, avec notamment un fort potentiel en Allemagne (55% du total des exportations du Crémant d'Alsace). L'exportation du Crémant de Bourgogne est répartie de manière plus homogène entre 3 pays : l'Allemagne, la Belgique et le Royaume-Uni.

Les taux d'exportation diffèrent d'une structure productrice à une autre suivant leur politique de commercialisation. Le Négoce Veuve Ambal privilégie la vente en GMS en France à l'exportation qui atteint difficilement les 9%, alors que la Maison Moingeon accorde davantage d'importance à l'exportation (15%). Enfin, les producteurs indépendants ont peu de poids sur ce marché.

3. Le trend des stocks

La demande n'a jamais égalé la production mais elle n'a de cesse augmenté. Les stocks restent importants et leur liquidation n'est pas facilitée par la difficulté de publicité. Cette dernière constitue une charge fixe, non négligeable d'autant plus que les quantités produites sont limitées à un nombre relativement faible (ne dépassant pas les 17.5 millions de cols ; pour donner un ordre de comparaison : 269 millions de cols sont produits chaque année en Champagne). Les ventes exploseraient peut-être s'il y avait une volonté de politique de communication commune aux sept régions productrices de Crémant. Cependant, il est difficile de mobiliser des acteurs de plusieurs régions autour d'un même projet de promotion nationale qui profiterait davantage aux régions dont les structures ne sont pas solidement liées. En Bourgogne, les stocks de Crémant à la propriété ont un trend de hausse depuis le milieu des années 80. A court terme, les stocks tendent à se restreindre en raison de la progression des cours de vins tranquilles qui induisent un report. A long terme, le stock régional (négoce, coopératives, propriété) de Crémant progresse plus vite que la mise en marché, surtout depuis 1998 en prévision de l'an 2000. Le ratio "stocks/commercialisation" est très fluctuant d'une année sur l'autre. En Alsace, l'explosion de la commercialisation de son Crémant explique sa part croissante dans la production des vins d'Alsace. Les ventes du Crémant d'Alsace ont été multipliées par 8 en 15 ans : 2.2 millions de cols en 1982 et 17.1 millions en 1997. Cette valorisation n'ira apparemment pas plus loin. Cependant, depuis 1995, les ventes augmentent d'année en année mais de manière assez faible : de 1995 à 1998, les ventes ont progressé de 18000 HL seulement. Aucun aléa saisonnier n'intervient dans la commercialisation du Crémant hormis les occasions festives, que ce soit en Alsace ou en Bourgogne.

Conclusion

Bien que la diffusion des innovations institutionnelles de la région Champagne-Ardenne ait largement profité à la Bourgogne et l'Alsace, le Crémant n'a pas bénéficié du rayonnement et du dynamisme du Champagne pour plusieurs raisons :

- Contrairement au Champagne, l'Appellation d'Origine «*Crémant de*» ne protège pas les producteurs de crémant. Sept régions françaises ont déjà obtenu l'appellation⁷, et deux autres sont en voie de l'obtenir (trois régions d'Allemagne ont récemment eu l'accord de la Commission Européenne). En outre, l'Appellation d'Origine n'est pas une garantie en soi⁸.

- Le Crémant occupe encore une place marginale dans les ventes des maisons de négoce (Veuve Ambal le plus gros élaborateur de Crémant en France, produit sur 3 millions de cols de vins effervescents seulement 1,5 millions de cols en Crémant de Bourgogne) et les stocks des propriétaires-récoltants (le Crémant est pour certains un produit d'appel qu'il convient d'avoir dans sa gamme de produits).

- Le Crémant cohabite difficilement avec les vins prestigieux de Bourgogne et d'Alsace, (contrairement au Champagne, seul produit du terroir). Rappelons que la reconnaissance du Crémant par les deux interprofessions CIVA (Conseil Interprofessionnel des Vins d'Alsace) et BIVB (Bureau Interprofessionnel des Vins de Bourgogne) n'a pas été immédiate du fait de la nouveauté du produit. Le Crémant aurait ainsi engendré un modèle de développement régionalisé en Alsace et en Bourgogne (65% des ventes de Crémant de Bourgogne sont réalisées en Bourgogne) par opposition à la diffusion nationale du modèle champenois.

- Le Crémant a enfin dû faire face pendant de nombreuses années à un problème de positionnement face au Champagne (notamment durant les périodes de crise 92-93, ou de guerre des prix « *Champagne premiers prix* »).

