



Dossier de presse
Dossier de presse

**Conférence de presse conjointe 2009
BIVB - Hospices de Beaune**



BOURGOGNES
Bureau Interprofessionnel des Vins de Bourgogne



Conférence de presse

Salle des Pôvres de l'Hôtel Dieu – Beaune
Dimanche 15 novembre 2009



Pierre-Henry Gagey
Président
du Bureau Interprofessionnel
des Vins de Bourgogne



Michel Baldassini
Président délégué
du Bureau Interprofessionnel
des Vins de Bourgogne



Alain Suguenot
Président
du Conseil d'Administration
des Hospices de Beaune,
Député-maire de Beaune



Roland Masse
Régisseur
du Domaine
des Hospices de Beaune



Louis-Fabrice Latour
Président
de la Fédération des Négociants
Éleveurs de Bourgogne (FNEB)



Claude Chevalier
Président
de la Confédération des
Appellations et Vignerons de
Bourgogne (CAVB)

Contact presse :

BIVB - Cécile Mathiaud

Attachée de presse

12 boulevard Bretonnière - BP 150 - F-21204 Beaune Cedex

 +33 (0)3 80 25 95 76 - Portable + 33 (0)6 08 56 85 56 - cecile.mathiaud@bivb.com

Sommaire

■ Millésime 2009 : magnifique Bourgogne !	P. 3
■ Climatologie : un retour des saisons idéal pour une belle maturation	P. 4
■ Millésime 2008 : l'échappée belle des vins de Bourgogne	P. 7
■ Millésime 2007 : en Bourgogne, les fruits de la patience et du sur-mesure	P. 9
■ Marchés et développement des vins de Bourgogne : Démultiplier les efforts pour favoriser la reprise	P. 11
■ Export : après les exceptionnels résultats de la Bourgogne, depuis l'été 2008, la crise et l'euro fort ralentissent les commandes	P. 12
■ Les deux principaux marchés marquent le pas	P. 14
▶ Aux États-Unis : la faiblesse du dollar défavorise les vins européens	P. 14
▶ Au Royaume-Uni, un mal profond aggravé par la livre basse	P. 15
■ Les marchés plus traditionnels résistent mieux	P. 16
▶ Au Japon, la Bourgogne résiste bien sur un marché rattrapé par la crise internationale	P. 16
▶ En Allemagne, profiter d'une demande plus qualitative	P. 17
▶ En Belgique : fidèles au plaisir, malgré un budget moindre	P. 18
■ Des marchés en développement à stabiliser	P. 19
▶ Au Canada, les ventes aux consommateurs résistent	P. 19
▶ La Corée du Sud : touchée par la crise	P. 19
■ Des marchés d'avenir à développer	P. 20
▶ Au Brésil, une niche haut de gamme à exploiter	P. 20
▶ Singapour : plaque tournante de l'Asie	P. 21
■ France : un marché qui s'est bien tenu pour la Bourgogne	P. 22
■ En grande distribution : bon maintien et belle valorisation	P. 22
■ En restauration : une période difficile, mais des perspectives pour la Bourgogne	P. 23
■ Les cavistes : une réelle marge de progression	P. 24
■ Vente directe : le tourisme viticole s'organise	P. 25
■ Les chiffres clés de la Bourgogne viticole	P. 27
■ Les Grands Jours de Bourgogne célèbrent leurs 10 ans du 22 au 27 mars 2010 au cœur des terroirs de Bourgogne	P. 28
■ Conserver la biodiversité du Pinot Noir et du Chardonnay : travail de mémoire pour anticiper l'avenir	P. 30
■ Groupement des Jeunes Professionnels de la Vigne	P. 32
■ Saint-Vincent tournante 2010 : Chassagne-Montrachet - 30 et 31 janvier	
■ Unesco : les « climats du vignoble de Bourgogne » postulent au Patrimoine Mondial de l'UNESCO	



2009 Millésime 2009

Magnifique Bourgogne !

10 novembre 2009

En 2009, la vigne a pu profiter de conditions idéales durant tout son cycle et, plus particulièrement, lors de sa phase de maturation, baignée de lumière. Soleil et chaleur se sont, en effet, illustrés tout au long des mois d'août et de septembre, donnant une matière première extraordinaire révélée au cours des vinifications. Au lendemain de celles-ci, le caractère authentique de ce millésime est déjà perceptible.

Début septembre, les vignes arboraient des raisins d'une maturité parfaite, avec de splendides équilibres sucres/acidité/arômes. Jusqu'à la récolte, la météo estivale a permis de maintenir un excellent état sanitaire au sein du vignoble.

La vigilance est restée de mise, afin de surveiller l'évolution rapide des baies. Il était primordial de réaliser très régulièrement des contrôles de maturité. Néanmoins, le choix de la date de récolte et les vendanges se sont faits dans la sérénité, en fonction du vin que chaque vinificateur souhaitait créer. Chaque vigne a ainsi pu être récoltée au moment le plus opportun.

Les premières dégustations dévoilent d'ores et déjà des vins à la hauteur de la qualité des raisins ramassés, où chaque personnalité et chaque « climat » s'expriment avec élégance.

■ Vins blancs

Un très beau profil aromatique se dessine déjà, alors que certains blancs n'ont pas encore fini leur fermentation alcoolique.

Les vins se structurent sur la rondeur et l'amplitude, avec une vivacité qui leur confère une très belle harmonie.

Cette année, plus encore que sur d'autres millésimes, chaque vin est le reflet de son terroir d'origine.

■ Vins rouges

Séduisants dès le premier regard, ces vins affichent de très belles robes d'un rouge profond et brillant.

Tout aussi flatteurs, les arômes de fruits rouges et noirs bien mûrs sont exaltés par la présence de notes épicées qui se développent à mesure que le vin s'ouvre.

En bouche, le plaisir des sens est complet. En effet, dès l'attaque, la complexité est perceptible dans l'ampleur que prend le vin. Puis, un bel équilibre se dévoile, soutenu par des tanins ronds et soyeux. En finale, ces vins riches et d'une belle longueur laissent une sensation de plénitude.

■ Crémant de Bourgogne

Vendangés tout début septembre, les raisins destinés au Crémant de Bourgogne présentaient déjà un potentiel aromatique très important, tout en conservant l'acidité nécessaire à leur fraîcheur, caractères qui se retrouvent aujourd'hui dans les vins.



Climatologie 2009

Un retour des saisons idéal pour une belle maturation !

Après plusieurs années où la météorologie a joué avec les nerfs des vignerons, 2009 remet le calendrier à l'heure, offrant un « temps de saison » à chaque étape importante du cycle du développement de la vigne. Une belle année qui annonce un millésime prometteur !

Les frimas sont encore présents dans les premiers jours de mars, la fraîcheur persistant, comme une réminiscence du long hiver bourguignon. En effet, la timide remontée des températures durant la première quinzaine du mois est contrariée par le retour d'un temps frais aux alentours du 20 mars. Début avril, l'atmosphère se réchauffe progressivement et le printemps s'installe enfin, les températures dépassant même les normales saisonnières. A la faveur de cette douceur ambiante, la vigne s'éveille et reprend promptement son activité. Ainsi, le débourrement se produit rapidement et il suffit de quelques jours pour voir les bourgeons éclore dans tout le vignoble. Du nord au sud de la Bourgogne, en seulement 4 jours, le stade 50 % de pointes vertes est atteint. Les dates de débourrement, en 2009, sont proches de celles de 2005, hormis pour le Mâconnais qui présente quelques jours de retard.

Le début du mois de mai est marqué par le retour d'une certaine fraîcheur. A partir du 15, les températures augmentent fortement, passant au-dessus des normales de saison. Ce temps, propice pour le développement de la vigne, initie une floraison rapide et homogène pour les parcelles les plus précoces. Toutefois, le thermomètre oscille beaucoup. Ainsi, le début du mois juin connaît un net rafraîchissement qui va venir perturber la floraison des parcelles les plus tardives. Les Côtes de Beaune, de Nuits et Chalonaise présentent des dates de floraison proches de celles de 2003, alors que dans le Mâconnais, elles avoisinent plutôt celles de 1997. Enfin, sur Chablis et le Grand Auxerrois, l'apparition de la fleur se situe dans la moyenne des 15 dernières années. La floraison se déroule donc en deux temps, avec un décalage de près de 15 jours entre les parcelles de Chardonnay de Côte d'Or et celles du vignoble icaunais.

Dès les premiers jours, juillet laisse poindre la tendance orageuse de l'été à venir et, malgré une impression générale de beau temps, de nombreux orages apportent des cumuls d'eau importants pour la saison. Ils sont parfois accompagnés d'averses de grêle qui génèrent quelques dégâts dans le vignoble, mais n'auront, à terme, qu'un impact minime sur la récolte.

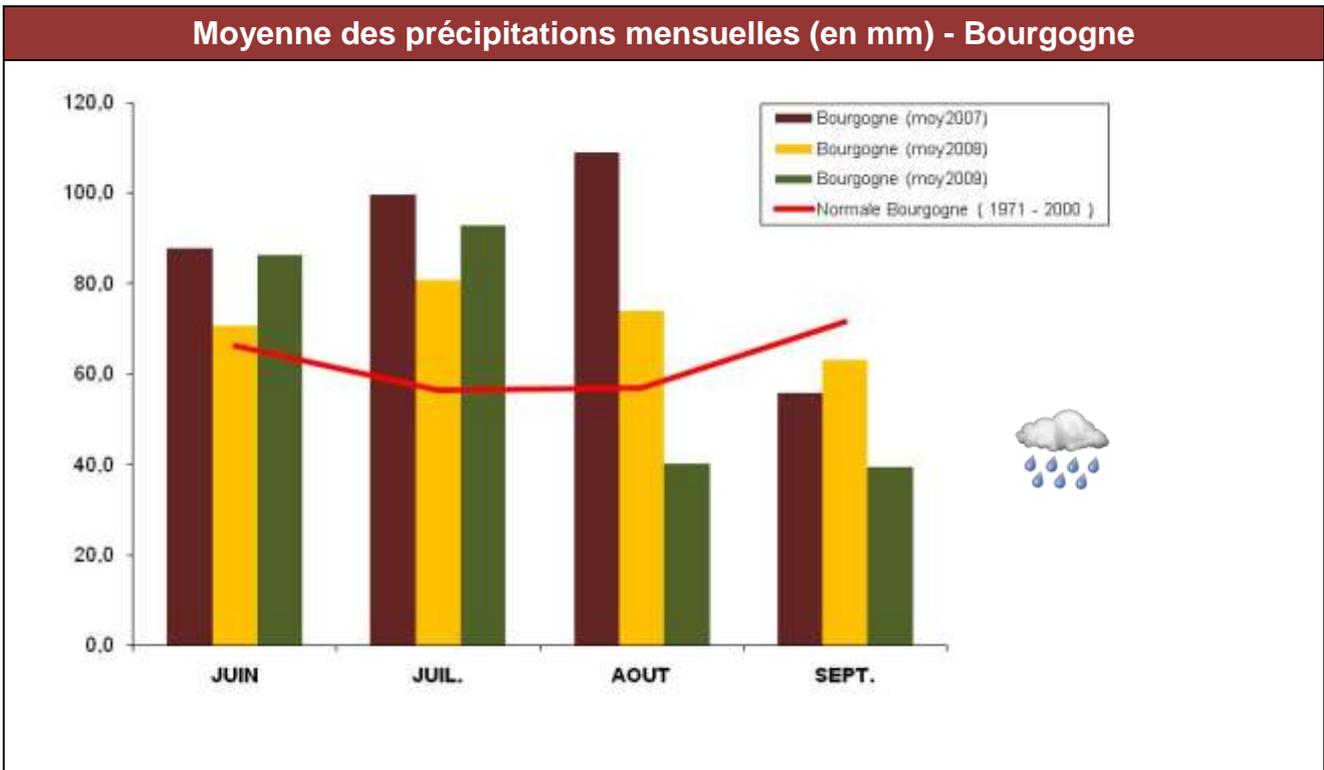
Août installe l'été avec soleil et chaleur. Cette météo idéale permet à la maturation de se dérouler dans des conditions rêvées. En effet, ce temps beau et chaud se prolonge tout au long de la période de maturation (y compris septembre) avec, çà et là, quelques averses orageuses.

L'état sanitaire est parfait, du début à la fin de la maturation. La pression des maladies, assez importante au printemps, est contenue par le savoir-faire des vignerons. L'installation des conditions climatiques estivales évite ensuite l'apparition de foyers de pourriture et induit une diminution du risque de développement des maladies présentes en début de campagne.

