



Les comptes rendus du Conseil Socio-Économique

En guise d'introduction : les mots du Président du GIP

« C'est par l'imaginaire que nous accédons à la connaissance ». Robert Kopp conclut par ces mots une présentation de l'œuvre de Victor Segalen. Robert Kopp, éminent universitaire suisse, et enseignant à la Sorbonne. C'est pour dire !

L'imaginaire c'est le moyen d'explorer les limites de notre univers, de nos connaissances, de nos habitudes, de nos pratiques. Bref, d'explorer le monde et ses possibilités.

C'est l'exercice qui va vous être proposé ici. Car il s'agira bien d'explorer, d'envisager des possibilités, et peut être d'en construire quelques unes. Il s'agit bien d'anticiper pour demeurer libre et rester un modèle novateur. Il est impossible pour une filière aussi emblématique de se replier sur une position de rente.

C'est l'objectif de ce Pôle. Pour cela il s'appuie sur s'appuie sur deux conseils, un Conseil Scientifique, qui s'est réuni vendredi dernier. Et ce Conseil Socio-Économique, dont vous faites partie.

Il réunit des personnalités de la filière, qui représentent une large part des différents secteurs qui la constitue : l'enseignement, le conseil, la banque, le droit, la gestion, le transport, la vente... Bien sûr aussi la production et le négoce.

Votre représentativité s'arrête là. Vous êtes présents autour de cette table à titre personnel. Vous ne représentez absolument pas votre institution. Simplement, vous avez un regard pertinent, résultant déjà de votre activité au sein de la filière – banque, comptabilité... – qui vous donne une perspective particulière. Et pour ce que vous êtes par vous-même : formation, expérience.

L'objectif ici, c'est de regarder la filière avec des regards différents, pris sous des angles différents. Selon les perspectives, les problèmes ne sont pas perçus de la même façon, voire même masqués parfois. Les solutions à ces problèmes peuvent être aussi abordées par des voies différentes.

En complément du travail effectué ici, il y a le Conseil Scientifique, tout aussi pluridisciplinaire, qui pourra prendre le relais pour certaines thématiques. D'autres trouveront peut-être des solutions ou des transferts à partir de ce conseil.

Les points de vue sur un même problème seront forcément croisés. En Bourgogne, il y a un grand vignoble. Il faut une grande recherche, pluridisciplinaire, et une grande formation.



GIP Pôle Bourgogne Vigne et Vin

N° 1 – Forces et faiblesses perçues de la Bourgogne viticole

Pour sa première réunion, le Conseil Socio-Économique du GIP était invité à réfléchir sur les forces et les faiblesses perçues de la Bourgogne viticole. Aux côtés de ses deux co-Présidents, Michel Baldassini et Benoît de Charette, le Président du GIP, Jean-Yves Bizot, participait à ces travaux ainsi que son directeur, Florian Humbert, et Jean-Jacques Boutaud, co-Président du Conseil Scientifique.

Le Conseil Socio-Économique rassemblait :

Géraud Aussendou	Maison Bouchard Père et Fils
Danièle Bonnardot	Domaine Bonnardot
Jean- Livier Cabocel	Avocat au Barreau de Mâcon
Gérard Desbois	Hillebrand Group
Denis Duveau	Fédération des Syndicats de Négociants-Eleveurs de Grande Bourgogne
Gilles Fèvre	Domaine Nathalie et Gilles Fèvre
Adeline Gaidot	BNP Paribas
Hervé Gibault	IOC Nuits Saint- Georges
Laurent Gouttebaron	EPL de Mâcon-Davayé
Philippe Longepierre	Bureau Interprofessionnel des Vins de Bourgogne
Bruno Pépin	Maison Louis Latour

Introduction des Présidents du conseil socio-économique

Forces et faiblesses de la Bourgogne viticole

Poser cette question, c'est s'interroger sur la pérennisation d'une grande région viticole comme la Bourgogne, d'une région de référence, c'est s'interroger sur les problématiques d'avenir. Dans un contexte favorable, on se doit de poser la question du devenir, des facteurs de réussite d'aujourd'hui mais aussi de demain. Il s'agit d'essayer de répondre aux questions suivantes : Qu'est-ce qu'une grande région en termes viticole ? Quels sont les éléments qui assurent et assureront à la Bourgogne une position mondiale, en dehors de son histoire ?

