

# Marché mondial du vin et restructuration de la filière du champagne

15 juin 2022

La revue [Économie rurale](#) d'avril-juin 2022 présente un [article](#) sur l'adaptation des viticulteurs champenois aux évolutions du marché mondial du vin. Cette étude a été réalisée dans un contexte de renforcement de l'environnement concurrentiel des vins de champagne, sous l'effet de changements de la consommation, de la production de vins dits « du Nouveau Monde » et de la restructuration du vignoble des pays européens. Entre 2002 et 2018, les ventes de vins effervescents ont beaucoup progressé (+ 58 % en volume), mais la hausse n'a que peu bénéficié au champagne (+ 5 %).

Les auteurs, sur la base d'une enquête et d'entretiens, ont établi une typologie des vigneron champenois, selon différents critères : profil de l'exploitant, part des différentes activités dans le chiffre d'affaires, prix des vins, part des exportations dans les ventes, etc. Les chercheurs ont en particulier analysé leur degré d'intégration verticale dans la filière, c'est-à-dire leur implication aux différentes étapes, de la production à la distribution. Trois grands types de producteurs ont été identifiés. Les « traditionnels » (32 %) ont le degré d'intégration verticale le plus faible : ils sont pour la plupart récoltants et la vinification est principalement faite par une coopérative. Les « commerçants » (57 %) ont un degré d'intégration intermédiaire : ils vinifient une grande partie de leurs vins. Les « pionniers » (11 %) vinifient la quasi-totalité de la production et ont des capacités commerciales, notamment à l'export, supérieures à celles des autres groupes.

Les auteurs estiment qu'un lien positif existe entre le degré d'intégration verticale et le niveau de valorisation du champagne. Selon eux, dans un contexte de compétitivité et de rentabilité en baisse, seuls les exploitants « en mesure de valoriser leur production parviendront à se maintenir sur le marché ». Un positionnement haut de gamme des produits permettrait d'affronter les concurrents arrivés plus récemment sur le marché, dont certains bénéficient de coûts de production inférieurs à ceux du champagne. Ils peuvent alors dédier plus de fonds aux stratégies de marques et aux exportations. Les « pionniers » semblent donc les mieux adaptés à ce nouveau contexte. Parallèlement, la hausse du nombre de viticulteurs (donc n'assurant pas la transformation) devrait se poursuivre, avec un risque de baisse du prix du raisin (non quantifiable) et du poids des vigneron dans les ventes de champagne.

Amandine Hourt, Centre d'études et de prospective

Source : [Économie rurale](#)