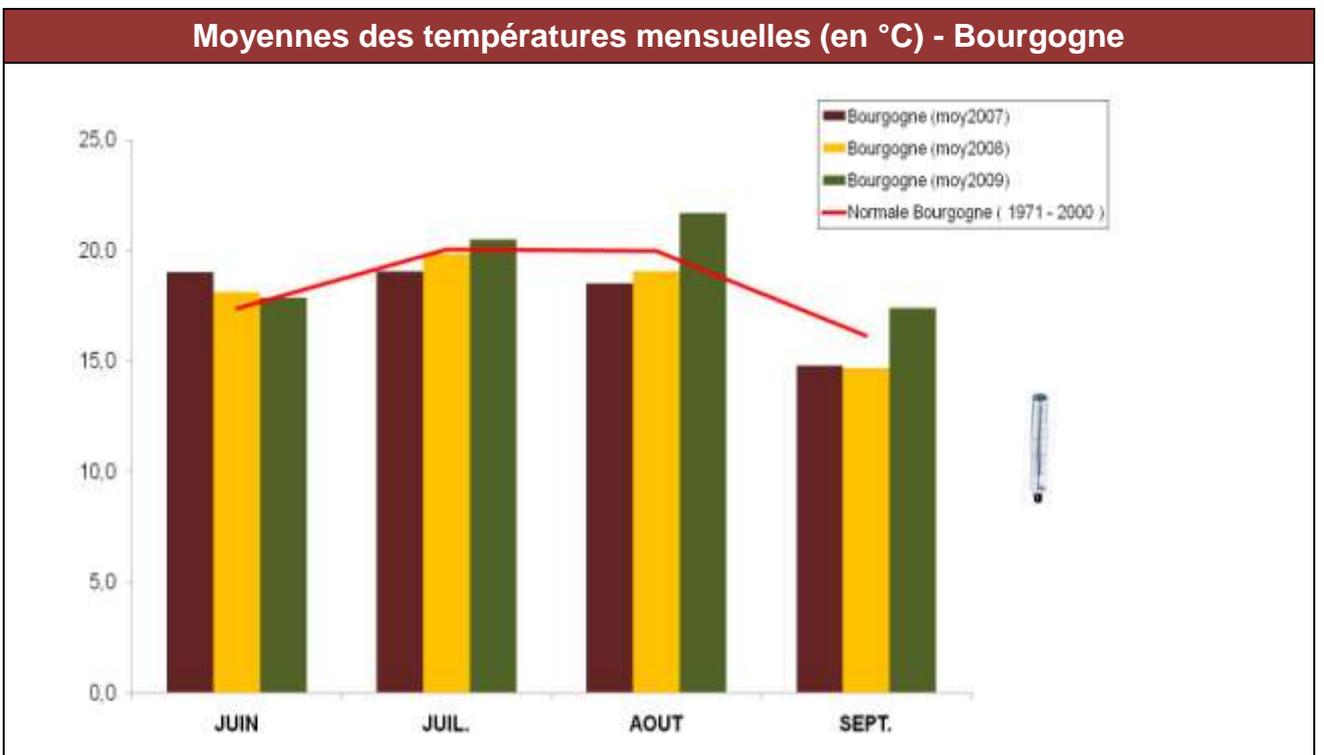
■ Une maturation rapide et homogène

Peu ou pas de précipitation, une insolation supérieure à la moyenne, de fortes chaleurs : c'est le cocktail parfait pour la production de raisins de grande qualité et ce sont les conditions climatiques des mois d'août et septembre en Bourgogne. En raison de cette météo idéale, la véraison se déroule rapidement. Au 15 août, les parcelles de Pinot Noir arborent de belles baies noires-violacées. Dès les premiers jours de maturation, les différents paramètres caractéristiques de la maturité du raisin (sucres, acidité...), évoluent rapidement. Les gains journaliers en sucres sont réguliers tout au long de cette phase. Certaines parcelles de Chardonnay, un peu plus tardives, connaissent mêmes des progressions spectaculaires durant les premiers contrôles de maturité réalisés par le (Bureau Interprofessionnel des Vins de Bourgogne (BIVB). Le premier contrôle a lieu le 13 août, ce qui est une date relativement précoce au regard de ces dernières années.

Tous les indicateurs sont au vert et laissent présager d'une très belle maturité et d'un beau millésime. Le maintien des conditions climatiques idylliques permet aux raisins de connaître une maturité aboutie. Le choix de la date de vendange par les viticulteurs se fait sans contrainte météorologique. Suite à la suppression des bans de vendanges, il se raisonne en fonction du produit recherché et de l'avancement de la maturation sur chaque parcelle, afin de récolter des baies parfaitement mûres.

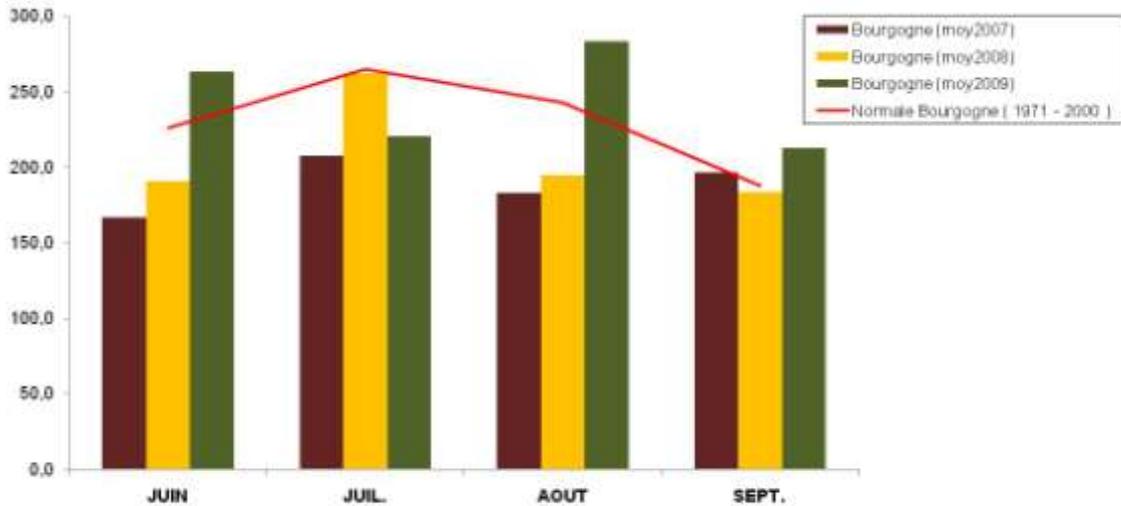


Sources : BIVB/Météo France



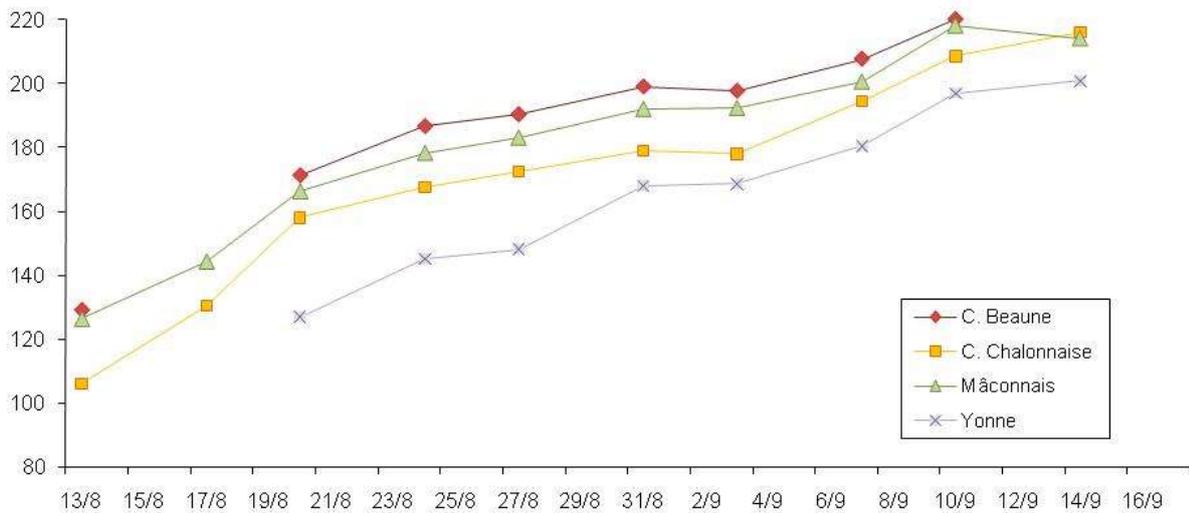
Sources : BIVB/Météo France

Moyenne de l'insolation mensuelle (en heures) - Bourgogne



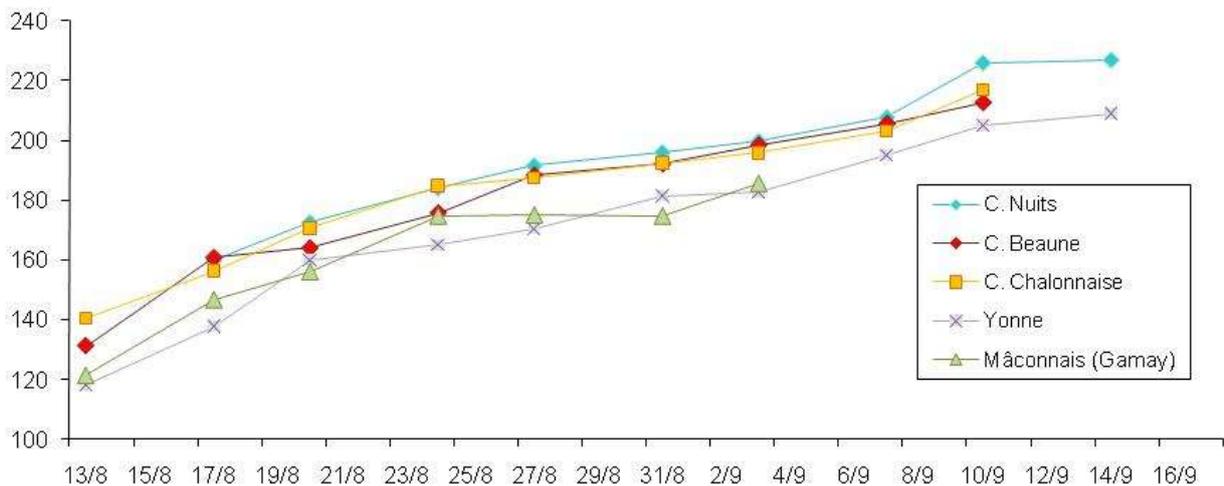
Sources : BIVB/Météo France

Évolution de la concentration en sucres sur Chardonnay millésime 2009 (g/l)



Sources : Observatoire du millésime du BIVB

Evolution de la concentration en sucres sur Pinot Noir et Gamay millésime 2009 (g/l)



Sources : Observatoire du millésime du BIVB



2008 Millésime 2008

L'échappée belle des vins de Bourgogne

Mai 2009

2008 a joué avec les nerfs des viticulteurs.

Il a en effet fallu attendre la mi-septembre pour que la vigne profite du retour de belles conditions : le soleil et le vent du nord ont permis au raisin d'atteindre sa pleine maturité pour les vendanges.

Comme en 2007, le travail à la vigne et le choix du sacrifice d'une partie de la récolte auront payé. La pratique d'un tri minutieux, comme le choix de rendements modérés, ont conduit à un volume de récolte inférieur à la moyenne, l'un des plus bas de ces dix dernières années.

Presqu'un an après les vendanges, les vins, s'ils ne sont pas tous en bouteilles affirment déjà une belle personnalité.

■ **Les vins blancs**

■ Le Chablisien et l'Auxerrois

La maturité observée au moment des vendanges se traduit aujourd'hui par des vins très attrayants dotés d'un magnifique équilibre. Leur fraîcheur et leur minéralité remarquables soulignent le grand classicisme de ce millésime qui se caractérise également par une excellente tenue de bouche.

■ Le Mâconnais

On retrouve dans les vins de cette année 2008 tout ce qui fait le charme des vins du Mâconnais et les rend si appréciables : une qualité de fruit inégalée, une rondeur et une texture de qualité. Parfaitement équilibrés, ils séduisent par leur caractère friand et gourmand.

Un très beau millésime.

■ La Côte Chalonnaise et la Côte de Beaune

2008 peut d'ores et déjà être considéré comme un grand millésime.

Marqués par des notes de fruits mûrs et d'agrumes, les vins sont d'une richesse aromatique peu commune. Leur bouche, ample et corpulente, d'une agréable fraîcheur, est un modèle du genre.