Plusieurs facteurs peuvent de ce point de vue être identifiés *a priori* :

- **Une grande région est d'abord caractérisée par le fait qu'elle produit des grands vins, à notoriété, à réputation mondiales.** Dans un concert des vins plus que jamais mondialisé, venant de près de 60 pays producteurs différents, la Bourgogne est une grande référence, notamment par sa position de dépositaire de grands terroirs et de deux grands cépages parmi la douzaine aujourd'hui mondialisée, le Pinot noir et le Chardonnay.
- **La notion de filière et de familles : les grandes régions qui percent sur le plan international sont des régions qui ont su se structurer, s'équilibrer.** On parle de la viticulture de Bourgogne, des maisons de vin de Bourgogne, ce n'est pas neutre.

Cela signifie qu'un équilibre économique s'est créé à un moment donné et qu'il repose sur des éléments fondamentaux. En Côte d'Or, un domaine moyen représente, en termes de surfaces, 8 à 9 ha, et sa déclaration de récolte est composée de 11 lignes. Le lot moyen offert par un viticulteur dans cet espace équivaut donc à moins de 1 ha. Cela justifie, de fait, aussi, le métier des négociants, pleinement ancrés dans le territoire. Les notions de familles, d'interprofession sont donc très fortes et la Bourgogne a su les développer.

- **La bonne perception des grands enjeux.** Le phylloxéra en fut un, les maladies du bois appliquées aux cépages et au cas Bourgogne en sont un, le réchauffement climatique également, tout comme la compétition avec des Chardonnays ou des Pinots plantés ailleurs¹ ou les enjeux sociétaux associés à la viticulture. Ces enjeux doivent être creusés et discutés collectivement, à l'échelle d'une grande région.

- **Conserver en son sein une recherche, à la fois fondamentale et appliquée, et une formation supérieure, à la dimension des ambitions de la Bourgogne.** Il s'agit de ce point de vue d'une volonté politique et d'une volonté de filière.

- **Savoir identifier ses partenaires privilégiés pour asseoir sa position,** notamment du point de vue de la recherche. Le Grand Est, avec la Champagne et l'Alsace, constitue à cet égard un cadre de réflexion et de collaboration prioritaire.

Poser la question des forces et des faiblesses de la Bourgogne viticole renvoie en outre à un constat de départ, pouvant paraître paradoxal, d'un double visage de la région à interroger. Vu de l'extérieur, la Bourgogne est un vignoble très envié sur la palette nationale et internationale, de par sa notoriété, ses grands vins notamment. Elle compte de réelles forces, avec sa filière par exemple, ses relations propriété-négoce et un négoce fort qui aide la filière. Pour autant, le vignoble n'est pas exempt de faiblesses et il faut s'efforcer de les interroger. Pour se convaincre de l'importance et de la nécessité de ce questionnement, il suffit de déplacer le regard sur un vignoble voisin. Le Beaujolais comptait de vraies forces trois décennies auparavant. Il était autant voire plus renommé que la Bourgogne, sans doute le vignoble français plus connu à l'international, et avait été le premier à faire de la promotion. En seulement quinze ans, ce vignoble a été laminé. Il est donc primordial d'évaluer précisément les erreurs à ne pas commettre pour ne pas connaître un destin similaire et garder à l'esprit que rien n'est jamais acquis.

Atouts et limites de la structuration de la filière régionale

La filière viti-vinicole bourguignonne bénéficie d'atouts certains sur le plan de sa structuration régionale et notamment d'un équilibre entre la production et le négoce, équilibre renforcé par le type de négoce présent, un négoce propriétaire, au fait des préoccupations de la viticulture par conséquent.

