



ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

exportations

Question écrite n° 51180

Texte de la question

M. Jean-Claude Mathis appelle l'attention de M. le ministre délégué au commerce extérieur sur les difficultés rencontrées par les vins français, en particulier sur les marchés extérieurs, par suite notamment de la concurrence des vins étrangers. Les vins d'appellation ont ainsi subi une baisse de volume importante en 2003, aggravée encore par la diminution de la consommation intérieure. Les professionnels réclament, à juste titre, une éducation et une responsabilisation du consommateur afin de préserver ce patrimoine culturel de nos terroirs que représente le vin. Les exploitants sont très inquiets pour l'avenir de la profession. Il lui demande quelles actions peuvent être menées en collaboration avec les responsables de la profession pour soutenir la commercialisation de nos vins à l'étranger.

Texte de la réponse

Le ministre délégué au commerce extérieur est conscient des difficultés que connaissent les vins français non seulement sur le marché national, où l'on observe une baisse tendancielle de la consommation mais aussi à l'international, où, dans un contexte de surproduction mondiale, les vins français sont fortement concurrencés par les vins de l'hémisphère sud. Les résultats du commerce extérieur ont été préoccupants en 2003 pour les vins et plus particulièrement les vins tranquilles d'appellation qui ont subi une perte de plus de 8,6 % par rapport aux volumes réalisés en 2002. Aux États-Unis, notre deuxième client pour les vins, la situation aura été très difficile en 2003. La conjoncture économique mondiale, la crise irakienne et une parité euro-dollar défavorable à nos exportations ont brutalement accéléré la perte de compétitivité de la plupart des vins tranquilles, aggravant leurs difficultés structurelles. Mis à part les vins de Bordeaux (grands crus 2000) et le champagne, toutes les autres catégories de produits ont enregistré des pertes comprises entre 15 et 30 %. Les résultats pour les neuf premiers mois 2004 ne montrent aucun signe de reprise. La valeur des exportations de vins est en recul de 4,3 % par rapport aux neuf premiers mois de 2003. L'auteur de la question a raison de souligner l'importance de l'éducation et de la responsabilisation du consommateur. Cependant, ces points, en particulier dans le cadre du débat sur la réforme de la loi Evin, relèvent plus particulièrement de la compétence du ministre des solidarités, de la santé et de la famille et du ministre de l'agriculture, de l'alimentation, de la pêche et de la ruralité. En ce qui concerne le soutien à la commercialisation des vins français à l'étranger, le ministre délégué au commerce extérieur a pris la mesure des difficultés que connaissent actuellement les vins français et a décidé, en parfaite concertation avec le ministre de l'agriculture, la mise en oeuvre de plusieurs actions de soutien aux exportations de vins, notamment vers les États-Unis. Les ministres ont lancé un plan de soutien aux exportations, dès la fin 2003, qui concerne bien entendu le secteur viticole. La plupart de ces mesures ont vocation à être étendues à l'ensemble des pays qui sont les partenaires commerciaux de la France dans le monde. Les principales actions de ce plan sont les suivantes : la labellisation des salons professionnels : si des opérateurs publics ou privés souhaitent organiser des participations françaises à des salons professionnels dans le domaine des vins et spiritueux, ils sont bien évidemment éligibles au programme de labellisation des salons et donc de subventions gérées par Ubifrance ; notre réseau de missions économiques aux États-Unis et Ubifrance a remis à plat les études de marchés et les guides sur le secteur des vins et des spiritueux aux États-Unis. Ceux-ci sont à la

disposition des entreprises ; un dispositif public a été mis en place pour aider les exportateurs vers les Etats-Unis à être en règle avec la nouvelle loi américaine sur le bioterrorisme ; à Washington, l'équipe agricole de la mission économique a été renforcée par l'affectation d'un jeune volontaire international pour notamment aider nos entreprises viticoles confrontées au durcissement de la législation américaine sur le bioterrorisme et plus généralement du suivi du marché américain dans le secteur viticole ; la France a également participé de façon très active à deux salons considérés comme incontournables dans le secteur des vins et spiritueux : la convention des grossistes fin avril 2004, à Las Vegas (Wine & Spirits Wholassalers Association), et Vinexpo, à Chicago, en juin 2004 ; un « rendez-vous vins et spiritueux » (séminaires-expositions), organisé par Ubifrance, est également prévu dans cinq villes américaines (New York, Atlanta, Miami, Chicago et Los Angeles) du 17 au 27 janvier 2005. Trente-huit opérateurs français vont donc se rendre aux Etats-Unis pour présenter leurs produits à des agents américains ; le Gouvernement a fait du développement du volontariat en entreprises à l'étranger une priorité. Le ministre délégué au commerce extérieur souhaite que cette formule trouve une application aux Etats-Unis, plus particulièrement dans le secteur des vins et spiritueux. Le dispositif a été assoupli récemment. Il permet à des petites et moyennes entreprises de partager un jeune commercial aux Etats-Unis où il peut assurer le suivi des ventes et assurer la prospection. Dix volontaires internationaux ont été proposés par Ubifrance aux PME, dans des formules de portage par des grands groupes ou des fédérations professionnelles et à un coût réduit. Par ailleurs, un crédit impôt-export sera également mis en place en 2005 (loi de finances 2005) pour les PME (moins de 250 salariés) qui engagent des prospections commerciales en dehors de l'espace économique européen quand elles sont accompagnées de créations d'emplois dédiées à l'export, et ce, quel que soit le statut de cet emploi. L'objectif est d'inciter nos PME à franchir une étape importante du développement international par la prospection tout en les encourageant à effectuer un recrutement pour l'export. Ce crédit sera attractif : montant de 40 000 euros (doublé en cas de regroupement), avec un taux de 50 % des dépenses de prospection. Il sera attribué une seule fois par PME de façon à l'aider à mettre le pied à l'étrier sur les marchés porteurs de façon durable (Amérique et Asie, notamment). Cette mesure devrait concerner toutes les petites et moyennes entreprises, y compris celles du secteur viticole. Enfin, le ministre délégué au commerce extérieur soutient pleinement la mesure qu'a proposée le 21 juillet 2004 le ministre de l'agriculture, de l'alimentation, de la pêche et de la ruralité dans le cadre de son plan de soutien à la viticulture, concernant l'augmentation de 50 % des moyens publics destinés à soutenir les actions de promotion et de communication à l'export. Il s'agit en effet de soutenir prioritairement les campagnes collectives qui contribuent à améliorer l'image des vins français.

Données clés

Auteur : [M. Jean-Claude Mathis](#)

Circonscription : Aube (2^e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 51180

Rubrique : Commerce extérieur

Ministère interrogé : commerce extérieur

Ministère attributaire : commerce extérieur

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 16 novembre 2004, page 8928

Réponse publiée le : 15 février 2005, page 1638