■ Les Vins rouges

■ La Côte Chalonnaise et la Côte de Beaune

La superbe intensité des robes rouges rubis démontre l'excellente maturité des raisins de ce millésime. Quant aux nez, ils se distinguent par leur grande franchise, leur élégance et leur complexité aromatique : aux senteurs de fruits rouges se mêlent quelques notes d'épices et de tabac blond. Les bouches se montrent à la fois amples et tendres grâce à la souplesse des tanins. De très beaux vins qui nous réserveront de splendides surprises.

■ La Côte de Nuits

Tous comme ceux de la Côte de Beaune voisine, les vins rouges de la Côte de Nuits sont superbement équilibrés et d'une qualité aromatique exceptionnelle.

Leur nez, d'une netteté exemplaire, laisse apparaître de subtiles odeurs florales accompagnées de très plaisants arômes de fruits à noyau et de fruits secs.

Leur bouche, à l'attaque souple et au volume impressionnant, séduit par son harmonie et la qualité de ses tanins. D'une excellente tenue et d'une imposante longueur, elle est le signe d'un grand millésime promis à un bel avenir.

■ Les Crémant de Bourgogne

Les conditions météorologiques ont été idéales pour la production des Crémants de Bourgogne, vendangés plus tôt que les vins tranquilles. En effet, un niveau d'acidité assez élevé et une richesse modérée en sucres sont nécessaires pour obtenir la meilleure expression de ces vins effervescents.

2008 sera, à n'en pas douter, un grand millésime pour les Crémants de Bourgogne.

Ce communiqué présente des généralités par vignoble. Chaque vin et chaque vinificateur étant unique, la dégustation de chaque cuvée s'impose avant de la caractériser.



Millésime 2007

En Bourgogne, les fruits de la patience et du sur-mesure

Jun 2008

2007 a été une année surprenante. Alors que la pluie et le mauvais temps s'étaient installés, dès juillet, un changement de temps radical a marqué la fin du mois d'août. Le soleil et le vent du nord des premiers jours de septembre ont permis au raisin de sécher et d'atteindre tranquillement sa pleine maturité. Cette réussite est également à porter au crédit des vigneron qui ont su, après avoir dû mener un travail soigné dans les vignes, se montrer patients et attendre septembre pour vendanger.

Le tri méticuleux engagé par la suite, à la vigne et à l'entrée des cuveries, a été largement récompensé, les vins alors obtenus se montrant de belle qualité. Les vins blancs de 2007 s'affirment comme des vins gourmands de très belle qualité qui pourront très prochainement être mis sur la table.

Quant aux vins rouges, ils confirment actuellement tous les espoirs mis en eux et surprennent agréablement par leur très belle tenue et leur évolution irréprochable.

■ Les vins blancs

■ Le Mâconnais

Le mois de septembre, ensoleillé et sec, a permis aux raisins blancs d'atteindre une belle maturité. Les vins se caractérisent par un fruité de grande qualité. On y retrouve quelques odeurs florales fort agréables qui se mêlent aux arômes de fruits blancs et d'amande. La bouche reste fraîche avec une finale légèrement tendue et une minéralité bien présente. Il ne fait aucun doute que ce millésime pourra se mettre à table assez tôt et qu'il sera alors apprécié pour sa souplesse et sa spontanéité.

■ Le Chablisien et l'Auxerrois

Là encore, la patience et l'attente d'une maturité suffisante auront été nécessaires. Si, dans l'ensemble, les vins manquent quelque peu de puissance et de rondeur, ils savent se montrer friands et charmeurs avec une expression aromatique d'une réelle élégance. Leur bouche, aux arômes de fruits verts et d'agrumes, est délicatement acidulée. À la fois tendre et minérale, elle se distingue par une remarquable fraîcheur.

Pour les vins de Chablis, 2007 est un millésime de plaisir à consommer dès sa jeunesse pour profiter de son fruité.

■ La Côte Chalonnaise et la Côte de Beaune

Ces deux régions de la Bourgogne n'ont pas échappé aux aléas climatiques de l'été maussade. Cela n'a pas empêché de très belles réussites, là où le savoir-faire du vigneron s'est pleinement exprimé. Après un long et patient élevage, les vins se sont arrondis, tout en gardant une belle vivacité et d'excellentes qualités aromatiques. Marqués par des notes de fruits blancs et de fruits jaunes (poire, pêche, abricot...) et un équilibre de bon aloi, ils savent se montrer tendres et généreux.

Leur évolution, qui devrait être assez rapide, permettra de les apprécier très prochainement (3/4 ans).

■ Les vins rouges

Si l'expression « sauvé des eaux » pouvait s'appliquer à un millésime, nul doute que ce serait bien à 2007.

Des vendanges précoces sous un soleil de fin d'été ont permis de sauver un millésime dont l'avenir semblait bien compromis à la mi-août. Grâce à un fruité de qualité et à des tanins tendres, les vins rouges du millésime 2007 apparaissent aromatiques et gourmands. Ils vont, à n'en pas douter, ravir les amateurs de vins jeunes.

■ La Côte Chalonnaise et la Côte de Beaune

Les robes, d'une belle couleur rubis, laissent la place à des nez d'une réelle élégance où odeurs de fruits rouges et de fleurs s'associent délicatement à quelques senteurs un peu plus épicées. Les bouches, remarquablement tendres, avenantes et savoureuses s'appuient sur une trame tannique soyeuse. Bien que peu corpulentes dans l'ensemble, elles font souvent preuve d'une très belle harmonie.

Loin d'être considérés comme des vins de garde, les vins de ce millésime seront à savourer dans un avenir proche (3/5 ans). Ils feront le bonheur des amateurs de vins fruités, souples et élégants.

■ La Côte Nuits

C'est certainement en Côte de Nuits que l'on observera les plus belles réussites de ce millésime. Peu comparable aux années précédentes, 2007 pourra, par sa personnalité et ses qualités, séduire un grand nombre de consommateurs. Dotés d'une qualité aromatique exemplaire où, aux odeurs de fruits rouges et de fleurs, se mêlent de délicates senteurs d'épices, les vins de la Côte de Nuits surprennent agréablement par leur rondeur et leur souplesse.

Vins souples et gourmands, à consommer relativement jeunes, ils combleront les amateurs de vins tendres et fruités.

Ce communiqué présente des généralités par vignoble. Chaque vin et chaque vinificateur étant unique, la dégustation de chaque cuvée s'impose avant de la caractériser.



Marchés et développement des vins de Bourgogne

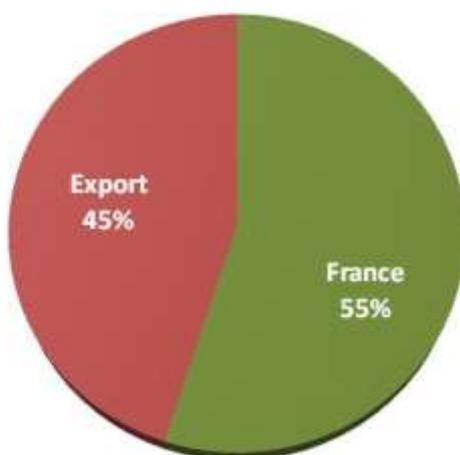
Démultiplier les efforts pour favoriser la reprise

Après trois années de croissance, avec un record de ventes établi sur 2006/2007, puis une année de retour à l'équilibre (2007/2008), la dernière campagne de commercialisation des vins de Bourgogne a été marquée par un recul sensible des ventes (-13 %), essentiellement dû aux résultats hors de l'hexagone (-24 %).

Une situation logique pour un vignoble qui exporte une bouteille sur deux et compte tenu de la crise financière internationale qui a particulièrement et durement frappé ses deux principaux clients (États-Unis et Royaume-Uni).

Le marché français s'est en revanche bien tenu (-1%).

Estimation de la répartition FRANCE / EXPORT
des ventes de vins de Bourgogne (sept 09)



Sur les 12 mois cumulés, arrêtés à fin juillet 2009, **le vignoble a vendu l'équivalent de 177 millions de bouteilles 75 cl, soit une baisse de -13 % par rapport à la campagne précédente.** Si l'on ajoute les 9 millions de bouteilles utilisées pour différentes activités professionnelles (dégustations, échantillons offerts...), le volume total de vin de Bourgogne sorti des chais de la viticulture atteint 186 millions de bouteilles, soit un retour au niveau de la campagne 2004-05, dernière période de crise économique.

Une crise dont la Bourgogne s'était très vite sortie, notamment grâce au millésime 2005, avec trois belles années de commercialisation et un record de ventes (la commercialisation, supérieure à la production, a permis une baisse conséquente des stocks). Chacun espère que le millésime 2009, qui s'annonce déjà comme un grand millésime, aura le même effet.

La récolte 2008 ayant été l'une des plus faibles de ces 10 dernières années (-5 % par rapport à 2007), **les stocks de la viticulture**, tombés en juillet 2008 à leur plus bas niveau depuis 1999, ne devraient que faiblement progresser (+5% environ) et **rester parmi les plus faibles de la décennie.** Le stock au négoce ne progresse que de 1 %.

La situation économique du vignoble reste donc saine, en dépit d'un contexte international morose.

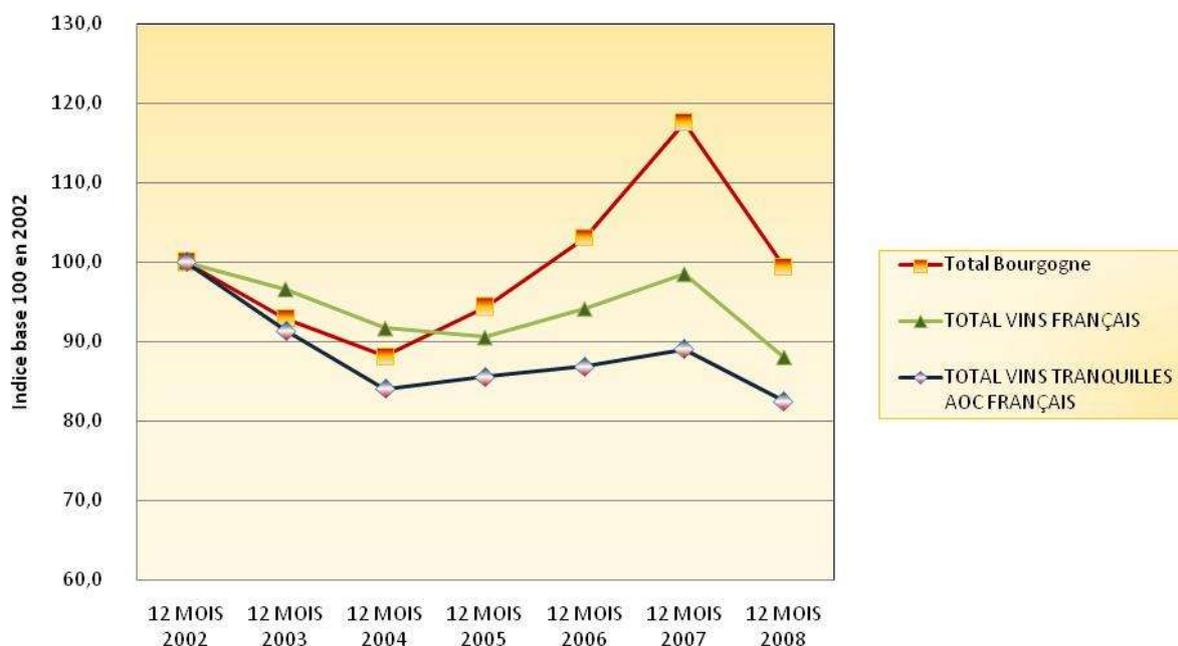
La conjoncture mondiale demeure toutefois un grand sujet de préoccupation. Conscients des difficultés, les professionnels Bourguignons vont continuer à proposer des vins de qualité tout en continuant de soutenir ses vins par une présence renforcée sur le terrain.

■ Export : après les exceptionnels résultats de la Bourgogne, depuis l'été 2008, la crise et l'euro fort ralentissent les commandes

Avec la crise internationale, le constat est uniforme. Partout, les clients finaux font davantage attention aux prix : descente en gamme, achats en promotion ou de marques de distributeurs, baisse de fréquentation et des dépenses dans les restaurants... Plus inquiétant, sur tous les marchés, les circuits de distribution haut de gamme, où les vins français sont en général bien présents, sont ceux qui enregistrent les plus fortes baisses.

C'est donc toute la planète vin qui souffre. Il suffit de regarder les flux mondiaux et, notamment, les expéditions des principaux pays producteurs, pour constater un ralentissement conséquent. Au global, la baisse des flux atteint 5,2 % sur le cumul des 12 mois à fin juillet 2009. 2007/2008 avait déjà marqué une quasi-stagnation de l'évolution des flux, après la forte progression de 2006/2007. L'euro fort, notamment face au dollar, est une contrainte supplémentaire pour les exportations des pays de l'Union Européenne.