Pour autant, l'assise des relations interprofessionnelles ne doit surtout pas être considérée comme acquise et immuable. Au-delà de la persistance de clivages

¹ En 1960, 90% des Chardonnays plantés dans le monde l'étaient à égalité (45-45) entre la Champagne et la Bourgogne, 10% dans le reste du monde. 50 ans plus tard, la Champagne et la Bourgogne pèsent 9% des Chardonnays mondiaux, alors que leurs vignobles se sont développés.

internes historiques ravivés périodiquement, au gré des conjonctures (tensions viticulture/négoce, territoriales), certains phénomènes doivent retenir l'attention et faire l'objet d'un véritable suivi car sources potentielles de déstabilisation à plus ou moins long terme. C'est par exemple le cas de la modification de l'équilibre et de la place respective des caves particulières et coopératives dans un espace comme la Saône-et-Loire, liée au développement du mouvement de sorties des caves coopératives, qui interroge directement la pérennité même des structures collectives dans cet espace. C'est également celui de l'individualisme accru constaté chez les jeunes générations et de la difficulté consécutive de les impliquer au sein des démarches collectives. Un tel phénomène est à interroger dans le cadre de la définition du travail collectif à 5 ou 10 ans.

Débats

L'image de la Bourgogne et des Bourgognes

En 15 ans, la notoriété et l'image de la Bourgogne au grand export ont considérablement augmenté. Ceci constitue une vraie avancée et une force pour la région. Un travail de fond a été réalisé en termes de connaissance et de reconnaissance du produit. La Bourgogne est donc aujourd'hui prestigieuse, forte, vue de l'extérieur, aussi bien sur la scène viticole nationale qu'internationale.

Mais les problématiques d'image ne peuvent se résumer à ce constat positif.

- Les difficultés de communication commune dans un contexte de multiplicité des appellations existent, qui conduisent parfois à des clivages – ou à leur maintien – pouvant paraître quelque peu artificiels.
- La question de l'image de la filière est elle-même à poser car elle n'est pas exempte d'une dimension négative : polluée, économiquement privilégiée. Ces carences d'image sur des sujets environnementaux peuvent se doubler de risques commerciaux à l'international, de fermetures de marchés, parfois brutales, comme cela a déjà été le cas pour les Etats-Unis par le passé.

Les défis des positionnements marchés

Pleinement intriquées, **les problématiques d'image sont pour le vignoble bourguignon indissociables des enjeux de positionnements marchés**, comme le rappelle le dernier élément évoqué.

La région doit ce point de vue relever un défi permanent consistant à commercialiser en parallèle quelques archétypes mondiaux de l'excellence viticole (Romanée Saint-Vivant, Montrachet, etc.) et des productions beaucoup plus communes, comme le Bourgogne Pinot noir par exemple. Nous sommes donc face à deux typologies de produits bien différentes, aux marchés et aux contextes très éloignés :

- les très grands vins, le luxe, d'une part ;

- un créneau très concurrentiel d'autre part, avec beaucoup de volumes, mettant en jeu une compétition inter-cépages (sauvignon blanc par exemple pour les vins blancs), venant du monde entier.

La réflexion induite par ce grand écart de positionnements touche à la fois à la notion de prix et à celle de clientèles plurielles auxquelles s'adresse la Bourgogne. Faut-il concevoir une gamme ou deux pour les vins de Bourgogne ?

Pris dans sa globalité, ce contexte impose en premier lieu de s'attacher à segmenter les gammes et les marchés visés. Il y a en effet risque, dans le cas contraire, de ne s'adresser qu'à la clientèle des produits « premiums », haut de gamme, pour qui le prix n'est pas un critère discriminant, et de basculer ce type de stratégie à l'ensemble de la production.

Or, si ce marché des vins de luxe n'est que peu affecté par les phénomènes de volatilité des prix, le gros de la production bourguignonne, des vins de consommation plus courante, doit au contraire s'attacher à **mettre en œuvre une politique de stabilité des prix, y compris dans un contexte haussier, la tendance à la hausse devant faire l'objet d'un mouvement le plus régulier possible**, non soumis à des aléas brutaux.

Il est en outre extrêmement important pour la région d'éviter que ne se scinde la commercialisation des très grands vins du reste des productions, écueil qu'a connu le Bordelais où le ratio entre le prix des Bordeaux génériques et Grands Crus qui était de 1 à 100 est passé aujourd'hui de 1 à 1000.

L'un des principaux risques actuellement pour la Bourgogne sur le plan commercial est celui de sa marginalisation vis-à-vis des vins du reste du monde, aussi bien sur le segment des vins très haut de gamme que sur celui des vins de consommation courante, insuffisants en production.

