



LANGUEDOC-ROUSSILLON PLAN VITICOLE RÉGIONAL

# La Région privilégie les entreprises aux interprofessions

*La viticulture, première filière agricole en Languedoc-Roussillon, connaît depuis quelques années une crise importante. La Région a choisi d'être aux côtés de la filière pour favoriser son développement, notamment à l'export. Cependant, face à l'échec de la création d'une interprofession unique à laquelle elle appelait, la Région a décidé de réorienter son plan viticole en privilégiant le développement de la marque « Sud de France » et l'accompagnement direct des entreprises innovantes.*

**D**ans un contexte économique particulièrement incertain, la Région Languedoc-Roussillon a décidé de réorienter sa politique viticole pour 2009. La viticulture est la première filière agricole en Languedoc-Roussillon. Depuis deux ans, elle connaît cependant une crise importante due notamment à une hausse des coûts de production, des matières premières, des produits phytosanitaires, des engrais et à un problème de commercialisation sur l'ensemble des marchés. La Région Languedoc-Roussillon a choisi d'être aux côtés de la filière et des exploitants pour leur permettre de conquérir de nouveaux marchés.

## Un plan viticole réorienté

C'est pourquoi elle a adopté, en juillet 2007, un plan viticole régional. Ce dispositif global d'accompagnement des projets de développement de la filière régionale, depuis l'aval jusqu'à l'amont, se décompose en quatre programmes : un programme recherche, expérimentation, diffusion et innovation, un programme d'accompagnement des stratégies des entreprises des agrofiliales, un programme d'accompagnement de la restructuration viticole ainsi que le programme « Sud de France » de promotions des vins. Parallèlement à ce plan viticole, la Région n'a cessé d'appeler à la constitution d'une interprofession unique pour relever le défi du marché mondial. « L'interprofession unique a été un échec, constate Georges Frêche, président du



conseil régional du Languedoc-Roussillon. Nous allons donc désormais aider les entreprises en direct. » Le conseil régional a donc décidé de réorienter sa politique viticole selon deux axes majeurs : le développement de la marque « Sud de France » et l'accompagnement des entreprises performantes. Le budget alloué à la viticulture ne changera pas : il s'élève à 7 millions d'euros pour la promotion de la marque ajoutés aux 6 millions pour le financement des entreprises.

## La marque « Sud de France »

En juin 2006, la Région Languedoc-Roussillon a créé une marque ombrelle Sud de France dont le rôle est de développer une image commune de tous les vins du Languedoc-Roussillon pour gagner des parts de marchés sur les marchés français, européens et mondiaux. En 2007 et en 2008, la démarche Sud de France prend plus d'ampleur et permet l'adhésion à la marque des entreprises les plus dynamiques. Ce sont 350 entreprises

**Georges Frêche l'a annoncé : « Face à l'échec de l'interprofession unique, la Région a décidé de soutenir directement les entreprises performantes. »**

viticoles qui adhèrent à la démarche Sud de France représentant plus de la moitié de la production viticole régionale. En 2008, ce sont 15 millions d'euros qui sont mobilisés pour la promotion des produits agricoles, dont le vin. Pour 2009, la Région portera la marque Sud de France sur le territoire national et dans les pays d'exportation et sera aidée en cela par Sud de France Export et les maisons du Languedoc-Roussillon à Shanghai, Londres, Milan, Bruxelles et New York.

## Accompagner des entreprises performantes

Avec le programme Astrea (Accompagnement des stratégies des entreprises des agrofiliales et des entreprises vitivicoles), la Région accompagne le financement des projets innovants de développement global et structurant des entreprises coopératives et privées. La Région soutiendra également les entreprises qui, par leur dynamisme, veulent conquérir des parts de marchés : soit elles ont déjà gagné des marchés à l'export et entendent poursuivre leurs efforts sur ces marchés, soient elles sont armées pour se développer sur les marchés d'exportation. Pour cela, elles devront se tourner vers Sud de France Export (ex-Septimanie Export) qui assurera et coordonnera l'ensemble des actions de la marque Sud de France sur les grands marchés internationaux avec notamment l'appui logistique des maisons.