Evolution comparée des exportations de vins de Bourgogne et des vins français en général - en volume



Depuis le troisième trimestre 2008, ce contexte économique a pesé sur les exportations de vins de Bourgogne.

Sur les 12 mois cumulés de la campagne (à fin juillet 2009), les exportations de la Bourgogne ont baissé de 24,5 % en volume et en valeur, avec 79,3 millions de bouteilles pour 528 millions d'euros. Par rapport à la moyenne des cinq dernières années, la baisse est de -16 % en volume et de -12 % en valeur. Cette situation est largement liée au poids du Royaume-Uni et des États-Unis (1 bouteille de Bourgogne sur 2 à l'export partait vers l'un de ces deux marchés), pays qui subissent de plein fouet la crise et expliquent près des 3/4 de la baisse des exportations de la Bourgogne.

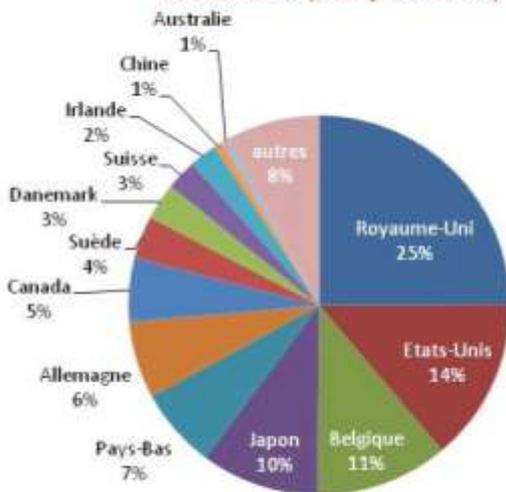
Par couleur, l'évolution est assez similaire entre les vins blancs et les vins rouges. Les AOC Régionales, plus abordables, ont moins souffert de la crise, particulièrement les vins blancs, dont le chiffre d'affaires baisse de seulement 9 % sur cette catégorie.

Les exportations de vins de Bourgogne restent en revanche bien soutenues par le Crémant de Bourgogne, en croissance régulière depuis 5 ans. Avec plus de 4,5 millions de bouteilles vendues, cette appellation s'est imposée sur de nombreux marchés.

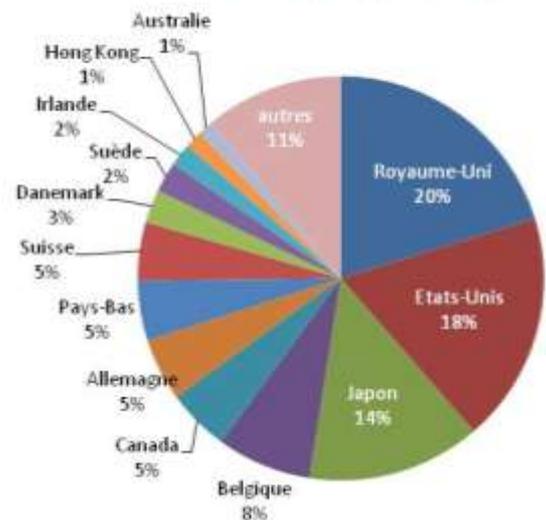
Exportations de vins de Bourgogne sur la campagne 2008-09

MONDE	camp 2008/09		camp 2007/08		% camp 08-09 / 07-08		Ecart camp 08-09 / 07-08	
	BOUTEILLE+VRAC	1000 cols	1000 cols	1000 EUR	VOLUME	VALEUR	1000 cols	1000 EUR
Monde		79 329	104 881	701 120	-24,4%	-24,7%	-25 552	-173 478
UE		49 218	66 563	336 964	-26,1%	-24,2%	-17 344	-81 445
Royaume-Uni		19 797	33 034	164 732	-40%	-35%	-13 237	-57 964
Belgique		8 974	9 453	42 970	-5%	-7%	-480	-3 081
Allemagne		5 222	5 227	29 646	0%	-11%	-5	-3 396
Pays-Bas		5 437	6 585	29 540	-17%	-14%	-1 149	-4 081
Danemark		2 473	3 091	17 372	-20%	-19%	-618	-3 368
Suède		2 862	3 211	13 642	-11%	-6%	-349	-849
Irlande		1 852	2 453	12 747	-25%	-25%	-601	-3 175
Italie		505	781	6 773	-35%	-24%	-276	-1 599
Luxembourg		446	565	4 473	-21%	-20%	-120	-916
Pays Tiers		30 111	38 320	364 156	-21,4%	-25,3%	-8 209	-92 033
Etats-Unis		11 022	16 306	160 985	-32%	-40%	-5 285	-63 832
Japon		7 949	8 164	77 231	-3%	-5%	-214	-4 232
Canada		4 316	5 025	33 450	-14%	-21%	-709	-7 143
Suisse		2 094	2 288	26 529	-8%	-7%	-194	-1 869
Hong Kong		345	451	5 763	-23%	+26%	-105	1 498
Australie		523	600	7 614	-13%	-18%	-77	-1 382
Corée du Sud		319	531	6 530	-40%	-42%	-212	-2 745
Singapour		193	365	6 723	-47%	-35%	-173	-2 355
Brésil		337	372	3 441	-9%	-10%	-35	-334
Chine		535	425	2 753	+26%	-4%	110	-123

Principaux marchés export de la Bourgogne en volume (camp 2008-09)



Principaux marchés export de la Bourgogne en valeur (camp 2008-09)



Dans tous les pays on constate que les stocks de tous les maillons de la chaîne de distribution ont diminué, au détriment des réapprovisionnements, notamment pour limiter les problèmes de trésorerie et de financement des importateurs et distributeurs constatés dès le début de la crise. Ce mouvement de déstockage amplifie ainsi l'impression de crise face à des carnets de commandes moins remplis.

Ainsi, si l'on prend l'exemple de la Norvège où toutes les ventes (hors restaurant) passent obligatoirement par le Monopole : **les ventes de vins de Bourgogne sur l'année civile 2008 ont crû de 6 % alors que les exportations diminuaient de 7 % sur la même période.**

Parallèlement, les vins situés sur les tranches de prix haut de gamme comme les Bourgogne sont davantage pénalisés, car les achats se reportent sur des vins plus abordables, à rotation plus rapide.

Plus que jamais, la Bourgogne est consciente de la nécessité de poursuivre l'élargissement de son champ d'exportation, notamment vers l'Asie et les pays Scandinaves, même si la conjoncture immédiate ne s'y prête pas.

En Scandinavie, **les ventes des Monopoles d'Etat ont encore progressé sur toute l'année civile 2008 (+18 % en Suède et +6 % en Norvège).**

En Asie, malgré une baisse moyenne des ventes de vins de Bourgogne de 20 à 30 % sur ces marchés (hors Japon), il est vraisemblable que les expéditions pourront retrouver des taux de croissance du même ordre dès le redémarrage de l'économie. Seul marché mature en Asie, le Japon demeure une destination favorable à la Bourgogne dont les exportations sont restées relativement stables, malgré la conjoncture.

D'autres marchés traditionnels comme la Belgique, l'Allemagne et même la Suisse, ont plutôt bien maintenu leurs volumes importés de vins de Bourgogne sur les 7 premiers mois 2009.

L'expérience de Jeanne-Marie Deschamps, courtier en chambre (Domaines et Saveurs Collection, Beaune), est intéressante. Elle fait découvrir les vins des professionnels bourguignons qu'elle représente sur plusieurs destinations, certaines traditionnelles comme les USA et le Royaume-Uni et sur d'autres plus originales comme le Brésil, la Russie, la Chine ou la République Tchèque :

« Ces derniers [marchés] demandent des efforts de commercialisation. Il faut faire partager le savoir-faire et le travail des Bourguignons à tous les niveaux : détaillants, restauration et consommateurs. Il est important de justifier de l'origine de nos cépages et de la personnalité de nos terroirs, afin de lutter contre une tendance mondiale des vins "techniques", forts en alcool, avec des sucres résiduels. Notre histoire est à la fois une force de référence et une intimidation de complexité. Mais, elle attire les amateurs, les soucieux d'authenticité... De nombreux clients amateurs de vins découvrent les vins de Bourgogne. Ils sont fidèles quand ils ont compris leurs valeurs et leurs qualités, mais il nous faut aller porter la bonne parole ».

■ Les deux principaux marchés marquent le pas

▶ **Aux États-Unis : la faiblesse du dollar défavorise les vins européens**

Les consommateurs américains continuent d'acheter des boissons alcoolisées mais restent à la maison pour les consommer. Globalement, les ventes de vin ont progressé de 6 % chez les cavistes au cours des 12 derniers mois (fin août 2009 ; source *IRI*), premier circuit de distribution, hors CHR, pour la Bourgogne sur le marché.

Les consommateurs font également plus attention aux prix. Cette orientation profite en premier lieu aux produits nationaux et aux pays les plus abordables (Argentine +37 % en volume sur ce circuit). Néanmoins, les ventes de vins américains haut de gamme restent stables (notamment ceux d'Oregon, trois fois plus chers que la moyenne des vins américains).



Évolution dollar US/euro 2006 à 2009



La période actuelle est donc peu favorable aux vins milieu et haut de gamme importés, notamment en provenance d'Europe, très défavorisés par un euro fort (1,5 \$ pour 1 €).

Pour ces différentes raisons, **les exportations de vins de Bourgogne vers le marché américain ont chuté de 32 % en volume et de 40 % en valeur** sur la dernière campagne.

Il est toutefois légitime de penser que la Bourgogne bénéficiera, à moyen terme, de la reprise de croissance de ce marché, encore loin d'être à son apogée et porté par des consommateurs plus jeunes qu'en France.

Frédéric Drouhin, Président du Directoire de la Maison Joseph Drouhin (Beaune) nous apporte un éclairage sur le marché américain : « *Aujourd'hui les stocks des importateurs et distributeurs sont bas, mais les stocks des producteurs de vins aux USA restent élevés. Les grossistes recherchent « des coups » : les opérateurs bourguignons ont, dès le printemps, ajusté leur offre commerciale avec, parfois, des conditions rarement vues (...). La pression sur les marges est très forte.*

La réputation du millésime 2008 est bonne. Les premières dégustations des professionnels sont plutôt encourageantes, mais on parle déjà du millésime 2009 qui risque d'ombrager 2008. Le marché s'attend à une baisse des prix qui pourrait ne pas être appliquée aux consommateurs si le dollar continue de s'affaiblir. Le marché reste donc très difficile, mais il a la capacité de rebondir et de redémarrer très vite, du moins pour les opérateurs qui auront le réseau commercial et la capacité à financer les promotions et actions marketing ».

► Au Royaume-Uni, un mal profond aggravé par la livre basse

Au Royaume-Uni, **la baisse des exportations de vins de Bourgogne atteint 40 % en volume**. La problématique est toutefois différente de celle des États-Unis. Le marché est saturé, le pouvoir d'achat est en berne et le taux de change, tout comme aux États-Unis, est pénalisant pour les vins européens. De plus, la hausse répétée des accises, décidée par le gouvernement (+6 % en 2009) ne peut que dégrader durablement la consommation de vin.

Évolution livre anglaise/euro 2005 à 2009

L'économie britannique est restée en récession au troisième trimestre 2009 (- 0,4 % pour le PIB) et connaît ainsi son sixième repli trimestriel consécutif. La livre sterling a immédiatement réagi, tombant à 1,09 euro. Dans les prochains mois, la devise devrait rester faible, compte tenu des mesures d'assouplissement monétaire. Quelques distributeurs britanniques disent ne pas espérer une reprise avant 3 ou 4 ans.



Parallèlement, le Royaume-Uni, qui n'est pas autosuffisant du point de vue alimentaire, a vu ses prix de nourriture augmenter de 10 % depuis plus d'un an. Cela provoque fatalement un arbitrage des ménages au détriment des produits non indispensables.

Les ventes de vins de Bourgogne en grande distribution (premier circuit de vente du pays) ont baissé de 29 % en volume et 21 % en valeur sur la campagne 2008/2009 (sources IRI). Toutefois, l'appellation Chablis, qui représente à elle seule le tiers des ventes de Bourgogne en grande distribution, a vu ses ventes repartir à la hausse sur le dernier trimestre de cette campagne (+18 %).

Par ailleurs, d'après une enquête conduite par le BIVB auprès des cavistes indépendants (non rattachés à des chaînes composées d'au moins 10 points de vente), 95 % ont vendu, au cours de l'année écoulée, du vin de Bourgogne. Il s'agit, pour 91 % d'entre eux, de Bourgogne rouge et, pour 55 %, de Bourgogne blanc. Les cavistes signalent proposer à la vente environ 28 références de Bourgogne rouge et 24 de blancs. Certains inconditionnels restent férus des vins de Bourgogne, mais les taux de change et la crise découragent leur clientèle.