Au-delà de ces enjeux primordiaux de cohérence générale des positionnements marchés, une faiblesse actuellement constatée touche à la perte de marchés et aux efforts à engager pour les reconquérir dans un contexte régional de niveaux de production fluctuants et de concurrence fortes, nouvelles et mondialisées (Chili, Nouvelle-Zélande, Australie, etc.). Des places perdues ces dernières années seront ainsi probablement plus difficiles à retrouver que l'on aurait pu l'imaginer face d'une part à des stratégies commerciales agressives de concurrents directs sur certains marchés extérieurs, d'autre part à une perception des vins de Bourgogne problématique, potentiel facteur de frein, sur ces mêmes marchés. En effet, si le vignoble bénéficie d'une belle image et est très bien noté sur les notions de grands vins, « excellents », « complexes », « fins », « authentiques », ses résultats sont bien moins bons sur des items tels que le « goût du jour », « abordable », « prix ». Vis-à-vis de jeunes consommateurs internationaux naviguant régulièrement et facilement entre les produits et les cépages, le défi est par conséquent bien réel.

Dans le cadre de ces phénomènes de recul de la Bourgogne sur certains marchés extérieurs et segments de produits, celui touchant le Pinot noir au plan mondial, aussi bien en termes de volumes que de prix des bouteilles en linéaires pour les appellations régionales (bouteilles les moins chères par rapport à la concurrence), est particulièrement préoccupant. Ce problème de prix révèle d'ailleurs un paradoxe non négligeable puisqu'une production et un vignoble parmi

les plus chers à produire (coût de la main d'œuvre, fortes densités à l'ha, région septentrionale) se retrouvent parmi les moins chers une fois en bouteilles. Plusieurs interrogations sont dès lors à soulever :

- celle du niveau qualitatif et du rapport qualité/prix de ces produits ;
- l'écart entre la perception de consommateurs d'une cherté du produit, et la réalité de prix de vente trop faibles, jugés de la sorte par les producteurs étrangers et confirmés par les études réalisées ;
- les effets de stratégies de vente à prix faibles, historiquement inscrites sur certains marchés, qui fonctionnent comme des caps psychologiques limitants, très difficiles à dépasser ;
- l'organisation des marchés.

Les défis à relever pour la Bourgogne du point de vue des positionnements marchés se déclinent enfin sur le redoublement de vigilance nécessaire aujourd'hui en matière de commercialisation de ses vins à l'international et de veille sur ses circuits de distribution, notamment sur de nouveaux marchés importants aux contextes extrêmement volatils (renouvellement rapide des importateurs). Cette maîtrise des circuits de distribution est loin d'être anodine, du fait de sa dimension économique bien entendu, mais aussi sur des aspects techniques et de suivi de la qualité (15% seulement des vins transportés sous température contrôlée, condition de stockage, de distribution). La filière ne s'est jusqu'à présent pas réellement saisie de ce type de questions, pouvant pourtant avoir des effets considérables sur l'image et l'économie de la région (phénomènes de fraudes, de dégradation considérable de la qualité des produits après transport).

Santé économique des entreprises bourguignonnes

La présence d'un négoce solide d'un point de vue bancaire et financier, bien structuré, est un facteur de stabilité pour la région. Sur les dix dernières années, on note une constance de l'activité du négoce, qui présente de bons bilans, y compris après la crise 2008. Depuis cette date, le négoce bourguignon est parvenu à maintenir ses marchés phares et témoigne d'une bonne résistance financière, y compris dans le contexte de petites récoltes et de hausse plus forte des prix d'achat (+ 100-120 % sur 4 ans) par rapport aux prix de vente (+ 25-30 % sur la même période).

La fragilité est en revanche plus marquée au niveau des domaines en matière de trésorerie et de stabilité financière dans ce même contexte de petites récoltes successives. Rien n'indique en l'état actuel des connaissances qu'il n'est que conjoncturel et qu'il ne peut, à l'avenir, devenir la règle.

La question de la rentabilité et de la situation économique de toute une partie des exploitations est d'ailleurs posée en cas d'augmentation, ne serait-ce que d'un point, des taux d'intérêts, en raison notamment des difficultés d'évaluation précise des coûts de production et du calcul de rentabilité (prise en compte du temps investi, etc.). Le problème se pose donc de la capacité financière même des opérateurs à conserver leur exploitation dans un tel scénario et, au-delà, de la transmettre, ce qui n'est aujourd'hui pas garanti dans nombre de cas.