AUDE BRESSOLIER

FOURNISSEURS VINSEO

# Une synergie de compétences et d'innovation

*Vinseo est une association regroupant des fournisseurs de la filière vitivinicole en Languedoc-Roussillon. Née d'un besoin des professionnels, elle a pour ambition d'aider les viticulteurs à s'adapter aux évolutions du marché.*

**P**our la première fois en France, un réseau fédère les fournisseurs de la filière vitivinicole en une synergie de compétences et d'innovation. Cette démarche novatrice est née d'un besoin fort de la profession. En 2006, le conseil régional du Languedoc-Roussillon et la Drire ont commandé une étude globale sur la filière vitivinicole dans la région. Dans ce cadre, ils ont invité plusieurs dirigeants d'entreprises à exprimer leur point de vue sur l'impact de la consommation du vin auprès des autres acteurs de la filière, à savoir les fournisseurs. Les observations faites dans le cadre de cette étude ont notamment mis en avant le manque d'échanges entre les fournisseurs de la filière (équipementiers, distributeurs, agrofournisseurs, prestataires de services...) pour débattre de l'évolution de leurs métiers. Les fournisseurs de la filière vitivinicole représentent un poids économique et un gisement d'emploi important en Languedoc-Roussillon, mais la diversité des activités des intervenants n'avait pas permis de les rassembler pour dégager des actions communes. Ce constat est à l'origine de la constitution de Vinseo.

## Un lieu d'échanges et d'émulation

« L'idée n'était pas de créer un "club" privé mais plutôt un lieu d'échanges et d'émulation, précise Olivier Zébic, vice-président de Vinseo. Nous voulions mobiliser tous les acteurs du Languedoc-Roussillon pour accélérer l'adaptation de la filière vitivinicole aux avantages et aux contraintes de la mondialisation. Car nous restons persuadés que les fournisseurs de la filière vitivinicole constituent une source essentielle

pour l'innovation. » Soutenue par la Région et la Drire, l'association Vinseo (loi 1901 à gouvernance régionale) voit le jour en juillet 2007 avec 8 membres. Aujourd'hui, ils sont 40 adhérents. Ces entreprises interviennent à tous les niveaux de l'élaboration du vin, de la plantation à la mise en bouteilles. Certaines sont des filiales de groupes internationaux, d'autres sont des entreprises familiales nées en Languedoc-Roussillon. Outre le développement de l'association, la communication interne et externe, Vinseo se fixe avant tout comme mission essentielle d'analyser les besoins actuels des clients de la filière et de prévoir les besoins futurs. Pour cela, l'association met en place des études de marché et des prospections pour anticiper l'évolution des marchés et préparer des offres qui feront la différence demain.

## Aider les viticulteurs à s'adapter

« L'étude du conseil régional et de la Drire avait également mis en avant l'évolution de la consommation de vin, explique Olivier Zébic. Le consommateur a changé et il recherche de nouveaux styles de vins. Notre question principale est de savoir si



Pierre Bastide d'Izard, Alexandre Durand et Olivier Zébic, membres de Vinseo ont voulu créer « un lieu d'échanges et d'émulation ».

l'offre du Languedoc-Roussillon répond à ses attentes et comment nous, fournisseurs, pouvons aider les producteurs à s'adapter à ses changements. Il faut être capable de leur proposer des produits et des services qui leur correspondent. Nous sommes plus qu'attentifs à leur réussite et à la pérennité de leur métier. Il en va également de notre intérêt. » En effet, l'essentiel de l'activité de la plupart des fournisseurs et des prestataires est lié à la viticulture. D'où la priorité de travailler sur un ensemble de services permettant un réel dégage-ment de valeur aux producteurs. C'est pourquoi Vinseo cherchera à accélérer les transferts d'innovation auprès de ses membres pour en faire bénéficier les producteurs plus rapidement. De leur côté, les viticulteurs pourront s'adresser à Vinseo pour faire remonter des attentes plus globales. L'association espère bien élargir son nombre d'adhérents pour être représentatif de l'ensemble des fournisseurs de la filière en Languedoc Roussillon.

AUDE BRESSOLIER

**LES CHIFFRES CLÉS**

**Vinseo : un poids économique non négligeable**

- Création en juillet 2007
- 40 membres représentant tous les secteurs d'activités (industriels, distributeurs, prestataires de services...).
- Ces 40 entreprises représentent un chiffre d'affaires global de 300 millions d'euros et 1 350 emplois