Il faut aussi signaler qu'un volume significatif (2/3 millions de bouteilles estimées) des vins de Bourgogne exporté vers le Royaume-Uni est en réalité destiné à être réexpédié vers d'autres destinations (Asie, Russie...), qui ont elles-mêmes fortement ralenti leurs importations de vins. Ces flux concernent, en temps normal, plusieurs millions de bouteilles, particulièrement les vins les plus haut de gamme de la Bourgogne.

■ Les marchés plus traditionnels résistent mieux

▶ **Au Japon, la Bourgogne résiste bien sur un marché rattrapé par la crise internationale**

Selon UbiFrance, la crise s'est installée assez tardivement au Japon puisque qu'elle résulte, pour l'essentiel, du grippage de l'appareil exportateur nippon (-46,6 % sur un an), suite au ralentissement des économies de ses grands pays clients (USA, Asie et Chine en particulier).

Début 2009, les comptes courants du Japon sont passés subitement dans le rouge (niveau record du déficit courant de 1,4 milliard d'euros en mars 2009, contre un excédent de 9,5 milliards d'euros en janvier 2009). Ce qui a entraîné des licenciements massifs, une hausse brutale du chômage et une consommation en chute libre.

En alimentaire, le secteur CHR semble le plus touché : recul de l'activité de -30 % sur les trois premiers mois 2009 par rapport à la même période en 2008 (*estimation UbiFrance*), notamment pour le CHR moyen et haut de gamme. Or, la restauration pèse pour 40 % des ventes de vin, notamment pour les vins de Bourgogne.

Les commerces de proximité et les « discount » tirent profit de la situation, au détriment des formats plus élitistes, vendeurs traditionnels de vins de Bourgogne. La plupart des enseignes cherchent à diminuer les prix de vente, afin de fidéliser un consommateur dont le pouvoir d'achat s'érode. Le vin n'est plus un produit clef pour le linéaire « boissons alcoolisées ».

Dans ce contexte, la consommation de vin ne devrait pas trop diminuer en 2009, mais plutôt baisser sensiblement en gamme. Sur les 8 premiers mois 2009, les importations japonaises de vins sont en progression de +5 % en volume par rapport à la même période de 2008, mais avec une très forte pression à la baisse sur les prix des vins importés (-34 % en moyenne). On devrait donc constater, sur 2009, au niveau de la commercialisation, un très net renforcement du segment des vins autour de 700-1500 yens (prix consommateur), segment peu accessible pour les vins de Bourgogne.



Selon Motoichi Yonei, directeur administratif de l'Association des Importateurs Japonais de Vins et Spiritueux, 2008 a déjà été une année sévère pour les importateurs. Dès le début de l'année, les professionnels ont fait face à des augmentations de coûts liées à la hausse des cours du pétrole aux taux de change défavorables. Ces facteurs de surcoûts ont dépassé les efforts des professionnels pour les absorber et ont, par conséquent, forcé un grand nombre de professionnels à augmenter le prix des vins.

Dans ce contexte, la Bourgogne a donc très bien résisté sur la campagne 2008/2009 avec une baisse de seulement 3 % en volume et 5 % en valeur.

Il est vrai qu'au Japon, le vin est associé à la cuisine, à la culture, au plaisir. Le cercle des œnophiles s'agrandit d'année en année et les écoles de vins se multiplient, même si la consommation annuelle de vin est encore assez limitée (2,5 litres/habitant) et plutôt stagnante depuis trois ans.

Les vins blancs sont encore majoritaires à 55 % dans les ventes de Bourgogne (grâce aux vins de Chablis qui pèsent pour plus du quart des vins de Bourgogne exportés), mais la répartition se rééquilibre progressivement, une tendance logique et culturelle puisque les vins rouges représentent globalement 48 % des vins consommés au Japon, contre 43 % pour les vins blancs et 8 % pour les vins rosés.

► En Allemagne, profiter d'une demande plus qualitative

L'Allemagne a enregistré un recul historique de son activité économique. Entre le quatrième trimestre 2008 et le premier trimestre 2009, le PIB a ainsi chuté de 3,8 %. C'est la plus forte baisse depuis 40 ans. L'impact sur le revenu des ménages et la consommation est réel, mais devrait surtout se faire sentir en 2010. Les conséquences les plus importantes portent sur la consommation hors domicile : le circuit de la restauration hors domicile est affecté depuis le milieu de 2008 et la situation s'aggrave.

Il y a toutefois quelques raisons de rester optimistes. La première est la proportion assez élevée des ménages qui ne devrait pas être trop affectée (les catégories les plus aisées, 46 %). La seconde concerne l'évolution du comportement des consommateurs allemands, dont les achats sont de plus en plus « responsables » vis-à-vis de la santé, de la technicité et de thèmes culturels (environnement, terroirs). Ils sont donc prêts à payer un peu plus chers pour acheter des vins conformes à ces valeurs. C'est un véritable changement de culture.



Les vins allemands, qui ont fait d'énormes progrès qualitatifs incitent le consommateur à monter en gamme et à devenir plus exigeant. Aujourd'hui, la demande pour des vins à plus de 3 euros a été comprise par l'ensemble des distributeurs, notamment en grande distribution. Elle favorise surtout le développement des cavistes qui sont optimistes malgré la crise : seuls 25 % d'entre eux pensent avoir diminué leur volume de ventes entre 2007 et 2008 (*Macrom*).

Ce circuit, qui représente 10 % de la distribution allemande, est tout à fait favorable à la vente de produits qualitatifs supérieurs à 5 euros (90 % de leur gamme) et plus particulièrement de produits français. Les cavistes représentent la principale opportunité des vins de Bourgogne et constituent un vrai motif d'encouragement pour le vignoble. Preuve de la bonne santé de ce secteur, la chaîne allemande de cavistes « Vino - Ihr Weinmarkt » a fini l'année 2008 avec une croissance de 28 % de ses ventes.

Le développement d'une restauration gastronomique (environ 2 500 des 20 000 restaurants du pays) peut également favoriser le développement des vins de Bourgogne.

Autre motif d'encouragement, **sur les 3 derniers mois, les vins rouges de Bourgogne ont gagné 13 % en volume et 5 % en valeur en grande distribution**, grâce au Bourgogne Régionale, davantage présent dans les linaires.

Ainsi, en dépit de la crise, **la Bourgogne, qui a reculé en Allemagne depuis une dizaine d'année, stabilise ses exportations au cours de la dernière campagne**. De plus, les statistiques laissent à penser

que l'Allemagne a déstocké ses vins français sur 2008, pour arriver à une forme d'équilibre. La reconstitution des stocks en vins français devrait donc avoir lieu en toute vraisemblance dans les mois à venir.

La Bourgogne doit dorénavant retrouver une place plus honorable sur ce marché historique, notamment au travers du redéveloppement des ventes d'appellations de bon rapport qualité/prix (ex. AOC de la Côte Chalonnaise) ou du Crémant de Bourgogne. Elle doit en particulier miser sur ses Bourgogne Pinot Noir, car les vins issus du Pinot (Spätburgunder) ont le vent en poupe. Wolfgang Zuzok, Directeur de Vinergie GmbH (importateur) explique qu'il « ...*faut se faire connaître : convaincre le caviste, le grossiste, le restaurateur et par la suite la grande distribution et, bien-sûr, il faut soutenir les référencements existants. La Bourgogne est pour moi une région extraordinaire qui me tient à cœur, mais il faut que les consommateurs aient envie de la découvrir !* ».

L'attrait du vignoble bourguignon est toujours réel en Allemagne. Pour preuve, les allemands font partis des principaux visiteurs de la région: ce sont les 1^{er} clients des gîtes ruraux en Bourgogne et les européens qui dépensent le plus lors de leur séjour.

► En Belgique : fidèles au plaisir, malgré un budget moindre

La Belgique est, par habitant, le plus gros consommateur étranger de vins français. La consommation de vin est largement répandue (3/4 des familles achètent du vin), car le vin reste associé à un « art de vivre ». L'essentiel de la consommation en volume (70 %) est assuré par un groupe de 20 % de « consommateurs réguliers », soit environ 2,5 millions d'adultes. Cela assure à la Bourgogne un socle solide de consommateurs avertis et amoureux de ses vins.



Les exportations de vins de Bourgogne vers la Belgique, sur les 12 derniers mois (à fin juillet 2009), se sont relativement bien tenues dans la conjoncture

actuelle, puisqu'elles diminuent de 5 % en volume et de 7 % en valeur. La Belgique reste le 3^{ème} marché export de la Bourgogne en volume avec 9 millions de bouteilles (11 % des exportations globales). Il faut toutefois ajouter l'importance des achats des ménages belges en France, à la frontière (prix plus bas en grande distribution en France), tout comme ceux effectués directement auprès des producteurs en Bourgogne. Ces volumes conséquents ne rentrent pas dans les statistiques d'exportation.

Le budget alimentaire est l'avant dernier budget sur lequel les Belges font des économies en cette période trouble. Néanmoins, ils font davantage attention aux prix des produits. Les importateurs belges du secteur des vins et spiritueux révèle une relative stabilité des ventes, mais un ralentissement sur les ventes des produits les plus chers. Au-delà d'un prix de vente au détail de 5 euros/bouteille, le niveau des ventes diminue sensiblement. Ce qui peut expliquer la petite baisse des importations de vins de Bourgogne, vendus principalement au-delà de ce prix.

Une enquête de 2008 révèle que **2/3 des vins de Bourgogne seraient commercialisés dans la restauration** (source CHD Expert). La restauration, en Belgique, est un secteur clé pour la Bourgogne. Près de 6 restaurants sur 10 proposent des vins de Bourgogne (5,4 références en moyenne), avec une part encore plus importante (64 % des établissements) dans la partie flamande (la plus dynamique actuellement pour le vin), ce qui montre le potentiel de développement du vignoble bourguignon dans ce pays.

La baisse de la fréquentation des restaurants touche actuellement les vins français, très présents en CHR. Toutefois, la consommation hors domicile est très ancrée dans les habitudes belges. Sur les quatre dernières années, elle a progressé de manière très significative, malgré le repli de 2008.

D'après une étude de 2009, il n'y a pas, pour le moment, de changement d'habitude significatif pour les dépenses et la fréquence de consommation des consommateurs de vins de Bourgogne au restaurant (source société Wine Intelligence).

27 % des consommateurs de vin en CHR déclarent dépenser 20 euros minimum pour une bouteille, une fois de temps en temps (soit un million de consommateurs de vin premium en CHR), pourcentage assez stable, même s'ils le font moins souvent, au profit de gammes de prix intermédiaires.

■ Des marchés en développement à stabiliser

▶ **Au Canada, les ventes aux consommateurs résistent**

Pour des raisons de santé publique, la législation canadienne confie la distribution du vin aux seules Commissions des Alcools (Monopoles) de chaque province (sauf dans la province d'Alberta où la distribution est libre). Cela n'a pas empêché le marché du vin de dépasser les 400 millions de litres pour 5,5 milliards de dollars canadiens (CAD) en 2008.

Sur les dix provinces canadiennes et les trois territoires, quatre (Québec, Ontario, Colombie Britannique et Alberta) concentrent 92,5 % des ventes de vins. C'est au Québec que la consommation est la plus élevée (17 litres/an/habitant), avec une orientation très forte vers les vins de qualité et une préférence beaucoup plus marquée pour les vins français. Ceci explique que la France reste le principal pays fournisseur.

En 2008, le Canada s'est placé au 7^{ème} rang mondial des pays importateurs de vins tranquilles en volume (320 millions de litres importés) et au 5^{ème} rang en valeur (pour environ 1 065 millions d'euros). Mais, sur la campagne 2008/2009, pratiquement tous les principaux pays fournisseurs de vin ont vu leurs volumes expédiés vers le Canada diminuer.

Les exportations de vins de Bourgogne subissent quant à elles un repli de 14 % sur cette période. Ce repli s'est surtout manifesté sur les premiers mois de 2009, les exportations étant restées stables sur 2008 par rapport à 2007.

Toutefois, les ventes réelles de vins de Bourgogne aux consommateurs ont a priori mieux résisté que les chiffres de l'export ne le laissent supposer. En effet, les ventes cumulées de Bourgogne des 3 principaux Monopoles du Canada (Québec, Ontario et Colombie Britannique, trois provinces qui représentent 85% des ventes de Bourgogne pour 75% de la population totale du pays) sur leur dernier exercice fiscal (avril 2008/mars 2009), se sont élevées à 3,8 millions de bouteilles, soit une baisse de seulement 5 %, mais le volume reste significativement supérieur aux années précédentes.

Le Québec reste de loin la première destination des exportations de vins de Bourgogne, avec au moins 60 % de la consommation. C'est aussi la province où les ventes de Bourgogne résistent le mieux (-2,8 % en volume).