Il y a enfin un défi à relever, particulièrement dans le cadre des reprises de structure et de l'évaluation de leur rentabilité, sur la mise en débat du dogme du débouché exclusif de la vente en bouteilles, qui n'est pas nécessairement le modèle pertinent, selon la zone de production concernée et les capacités techniques et économiques du repreneur.

Enjeux actuels et à venir de la pérennisation du tissu entrepreneurial bourguignon

La problématique de la transmission et de la reprise d'entreprise est un sujet prégnant actuellement. Ce sujet est attaché :

- d'une part à la question de la valeur vénale des parcelles de vigne, extrêmement hétérogène d'une zone à l'autre,
- d'autre part, d'une tendance marquée à l'augmentation des prix, qui interroge directement la capacité de transmission des structures dans un tel contexte.

Les phénomènes actuellement constatés en Côte d'Or ont déjà des répercussions dans d'autres espaces, par exemple dans le sud Bourgogne, avec l'arrivée d'investisseurs Côte d'Oriens, notamment de maisons de négoce.

Si de nombreuses installations en cadre familial continuent à être enregistrées et fonctionnent bien (sous réserve que les familles ne soient pas trop nombreuses), les problèmes liés à l'installation hors cadre familial sont en revanche tels que l'on note aujourd'hui une quasi disparition de celle-ci – à l'exception de toutes petites exploitations pas toujours pérennes – y compris dans un espace comme le Mâconnais.

Le nouveau paramètre que constitue l'inscription des Climats du vignoble de Bourgogne sur la Liste du patrimoine mondial de l'Unesco en 2015 ne doit, dans ce cadre, surtout pas être ignoré. Il pourrait considérablement transformer à moyen terme la problématique de la viabilité des transmissions d'exploitation, y compris en cadre familial, du fait de la cherté du bien.

La problématique de la transmission et de la reprise pose, en outre, de manière frontale, la question de la structuration des entreprises régionales. Il s'agit dans ce cadre de réfléchir à la place des fermages, des métayages et aux relations propriétaires-exploitants mais aussi foncier/exploitations, dans la mesure où le foncier est aussi l'outil de production.

Ces éléments jouent en effet directement sur les stratégies d'investissement développées ou non par les opérateurs dans leur outil de production, aspect fondamental de la pérennisation des entreprises, notamment dans le renouvellement des vignes (replantation versus complantation), du choix du matériel végétal.

Dans un contexte d'accidents multiples pouvant toucher le vignoble, notamment climatiques, et de phénomène général de dépérissement, le pourcentage de pieds remplacés peut évoluer de manière importante. La question se pose dès lors de la répartition et de la prise en charge du poids économique de ces phénomènes.

Le défi du renouvellement des générations et des forces vives de la Bourgogne viticole

Un autre aspect des enjeux liés à la pérennisation de la filière bourguignonne, de sa richesse et de sa complexité, composantes fondamentales de sa spécificité, tient :

- aux difficultés constatées de recrutement de nouveaux élèves au niveau de la formation secondaire (lycées viticoles) ;
- au manque d'attractivité des métiers de la viticulture.

Si le constat n'est pas propre à la Bourgogne et à la la filière viticole mais plus largement observé pour l'agriculture à l'échelle nationale, il est d'autant plus marquant pour une filière régionale emblématique ayant un fort besoin en main d'œuvre.

Il est par conséquent nécessaire de s'interroger sur les moyens à mettre en œuvre pour attirer de nouvelles générations au-delà du circuit fermé constitué par les filles et fils de viticulteurs déjà installés. La faiblesse des nouveaux élèves, hors cadre familial, est ainsi un frein fondamental au renouvellement des générations.

La réflexion doit être ouverte aussi sur l'articulation des profils d'élèves et d'étudiants entre enseignement secondaire et enseignement supérieur. Cette question faisant écho à un phénomène connexe observé, de contraste très net d'attractivité de métiers de la viticulture dévalorisés (ouvriers viticoles pour la taille, tractoristes) face à des profils au contraire très bien pourvus et prisés des étudiants : œnologues, chefs de culture, directeurs généraux, commerciaux, experts comptables.