⁷ Cette multiplication d'appellation "*crémant de*" remet en cause l'autorité des décrets et la qualité du produit.

⁸ Actuellement, l'INAO étudie le cas des régions de Die et de Limoux productrices de deux autres vins AOC très porteurs sur le marché des effervescents : "*La Clairette de Die*" et "*La Blanquette de Limoux*". Les crémants qui sont avant tout des produits régionaux ne percent pas dans ces deux régions, ceci est dû à une confusion dans l'esprit du consommateur. Ces deux crémants n'ont probablement pas lieu d'être et sont amenés à disparaître.

Bibliographie

Bourgogne - Vins Actualités, 1996 "*Le marché des créchants en grande distribution*", octobre.

BIVB, service économie, 1997, 1998 "*Crémant de Bourgogne*".

CIVA, 1998, "*Brochure sur le Crémant d'Alsace*".

Giraud-Heraud E., Soler L.G., Steinmetz S., Tanguy H., (1998) *La régulation interprofessionnelle dans le secteur viti-vinicole est-elle fondée économiquement?*, Cahier n°98/07.

France viticole (La), 1986, "*Statut quo pour les créchants*", novembre.

INAO, 1981, "*Naissance des appellations d'origine "Crémant de ..."*", 1^{er} trimestre.

INAO, 1976, "*Crémant d'Alsace*", décret du 24 août.

INAO, 1975, "*Crémant de Bourgogne*", décret du 17 oct.

Journée viticole (La), 1994, "*Crémant...une appellation strictement contrôlée*", juin..

Journée viticole (La), 1992, "*Devenir et positionnement des créchants : une discipline sévère pour embrasser le succès*", avril.

Neid Information, 1990, "*Le Crémant d'Alsace, l'histoire d'une famille vigneronne*", mai, p 25-28.

Porter M., 1992, *Choix stratégiques et concurrence*, Economica, Paris.

Porter M., 1996, *L'avantage concurrentiel*, Inter Editions, Paris.

Rayon boissons, 1998, Dossier sur les vins effervescents : "*Marché : un léger mieux ; marques : dynamisme tous azimuts ; A.O.C. : le moment ou jamais de valoriser ; les A.O.C. se regroupent pour mieux se placer ; premiers prix : dernières batailles avant la trêve ; "les créchants peuvent valoriser le marché des mousseux"*", novembre, p 26-35.

Rayon boissons, 1997, "*Vins effervescents : la concurrence accrue fait monter la pression*", novembre.

Rayon boissons, 1996, "*Victoire des cuves closes sur les "méthode traditionnelle", "L'Alsace en tête : une santé sacrément bonne !"*", novembre.

Rayon boissons, 1995, "*Les AOC tirent le marché*", novembre.

Rayon Boissons, 1993, "*Les créchants face aux champagnes*", "*Le Crémant d'Alsace devrait percer*" novembre.

Réussir vigne, 1995, "*Alsace/Crémant ; production record*", février.

Revue belge des vins et spiritueux, 1994, "*Et le cercle des créchants apparût...*" n°10, octobre..

Colloque « *Economie agricole* », LAME, Université de Reims, mai 2000.

Revue du vin de France, 1994, "*La lente marche des crémants*", septembre.

Revue vinicole internationale, 1998, "*Dans la jungle des linéaires*", juin, n°3759.

Revue vinicole internationale, 1997, "*Les crémants au mieux de leur forme*", juillet-août.

Revue vinicole internationale, 1995, "*La bulle française refait surface*", juillet-Août.

Revue vinicole internationale, 1993, "*Les crémants en effervescence*", septembre.

Univers Boissons, 1998, "*Stratégie-marques, contre marques*", août.

Univers Boissons, 1997, "*Dossier vins : les effervescents*", octobre, p 26-32.

Vigne (La),1995, "*Méthodes traditionnelles, crémants, des élaborateurs font la mousse*", décembre.

Viti, 1998, "*Mousseux : quelle place pour le Crémant?*", n° 236, p 60-61.

Williamson O.E (1998) «*The Institutions of Governance* » The American Economic Review vol 88, n° 2, Mai, (p 75 - 79).

Williamson O.E (1996) «*The Mechanisms of Governance* » Oxford University Press, (429 p).

Williamson O.E (1975) «*Markets and Hierarchies : Analysis and Antitrust Implications* » New York, The Free Press.

ANNEXE A

PROCESSUS D'ELABORATION DU CREMANT