La Bourgogne étant plutôt positionnée sur les segments haut de gamme, elle subit donc sensiblement la situation économique actuelle, d'autant que le dollar canadien s'est légèrement dévalorisé en 2008 par rapport à l'euro. Mais, à moyen terme, avec la montée en gamme du marché, elle dispose d'un vrai potentiel pour commercialiser ses AOC Villages (les AOC régionales représentent, pour l'instant, 3/4 des vins rouges et plus de la moitié des vins blancs de Bourgogne exportés) et, plus globalement, ses vins rouges, couleur dont le Canada est très friand.

▶ **La Corée du Sud : touchée par la crise**



A partir de mi-2008, l'effondrement de la monnaie coréenne, le Won (notamment de -35 % face à l'euro), et, dans une moindre mesure, la baisse de la demande (due à la crise économique), ont mis en difficulté les importateurs de vin et stoppé les flux sur ce marché. Sur les 7 premiers mois 2009, la Corée a réduit d'un quart ses importations de vins. Il faut remonter à 2006 pour retrouver un volume aussi bas.



En Corée du Sud, le vin est avant tout consommé en restauration, dans le cadre professionnel. Or, face à la crise actuelle, les entreprises ont réduit leurs frais généraux. La baisse des ventes touche surtout les produits du milieu de gamme. Le budget consacré aux cadeaux d'affaires a fortement décliné.

Les ventes de vin ont donc diminué, mais **elles se sont également réorientées vers des vins plus accessibles**. Les grands magasins et cavistes, positionnés sur le milieu-haut de gamme, ont dû multiplier les promotions sur les prix, **ce qui explique la baisse de 40 % des exportations de vins de Bourgogne sur la dernière campagne**.



Le marché coréen est très réactif aux conjonctures économiques, qui ont un effet psychologique particulièrement puissant sur sa consommation. Selon les professionnels, la réactivité des consommateurs devrait, de la même manière, bénéficier rapidement au marché, dès les premiers signes de reprise. L'épuisement des stocks et la revalorisation du won depuis mars 2009 devraient permettre une reprise progressive dès la fin 2009. La Bourgogne pourra alors continuer de surfer sur sa notoriété, développée en partie grâce au manga « *les Gouttes de Dieu* », dans lequel elle est particulièrement mise en valeur.



De plus, selon les professionnels, l'accord de libre échange avec l'Union Européenne enfin signé, la suppression des taxes d'importations ad valorem devrait arriver à pic pour relancer le marché et permettre une baisse des prix de vente consommateur de 13 %. La Corée du Sud est le premier pays asiatique à conclure un tel accord commercial avec l'Union Européenne, devenant ainsi un partenaire privilégié pour les 27 pays européens.

La France étant le premier fournisseur du pays (39 % du volume en 2008 selon les douanes coréenne), elle devrait logiquement profiter de cet accord, tout comme la Bourgogne, deuxième vignoble français sur ce marché en 2008.

■ Des marchés d'avenir à développer

▶ **Au Brésil, une niche haut de gamme à exploiter**

Le Brésil est déjà un pays consommateur de vin (2 litres/an/habitant en 2006, dont 0,3 litres de vins importés). Entre 10 % et 15 % de la population bénéficie des conditions sociales, économiques et culturelles pour pouvoir consommer du vin, soit environ 19 millions d'habitants (l'équivalent des 2/3 des consommateurs en France).

Si l'essentiel du marché est composé de vins locaux à prix modeste, il existe tout de même un segment de vins fins (qui correspond au standard international), dont les 3/4 (soit 60 millions de litres) sont désormais importés. Une bonne part de ces vins fins sont destinés aux cadeaux ou pour recevoir à dîner.



Au cœur de cet eldorado, il existe une petite niche pour la Bourgogne, puisque 10 % de ces vins fins importés sont situés dans les prix des vins de Bourgogne.

C'est un marché très localisé sur la pointe sud du pays et, particulièrement, dans quelques quartiers de Sao Paulo. Ce marché des vins haut gamme en pleine croissance est une vraie opportunité pour la France et la Bourgogne, peu présentes et fortement concurrencées par les vins voisins, chiliens et argentins ; d'autant que les coûts de livraison et les taxes sont très élevés pour les vins européens. **Mais les vins de Bourgogne trouvent progressivement leur place. Ils n'ont cessé de progresser entre 2004 et 2008 pour atteindre 374 000 bouteilles pour 3,8 millions d'euros.**

La baisse conjoncturelle constatée sur 7 premiers mois 2009 (-9,5 % en volume) ne devrait pas entraver la progression pour les années à venir. A fortiori alors que l'on observe une explosion du marché du luxe (+30 % de chiffre d'affaires par an) dans ce pays de 193 millions d'habitants.

► **Singapour : plaque tournante de l'Asie**

Singapour est le marché le plus étroit par sa superficie et sa population (4,7 millions) mais le plus mûr d'Asie du sud-est. Le pays compte environ 300 000 expatriés, à dominante anglo-saxonne et à pouvoir d'achat élevé, qui constituent un vecteur très important de diffusion des modes de consommation.

La consommation de vin est à la mode (produit jeune et convivial) et connaît une croissance régulière soutenue : +10 % par an depuis 2003. Le potentiel du marché est renforcé par 10 millions de touristes (70 % en provenance d'Asie) et le rôle de vitrine régionale incontournable que joue Singapour. C'est une véritable plateforme régionale de réexportation (50 % des volumes de vins importés) sur l'Asie Pacifique : la facilité d'accès du marché et la modernité de ses infrastructures aéroportuaires contribuent à sa position de 2^{ème} client de la France en Asie, après le Japon.

Sur le long terme, le chiffre d'affaires des exportations de vins de Bourgogne a été multiplié par trois en cinq ans (entre 2003 et 2008), passant de 2 à 6 millions d'euros (21 % du chiffre d'affaires de la Bourgogne en Asie, hors Japon). 86 % du chiffre d'affaires de la Bourgogne sur Singapour est réalisé avec les AOC Villages et Grands Crus, ce qui démontre le potentiel de ce marché pour les grands vins.

Cas particulier, le Royaume-Uni est l'un des principaux fournisseurs de vin en valeur sur Singapour (100 000 bouteilles à un prix moyen de 45 euros la bouteille). Les importations de grands crus français en provenance du Royaume-Uni ont progressé sensiblement ces dernières années et renforcé indirectement l'importance des exportations de vins de Bourgogne vers Singapour.

Toutefois, après plusieurs années successives de très forte croissance de ses importations de vins, Singapour s'est brutalement retrouvé confronté aux répercussions de la crise économique et financière internationale.

Les importations globales de vin sont en baisse sensible de -20 % sur le premier semestre 2009. Une baisse due, en partie, à une diminution des réexportations mais aussi, certainement, à un ralentissement des flux de passagers, touristes ou professionnels. Ces deux segments de marché, qui représentent l'essentiel de la commercialisation des vins de Bourgogne, expliquent donc une baisse de moitié des volumes expédiés sur cette période vers Singapour. En effet, 85 % des vins de Bourgogne sont réexportés ou servis dans les avions des 40 compagnies qui desservent la ville-état. Sur les 15 % réellement consommés dans le pays, 70 % sont vendus directement aux particuliers, 19 % en restauration, 7 % chez les cavistes et 5 % dans les supermarchés.



■ France : un marché qui s'est bien tenu pour la Bourgogne

La consommation en France, tous produits confondus, reprend timidement un rythme légèrement positif en 2009 (IRI-TNS), soutenue par des prix qui se sont stabilisés après la course folle de 2008 (inflation de +4,5 % pour les produits de grande consommation). Mais les français arbitrent différemment leurs achats, en privilégiant des produits plus abordables tels que les marques de distributeurs. Le rôle du prix reste à l'heure actuelle important : les produits haut de gamme sont encore délaissés et les achats-plaisir très contrôlés.

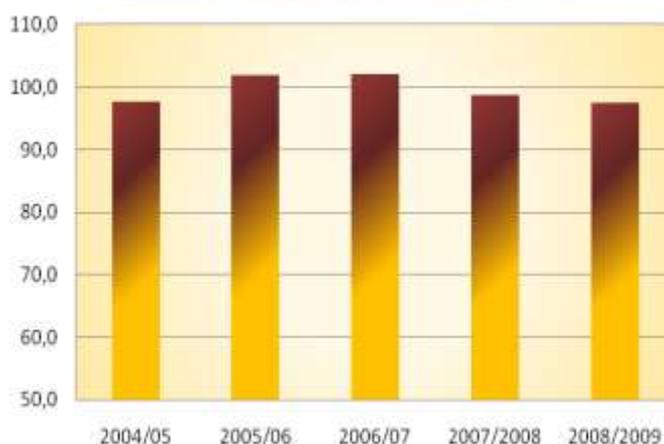
La consommation nationale de vin continue de se réduire, la conjoncture économique venant accentuer les effets des mesures gouvernementales de ces dernières années. Selon les statistiques nationales de la consommation vin, la campagne 2008/2009 s'est achevée sur un recul de 5 % par rapport à la campagne précédente. La perte nette de consommation en un an sur le marché français est donc de 200 millions de bouteilles, soit l'équivalent de la totalité d'une récolte en Bourgogne. C'est dire l'ampleur de la baisse.

Aux vues de ces informations, les vins de Bourgogne ont plutôt bien résisté sur le marché français, qui représente, en moyenne, une bouteille de Bourgogne commercialisée sur deux, part plus importante encore en période de crise. En effet, la baisse ne serait que de -1 % par rapport à la campagne précédente.

97,5 millions de bouteilles ont été commercialisées sur cette campagne dans l'Hexagone. Ce résultat ne doit pas masquer,

d'une part, une dégradation plus forte de la situation au cours des derniers mois (alors que le début de la campagne avait plutôt été positif) et, d'autre part, la nécessité ces derniers temps de devoir accentuer les promotions.

Ventes de vins de Bourgogne en France par campagne de commercialisation (millions de bouteilles)



■ En grande distribution : bon maintien et belle valorisation

Les ventes de vins de Bourgogne en hyper et supermarchés (source IRI) pendant la campagne ont été plutôt stables (-1 % en volume) malgré la conjoncture. Elles ont même connu une progression en valeur (+2,4 %) avec 206 millions de chiffre d'affaires.

Cette situation positive est particulièrement liée à la bonne performance des Crémant de Bourgogne qui poursuivent leur croissance à un rythme très soutenu (+9 % en volume et +17 % en valeur). Les vins tranquilles de Bourgogne ont affiché un chiffre d'affaires stable (+0,2 %), malgré un volume en légère baisse (-2,8 % en volume, dans la moyenne des vins tranquilles français).

La réorganisation du linéaire des vins de Bourgogne dans les magasins, engagée par l'Interprofession depuis début 2008, participe à la stabilité des ventes en cette période difficile. La valorisation du linéaire Bourgogne va se poursuivre et devrait continuer à stimuler les ventes.

Ainsi, quand Emmanuel Podevin, responsable des achats de vins de l'enseigne Super U, expose ce qu'il pense de l'apport de la Bourgogne viticole pour ses magasins, sa réponse est sans équivoque : « *La Bourgogne est un vignoble qui compte fortement pour les Magasins U et, notamment, en terme d'image et de croissance pour l'enseigne. Pendant les Foires aux Vins, mais aussi tout au long de l'année, l'image de marque du vignoble bourguignon nous soutient dans notre effort de véhiculer une image de spécialiste du rayon vins au sein de l'enseigne U.*

L'adaptation des Bourguignons aux nouveaux goûts des consommateurs, avec des vins plus accessibles, plus gourmands... et des vigneron et vinificateurs de renoms qui développent une empathie de plus en plus forte à travailler avec le commerce moderne, nous amènent à construire de véritables partenariats sur le long terme. Depuis janvier 2005, sur une période de 5 ans (...), nous avons développé nos ventes de Bourgogne de +51 % chez U (source IRI). Les chiffres parlent d'eux même ! »

Au global, si l'on inclut les supérettes et les enseignes allemandes de hard discount (Aldi, Lidl et Norma), **les ventes de vins de Bourgogne représentent environ 45 millions de bouteilles commercialisées en grande distribution, volume stable par rapport à la campagne précédente (soit 45% du marché français).**

■ En restauration : une période difficile, mais des perspectives pour la Bourgogne

Le secteur de la restauration, déjà affaibli par l'évolution des habitudes de consommation, est le principal réseau de distribution touché par la crise économique. La baisse estimée du chiffre d'affaires global de la profession serait de l'ordre de 10 % cette année (source CHR). Une étude du BIVB, réalisée en pleine crise, révèle que 16 % des consommateurs de vin au restaurant envisageaient alors de réduire leur fréquentation et que 18 % allaient baisser leurs dépenses. Le nombre important de fermetures d'établissement est un signal inquiétant pour les perspectives sur ce circuit.