Des verrous persistants en matière d'outils et de vision stratégique partagée

Les conjonctures successives récentes de la production viti-vinicole bourguignonne ont révélé des incertitudes certaines et les limites de la connaissance de la filière régionale en matière de potentiel de production et de régulation du marché. Des difficultés sont ainsi clairement perçues pour établir des projections pertinentes face à un potentiel de production que l'on croyait en baisse suite à la succession de petites récoltes et qui affiche au contraire, lors des campagnes 2014 et 2015, des rendements moyens comparables aux niveaux antérieurement constatés.

Les prix hauts constatés ces dernières années et la certaine euphorie associée doivent faire l'objet d'une extrême prudence dans leur analyse afin de ne pas créer de mirage. Ils ne peuvent ainsi être dissociés du contexte de petits volumes et l'on doit s'interroger sur ce qu'il en aurait été si des pleins rendements avaient été enregistrés depuis 2010.

Ces éléments imposent une réflexion renforcée sur la question des modèles économiques de production pour la Bourgogne, sur les coûts de production, la rentabilité des exploitations. Tardivement prises en considération par la filière, ces

notions sont aujourd'hui analysées et font l'objet de travaux spécifiques mais il reste encore beaucoup à faire et un certain retard doit être rattrapé du point de vue des données produites, des connaissances disponibles. Une vision globale doit encore être creusée afin d'améliorer les modèles établis, de les rendre opératoires et de les transmettre, de les communiquer dans l'objectif d'émergence d'une intelligence économique collective. Ceci est un réel défi dans le domaine agro-viticole, dont ce n'est pas la culture, et tous les acteurs ont leur part à prendre dans la dynamique : instances de la production, du négoce, interprofession, monde universitaire et académique.

Le défi de la vision stratégique partagée est donc bien réel et les difficultés persistantes doivent être dépassées en matière de connaissance des leviers à activer sur le pilotage partagé du disponible et d'éléments comme les contingents de plantations, l'orientation du potentiel de production disponible (récoltes, surfaces, réserves). L'établissement de caps et d'objectifs collectifs précis à atteindre reste une difficulté à un horizon de 5, 10 ou 20 ans.

L'investissement dans la recherche et l'innovation et la capacité d'adaptation face aux défis techniques et environnementaux

La question de l'adaptation au changement climatique, dans un contexte de mono-cépage et en plaçant au cœur des préoccupations la notion de typicité, est sans doute plus complexe pour un vignoble comme la Bourgogne que pour ceux d'assemblage. Alors que le réchauffement constaté a jusqu'à aujourd'hui été globalement positif pour la région, notamment pour atteindre des maturités qui posaient encore problème dans les années 1980, l'enjeu qui se pose à présent touche aux bouleversements majeurs que pourrait induire une poursuite de la hausse des températures. Dans un contexte de mono-cépage, la marge de manœuvre réside principalement dans le travail de sélection du matériel végétal. Face à une sélection historiquement tournée vers les clones murissant vite et bien, il est sans doute nécessaire de modifier désormais les critères de sélection, et ce dès à présent, compte tenu du long pas de temps de ces stratégies, 10 à 15 ans, et de la rapidité des effets que pourrait occasionner l'inaction.

Or, il est à constater une certaine inertie du vignoble régional sur cette problématique du renouvellement du matériel végétal comme sur un certain nombre de sujets techniques, pourtant d'intérêt crucial où depuis les années 1970 et le renouvellement avec les clones, aucune démarche d'envergure n'a été entreprise.

Les maladies du bois en sont un autre exemple, la question du niveau qualitatif des productions et de sa régularité également, qui met directement en cause la notion d'investissements indispensables à réaliser. De ce point de vue, il faut mettre en avant le constat que les régions qui ont actuellement le vent en poupe sont celles qui se sont posées le plus tôt des questions, qui ont investi dans les matériels, qui ont de la main d'œuvre qualifiée permettant de bien travailler et qui ont pris l'habitude d'avoir un suivi d'accompagnement (chambres d'agriculture, laboratoires) leur permettant de produire tous les ans un vin d'un certain niveau qualitatif. Chablis est un bon exemple. Dans un vignoble mono-cépage, septentrional, qui présente

de fait un défi supérieur, ces questionnements sont d'autant plus fondamentaux.