La baisse de la TVA (hors vin) ne relance pas de manière apparente la consommation hors domicile.

En revanche, le bilan de la saison estivale pour les restaurateurs situés en Bourgogne a finalement été assez correct. Ils sont 67 % à classer celle-ci comme une bonne année, par rapport aux années précédentes. La clientèle française a été plutôt fidèle, tandis que la clientèle étrangère a davantage fait défaut.

D'après une enquête nationale conduite auprès des restaurateurs français, la Bourgogne a commercialisée en **CHR près de 19 millions de bouteilles** (source société CHD). La baisse estimée sur ce circuit serait de l'ordre de 5 à 10 % (campagne 2008/2009). Une évolution inévitable compte tenu de la situation et qui pourrait se dégrader dans les prochains mois, certains professionnels bourguignons ayant ressenti un ralentissement plus marqué des commandes de la restauration. **Les vins de Bourgogne restent heureusement une référence incontournable, puisqu'ils sont présents sur 88 % des cartes des restaurants dits « gastronomiques » et 60 % des restaurants dits « traditionnels ».**



La sommelière Caroline Furstoss, du restaurant L'Apicius à Paris, dont 30 % des vins à la Carte sont des Bourgogne, nous donne son avis sur ce vignoble : *« J'ai découvert les vins de Bourgogne au lycée hôtelier de Strasbourg. Je suis originaire d'Alsace et l'une de nos premières visites dans un vignoble se passait en Bourgogne. J'ai tout de suite compris que ces vins étaient plus complexes, qu'ils demandaient un certain travail, qu'il fallait connaître chaque terroir, chaque professionnel... mais qu'ils offraient aussi une grande diversité très intéressante. L'avantage des vins de Bourgogne c'est qu'ils offrent un grand nombre d'appellations aux noms très évocateurs pour les clients, aussi bien étrangers que clientèle d'affaires. Ils font rêver ! Cette région complexe possède, du nord au sud, une infinité de vins différents, dont la diversité permet des mariages infinis avec la gastronomie... il est intéressant d'aller chercher chez chaque producteur des vins qui se marient aux plats proposés par le chef.*

L'Apicius propose également quelques vins au verre. Cette formule est surtout intéressante le midi, car elle permet de s'adapter à la demande de la clientèle qui fait plus attention à sa consommation et aux notes de frais ». Un créneau dont le potentiel de développement est particulièrement intéressant pour la Bourgogne.

Le potentiel encore peu exploité du service du vin au verre, offre de belles perspectives pour les vins de Bourgogne : seuls 20 % des établissements proposant du vin au verre offrent actuellement des vins de Bourgogne.

Parallèlement, les restaurateurs, fortement demandeurs de formations, peuvent participer à des séminaires, régulièrement organisés par l'Interprofession des vins de Bourgogne au sein de son Ecole des Vins pour les restaurateurs, sommeliers ou cavistes.

■ Les cavistes : une réelle marge de progression



2009 marque un arrêt de la croissance du nombre de points de vente (5 607 magasins recensés), après la progression observée l'an passé, notamment dans le centre-est (+5,2 %).

Mais de l'avis d'un certain nombre de cavistes, l'activité est plutôt en progression sur la même période : Cavavin annonce une progression, tandis qu'un sondage internet à la FNCI évoque également des résultats généralement positifs. Si la consommation de vin en France diminue, elle devient en revanche plus qualitative.

91,5 % des cavistes proposent des vins de Bourgogne (14,5 % des références en moyenne). **8 à 9 millions de**

bouteilles ont été commercialisées sur ce circuit. Un volume qui reste stable.

L'impact de la localisation géographique du magasin sur la gamme proposée étant primordial, la Bourgogne a tous les atouts pour maintenir ses positions sur ce circuit, car la Côte d'Or fait partie des départements français comptant le plus grand nombre de cavistes. Pourtant la Bourgogne est la région française qui détient le ratio le plus faible du nombre d'habitants par caviste. Cet indicateur démontre l'influence et l'importance du tourisme viticole dans la région.



Le manga « Les Gouttes de Dieu » renforcerait les ventes des cavistes !

Phénomène littéraire en Asie, où il a notamment contribué à l'envol de la consommation de vins sur la Corée du Sud, le manga « Les Gouttes de Dieu » connaît un certain succès en France depuis la publication du premier tome en 2008. Les auteurs, passionnés de vins, ont notamment fait d'un certains nombre de vins de Bourgogne les héros de leur ouvrage, particulièrement des premiers tomes. Les français découvrent aujourd'hui cet ouvrage pédagogique, pas seulement destinés aux amateurs du genre manga mais bien aux épicuriens de tout âge !

Selon une étude, 48 % des lecteurs français de ce manga sont des femmes. La moyenne d'âge est inférieure à 30 ans et une majorité de lecteurs appartient aux CSP+ (contre 1/3 des acheteurs de vins). Les occasions de consommation et les modes d'achats sont typiques de cette tranche d'âge qui n'hésite pas à dépenser une trentaine d'euros pour une à deux bouteilles. 85 % des lecteurs interrogés fréquentent les cavistes et 68 % la grande distribution hors discount.

98 % des lecteurs affirment vouloir découvrir les vins présentés, notamment les Bourgogne pour 72 % (contre 47 % pour les Bordeaux).

Après la lecture du manga, 80 % déclarent mieux connaître les Bourgogne, 63 % avoir une meilleure image de la Bourgogne et 36 % disent en acheter plus fréquemment (BIVB-IR).

► **"Rencontres avec les Bourgognes" :
les bourguignons au contact des amateurs de vin**

Les réseaux de distribution en France sont demandeurs d'animations et, surtout, de présence concrète des producteurs de vins. En effet, leurs clients recherchent toujours plus d'authenticité et espèrent trouver des réponses à leurs questions. Conscient de cette réalité, le Bureau Interprofessionnel des vins de Bourgogne (BIVB) a lancé en 2007, l'opération « Rencontres avec les Bourgognes » chez les cavistes. Le succès de la première édition a été confirmé en 2008 avec plus de 450 animations référencées entre septembre et décembre (foires aux vins organisées dans les magasins de la grande distribution ; salons grand public et animations chez les cavistes). Reconduite en 2009, le but de cette opération reste d'inciter les professionnels bourguignons à aller à la rencontre de leurs clients sur différents circuits de distribution.



Au cœur du dispositif : un kit de matériel promotionnel gratuit, remis pour chaque animation. Il comprend un socle commun de matériel (tablier, tire-bouchons, stop-gouttes, sacs bouteilles, cartes d'accords mets et vins, poster et cartes de la Bourgogne viticole).

Un plus pour les animations en grande distribution : le vigneron bénéficie d'un comptoir-totem léger et pratique, qui valorise pleinement la visibilité et la qualité d'image des vins de Bourgogne. Une belle façon de se distinguer dans la masse des foires aux vins !

Un plus : le site www.rencontresaveclesbourgognes.fr

Pour démultiplier l'impact de cette opération, il est indispensable que les consommateurs français puissent savoir où se déroulent les animations dans leur propre région.

Dans ce but, le BIVB propose un module pratique sur son site Internet : www.rencontresaveclesbourgognes.fr. L'ensemble des animations proposées jusqu'en décembre y sont recensées, par région et par date.

■ Vente directe : le tourisme viticole s'organise

Sur ce circuit, les ventes affichent, en raison de la crise actuelle, une légère baisse, de l'ordre de 5 %. Elles représentent environ 14 % des ventes de vins de Bourgogne (autour de 26 millions de bouteilles).

Les opérateurs bourguignons tendent à accroître leurs efforts commerciaux, en développant leur visibilité (notamment sur Internet) mais surtout en étant plus ouvert à l'accueil du public au sein de l'exploitation et plus présents sur les salons et marchés en France.



Ceci est d'autant plus primordial que l'on constate, avec la crise financière, une recherche de proximité dans les comportements de consommation et un retour aux produits du terroir et aux produits locaux. Cette idée se retrouve dans le bon bilan touristique de cette saison en Bourgogne. Après un début d'année inquiétant, la saison 2009 est jugée finalement bonne à très bonne pour 50 % des prestataires du tourisme et moyenne pour 38 %.

Certains sites touristiques ont battu des records de fréquentation, dus notamment à la présence d'une clientèle française de proximité. La clientèle française reste stable pour la moitié des prestataires et notamment dans les caves.

Ainsi, la clientèle française, notamment locale, a contribué à soutenir l'activité touristique bourguignonne, compensant en partie la baisse de clientèle étrangère en Bourgogne, à l'image de la tendance nationale. Si les belges et les suisses ont été aussi nombreux que les années précédentes, les britanniques et les allemands se sont faits plus rares.

Le bilan de la saison est bon à très bon pour 52 % des caves, moyen pour 44 % d'entre elles et mauvais pour seulement 4 %. Si l'on compare avec les résultats des cinq dernières années, elles sont encore 66 % à dire que la saison 2009 a fait partie des bonnes années et même 14% à affirmer que c'est la meilleure année. Seul un tiers ne la juge pas comme une bonne année.

Favoriser l'oenotourisme par la communication

Depuis 4 ans, l'Interprofession des Vins de Bourgogne (BIVB) et tous les partenaires régionaux institutionnels (région, département) s'unissent pour favoriser le développement de ce secteur.

Chaque année, le BIVB met à disposition des visiteurs plusieurs outils pour découvrir le vignoble de Bourgogne et les caveaux de dégustation :

- ▶ La **carte bilingue** (français-anglais) de la **Route des Vins de Bourgogne** vient d'être rééditée à 205 000 exemplaires pour l'année 2010. Elle présente notamment les routes touristiques et les principaux centres d'intérêts de la région.

Au dos de la carte sont regroupés les 273 caveaux adhérents à la Charte "De Vignes en Caves". Depuis quatre ans, ceux-ci sont régulièrement visités, afin de les aider à améliorer l'accueil au caveau.

- ▶ De même, le guide des manifestations « **Bourgognes en Fête 2010** » vient de paraître. Il référence désormais près de 90 rendez-vous de janvier à décembre et est le compagnon idéal du visiteur amateur de vins de Bourgogne et de spécialités locales.
- ▶ Sur le site Internet du BIVB, un **moteur de recherche** « **Tourisme viticole** » (trilingue français-anglais-allemand) permet d'organiser son séjour en Bourgogne.



■ Les chiffres clés de la Bourgogne viticole (Sources : Douanes/ IRI/ BIVB/DRAF)

Octobre 2009

■ La production moyenne

1,5 million d'hectolitres	dont	▶ 60,5% de vins blancs
		▶ 30,5% de vins rouges (et rosés)
		▶ 8,0% de Crémant de Bourgogne
	et	▶ 1,5% de Grands Crus
		▶ 47,5% d'appellations Communales et 1 ^{er} Crus
		▶ 51,0% d'appellations Régionales
	soit	▶ 6,6% de la production de VQPRD français
		▶ 3,3% de la production de vin en France
		▶ 0,5% de production mondiale de vin

27 700 hectares en production (3% du vignoble français)

2 cépages principaux :

- ▶ Le Chardonnay (46% de l'encépagement) : donne naissance à presque tous les vins blancs
- ▶ Le Pinot Noir (36% de l'encépagement) : produit presque tous les vins rouges

Plusieurs autres cépages : Aligoté (blanc, 6%), Gamay (rouge, pour Bourgogne Passe-tout-grain et Mâcon, 11%), Sauvignon et César (1%)

100 Appellations différentes	dont	▶ 33 Grands Crus
		▶ 44 appellations Communales et 1 ^{er} Crus
		▶ 23 appellations Régionales

■ Les entreprises

3 800 Domaines viticoles (dont 1 300 metteurs en bouteilles)

250 Maisons de Négoce

23 Caves Coopératives

■ Le marché

177 millions de bouteilles commercialisées

- ▶ 45% sont exportées

1 milliard d'euros de chiffre d'affaires estimé

La Bourgogne représente :

- ▶ 3,5% des échanges mondiaux de vin, en valeur
- ▶ 18,5% du chiffre d'affaires des VQPRD tranquilles français à l'export en 2008 (pour 6,5% de la production)

■ Le poids régional

2% des surfaces agricoles exploitées en Bourgogne

3% du PIB de la Bourgogne

20 000 emplois directs

100 000 emplois indirects : verreries, tonnelleres etc.



Sources : BIVB/Douanes/IRI



Grands Jours de Bourgogne : 10^{ème} édition

du 22 au 27 mars 2010, votre prochain rendez-vous avec les vins de Bourgogne au cœur de leurs terroirs

Créés en 1992, les Grands Jours de Bourgogne se déroulent tous les deux ans en mars et ont la particularité de donner rendez-vous aux prescripteurs et journalistes du monde entier, non pas dans une salle immense et impersonnelle, mais au cœur du vignoble.

Pendant une semaine, ils sont invités à parcourir la Bourgogne, au fil des 15 salons-dégustations, de Chablis/Grand Auxerrois (lundi) à la Côte de Beaune (vendredi), en passant par la Côte de Nuits (mardi), le Mâconnais (mercredi) et la Côte Chalonnaise (jeudi).

Cette formule plaît et offre la possibilité de découvrir plus de 10 000 vins et de rencontrer plus de 1 000 vignerons bourguignons. Elle fait, depuis 1992, le succès des Grands Jours de Bourgogne.

L'édition de 2008 a confirmé ce large plébiscite avec une hausse de fréquentation de 20 %, dont 30 % de nouveaux inscrits. Universels, les Grands Jours de Bourgogne ont accueilli des visiteurs venus de 34 pays différents !

Plusieurs partenaires soutiennent largement cette nouvelle édition : le Bureau Interprofessionnel des Vins de Bourgogne, le Conseil Régional de Bourgogne, Chef & Sommelier et, pour la première fois, le Crédit Mutuel. Le Conseil général de Côte d'Or et le Conseil général de Saône et Loire s'associent également à ce projet d'envergure internationale.



Dix éditions, cela se fête !



À l'occasion du 10^{ème} anniversaire des Grands Jours de Bourgogne, les organisateurs ont souhaité mettre l'accent sur la dimension festive de l'évènement et jouer la carte de la nouveauté pour surprendre les visiteurs et rendre cette édition inoubliable ! Cela commence par une refonte complète de la charte graphique, résolument moderne et dynamique (*voir le programme*).

Apogée de la semaine, le Bureau Interprofessionnel des Vins de Bourgogne prépare une version exceptionnelle de sa désormais traditionnelle soirée du mercredi « Bourgognes et Saveurs du Monde ». À cette occasion, 10 chefs bourguignons seront invités à créer des plats aux saveurs internationales, chaque plat devant comporter un ingrédient bourguignon. Des sommeliers

proposeront de les accorder avec les vins de Bourgogne.

Les invités pourront ainsi vérifier que les vins de Bourgogne sont de grands voyageurs qui peuvent s'adapter aux cuisines du monde, tout autant qu'à la gastronomie française.

Cette soirée trouvera son écho dans un cadeau unique, préparé en partenariat avec ces mêmes chefs, qui sera remis à chaque participant des Grands Jours de Bourgogne.

■ Améliorer l'existant et innover pour un accueil toujours plus qualitatif

Parallèlement, les organisateurs des Grands Jours de Bourgogne vont tout mettre en œuvre pour améliorer encore les différents paramètres de l'organisation afin de faciliter les déplacements, les accès aux sites, la recherche d'informations...

■ Le site www.grands-jours-bourgogne.com : pratique et rapide

Entièrement relooké, ce précieux site permet au futur visiteur de découvrir le concept des Grands Jours de Bourgogne, ainsi que le programme détaillé (mi-novembre 2009), y compris la liste exhaustive des exposants.

Très pratique, il permettra surtout une inscription en ligne dès le mois de décembre 2010 !

■ Un service de navettes optimisé

Mises en place en 2006, les navettes ont tout de suite trouvé leur public et il est vite apparu évident que leur réseau devait être étoffé pour satisfaire les invités. Leur nombre sera donc multiplié afin de limiter le temps d'attente aux arrêts et de permettre un accès plus rapide d'un site de dégustation à l'autre.



■ Un carnet de dégustation unique par jour

Pour simplifier le travail des journalistes et des prescripteurs tout en allégeant leurs bagages, les organisateurs des Grands Jours de Bourgogne ont décidé de lancer un carnet de dégustation UNIQUE pour chaque journée.

■ La salle de presse : confortable et pratique



Plébiscitée en 2008 par les nombreux journalistes qui ont pu bénéficier de ses services (accès à internet, ordinateurs, téléphone, presse locale et nationale...) et de son confort, ce havre de paix, sera de nouveau proposé aux invités membres de la presse.

Un lieu par jour qui permettra à chaque membre de la presse de profiter d'une pause ou de boucler ses articles pour les envoyer plus rapidement !

Journalistes, participez au Trophée de la Presse des Grands Jours de Bourgogne !

Tous les deux ans à l'occasion des Grands Jours de Bourgogne, un jury de professionnels bourguignons salue le travail d'un journaliste en lui décernant le Trophée des Grands Jours de Bourgogne. Pour concourir, il suffit de nous adresser, jusqu'au 31 janvier 2010, l'un de vos reportages sur les vins de Bourgogne (dans leur ensemble ou à travers une ou plusieurs appellations), présentés de façon pédagogique.

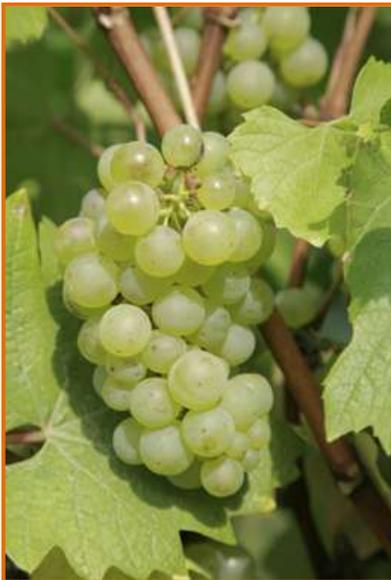
IMPORTANT : pour le Trophée 2010, l'article ou le reportage doit avoir été publié/diffusé entre avril 2008 et fin janvier 2010.

**Pour en savoir plus et recevoir le dossier d'inscription,
merci de contacter Cécile Mathiaud : cecile.mathiaud@bivb.com**



Conserver la biodiversité du Pinot Noir et du Chardonnay :

Travail de mémoire pour anticiper l'avenir



Le Pinot Noir et le Chardonnay sont les cépages rois de la Bourgogne viticole (l'Aligoté et le Gamay sont également présents mais de façon beaucoup plus limitée). Ils y trouvent leur origine et donnent naissance aux plus grands crus. Leur adéquation avec les terroirs bourguignons en font des garants et des témoins de l'histoire viticole de cette région. Il est donc primordial de les préserver.

Lorsque l'on parle des cépages phares de la Bourgogne, il n'existe pas un type de cep multiplié à grande échelle, mais une multitude de clones qui diffèrent légèrement par leurs caractéristiques intrinsèques, ce qui fait leur richesse. Cette grande variabilité témoigne de leur origine bourguignonne car seule une implantation de longue date dans un territoire permet cette évolution naturelle. Grâce aux outils scientifiques qui existent aujourd'hui, il est possible de caractériser ces différents clones et d'en sauvegarder plusieurs lignées. Dans l'avenir, les professionnels pourront puiser dans cette réserve de plants, pour trouver les spécimens les mieux adaptés à la nouvelle donne climatique qui s'annonce, sans renoncer à la typicité des vins de Bourgogne.

■ Deux projets d'initiative publique pour analyser et sauvegarder

La conservation du matériel végétal est une priorité pour les professionnels de la filière vitivinicole bourguignonne qui l'ont inscrit dans le programme d'actions techniques du Bureau Interprofessionnel des Vins de Bourgogne (BIVB).

Il est très difficile de distinguer les différents clones du Pinot Noir et du Chardonnay qui présentent des caractéristiques morphologiques très proches (feuilles, racines...). Le marquage moléculaire est donc nécessaire pour définir la variabilité intra variétale de ces deux cépages.

Le Centre Régional pour l'Innovation et le Transfert de Technologies « Agro-Environnement » de Dijon (CRITT) a lancé, en 2008, **un travail de caractérisation génétique** des différents clones de Pinot Noir et de Chardonnay. Ce projet est appuyé financièrement par le Conseil Régional de Bourgogne et le BIVB.

Cet outil de distinction clonale permettra d'estimer la biodiversité globale, de gérer les collections et de faciliter la sélection des plants mis à disposition des viticulteurs.

Un clone est un plant de vigne descendant d'une souche sélectionnée pour ses caractéristiques ainsi que pour son état sanitaire.

Il n'est question ici que de sélection et d'évolution naturelles.

En parallèle, la Coordination des Recherches sur Chardonnay et Pinot Noir en Bourgogne (CRECEP) **pilote la création d'un conservatoire des clones** de Pinot Noir et de Chardonnay. Ce projet est soutenu par différents acteurs techniques régionaux : BIVB, Association Technique Viticole de Bourgogne (ATVB), Chambres d'Agriculture de Saône et Loire et de l'Yonne. Ce conservatoire prendra place au sein du projet de la Technopole AgroEnvironnement d'Epoisses. Il s'agit de conserver 2 000 à 3 000 clones différents, sur parcelles et en serre. Ce lieu constituera une véritable bibliothèque des clones de Pinot Noir et de Chardonnay existant en Bourgogne.

■ Une initiative privée vient renforcer ces projets de sauvegarde

L'Association pour la Sauvegarde de la Diversité des Cépages de Bourgogne, créée cette année, réunit une cinquantaine de domaines bourguignons. Elle a pour objectif de **collecter et préserver 100 à 200 lignées de Pinot Noir fins** en conservant les clones de vieilles vignes qui ont tendance à disparaître.

Une prospection minutieuse sera menée sur 4 ans afin de sélectionner les différents plants de vigne. Elle sera suivie d'une phase de pré-multiplication sur parcelle et sous serre (2 à 3 ans) puis d'une phase de multiplication sur parcelle (également 2 à 3 ans) et d'une phase de greffage en pépinière. Les domaines impliqués s'engagent à consacrer une partie de leurs parcelles à la culture de ces lignées lors des replantations dans leurs vignes.

Ce travail est réalisé en partenariat avec l'ATVB qui aura accès à l'ensemble des clones sélectionnés tout comme les membres de l'association. Ce projet passionnant vient compléter les études menées par les organismes techniques.

La conservation de la biodiversité du matériel végétal de Bourgogne est une œuvre longue mais essentielle. Car c'est aujourd'hui que se joue l'évolution du vignoble bourguignon face, notamment, aux changements climatiques. La nature nous donne sans doute dès à présent les solutions pour la viticulture de demain. Néanmoins, l'appui de la science et des technologies modernes est indispensable pour appréhender la richesse du patrimoine des cépages originels. Les clones qui, pour le moment, semblent peu adaptés seront peut-être les plus prometteurs dans un avenir proche.

Fidèle à sa philosophie, la Bourgogne viticole s'appuie sur son passé pour se tourner vers son avenir.





**Groupe des
jeunes professionnels
de la vigne**

24 bis rue du Lieutenant Dupuis

21200 BEAUNE

Tél 03.80.22.05.12

Fax 03.80.24.05.57

E.mail gjpv@wanadoo.fr

GJPV, association loi 1901

Siren 381.192.988.000.16

Code APE 804 C

***L**e Groupe des Jeunes Professionnels de la Vigne a récompensé **CINQ** jeunes viticulteurs pour la qualité de leurs vins dans le millésime 2007.*

***L**es cinq lauréats ont été sélectionnés, lors d'une dégustation à l'aveugle, par deux jurys de professionnel. Les parrain et marraine de la manifestation sont Dominique LOISEAU, présidente du groupe Bernard LOISEAU et Christophe TUPINIER, rédacteur en chef de Bourgogne Aujourd'hui.*

Les LAUREATS :

Côte Chalonnaise

*Vincent DAUX
Domaine de l'Ecette
71150 RULLY*

Vins présentés : Crémant de Bourgogne, Rully « Maizières » et Rully « La Gaudine »

Maconnais

*Christophe THIBERT
Domaine THIBERT Père et Fils
71960 FUISSE*

Vins présentés : Mâcon Fuissé « Bois de la Croix », Pouilly Vinzelles « Les Longeays » et Pouilly Fuissé « Vignes Blanches »

Côte de Beaune

*Vincent LATOUR
EARL Jean LATOUR LABILLE
21190 MEURSAULT*

Vins présentés : Bourgogne blanc, Meursault « Clos des Meix Chavaux », Meursault 1^{er} Cru « Perrières »

Côte de Nuits

*François AMBROISE
Maison AMBROISE
21700 PREMEAUX PRISSEY*

Vins présentés : Bourgogne rouge, Nuits Saint Georges, Nuits Saint Georges 1^{er} cru « En Rue de Chaux »

Chablisien

*Emilie SEGUINOT et Laurence LESPRIT
GAEC Daniel SEGUINOT
89800 MALIGNY*

Vins présentés : Petit Chablis, Chablis, Chablis 1^{er} Cru « Fourchaume »