Face à ces défis et à d'autres tels que ceux touchant aux sols viticoles, à leur tassement, leur érosion et leur appauvrissement, la viticulture de précision, à tous les niveaux, s'impose comme un enjeu de premier ordre pour la filière. Elle doit dans ce cadre interroger ses relations et son mode de dialogue avec l'ensemble des acteurs connexes de la production. L'exemple du machinisme agricole est à ce propos symbolique, où l'on doit savoir si liberté est laissée à la course à la surenchère proposée par les fabricants de matériels ou si, au contraire, le cœur productif se saisit de la question pour tenter de parvenir à une mise en cohérence avec ses attentes. Ce regain d'attention, de suivi et de dialogue est déclinable pour l'ensemble des industries connexes, pépiniéristes, bouchonniers, transporteurs, etc.

Les problématiques d'adaptation et d'innovation posent enfin la question fondamentale de l'investissement dans la recherche. On a coutume de rappeler qu'un grand vignoble ne peut vivre sans grande recherche et sans grand enseignement. Il y a là un défi majeur pour la Bourgogne, qui n'a sans doute pas été à la pointe en la matière au cours des dernières décennies. L'investissement actuel constaté de la filière est dérisoire puisqu'il est de l'ordre de 0,3 % de son chiffre d'affaires, là où un niveau de 3% est couramment avancé pour garantir la pérennisation d'un secteur. Sur cet aspect, l'exemple du Beaujolais peut être convoqué. Vingt-cinq ans en arrière, les formateurs sur les recherches de filtration, de collage, d'équipement technique étaient tous issus de ce vignoble. Ceux-ci ont disparu mais personne n'a repris leur place et il n'y a aujourd'hui plus de centre de formation dans le Beaujolais.

Vision d'avenir, définition collective et plurielle des vins de Bourgogne

La Bourgogne est un vignoble complexe par excellence, ce qui constitue à la fois une force, par la richesse offerte, une véritable marque de fabrique, mais également une source de défis constants à relever. La vision collective et les stratégies à mettre en œuvre, par conséquent, se nourrissent en permanence et doivent intégrer les notions de bannière unitaire d'une part, de diversité interne d'autre part.

Le contexte de multiples zones géographiques de production très finement délimitées (*Climats*) et comptant en leur sein une variété d'opérateurs aux capacités techniques, humaines, de matériel végétal, financières diverses, amène de fait, pour une même appellation, des différenciations importantes, y compris gustatives. Il en est de même des besoins et des préoccupations de ces opérateurs, qui de par leur typologie hétérogène et du fait d'écarts importants dans leurs activités de mise en marché (de la vente directe en bouteilles exclusive à la vente de raisin intégrale), peuvent se révéler très hétérogènes et constituer un frein à la dynamique collective d'un espace. Les thématiques et les capacités d'un point de vue œnologique vont elles aussi être différentes d'un opérateur à l'autre, entre par exemple un propriétaire de 3 ha et un gros domaine ou une maison de négoce possédant plus de 100 ha. Face à des itinéraires techniques de plus en plus diversifiés, qui interrogent des enjeux d'importance comme celui de la stabilité des vins, dans un



GIP Pôle Bourgogne Vigne et Vin

contexte de circuits d'exportation lointains où le grand cheminement des bouteilles est un paramètre à pleinement intégrer, les réponses à apporter sont nécessairement plurielles et définies dans le cadre de stratégies sur-mesure.

La vision d'avenir à développer collectivement, au-delà des aspects détaillés jusque-là, doit enfin s'emparer de questions fondamentales telle que celle des incertitudes du devenir des identités collectives de la Bourgogne. L'évolution actuelle de la région avec plus de 70% de la production aujourd'hui tournée vers les vins blancs est l'une des composantes de ces incertitudes. Il est ainsi primordial de s'interroger sur la place qu'occupera demain le vin rouge dans la région, quant l'image historique de celle-ci était intimement liée à cette couleur et à des types de vins capiteux. Une même question se pose quant aux styles de vin et à leur diversité : existe-t-il des stéréotypes au niveau des appellations ou permet-on une esthétique diverse restant qualitative et performante commercialement ?