

Etude réalisée par M. Gérard Blanc
Assistant à la faculté de droit d'Alger

LES CIRCUITS DE COMMERCIALISATION DU VIN ALGERIEN EN FRANCE

INTRODUCTION

La vigne principale ressource d'un secteur agricole moderne, lui-même la meilleure chance de l'Algérie, condense en elle l'ensemble des contradictions et des ambiguïtés léguées par la colonisation.

En 1939, le vin représentait 60 % de la production agricole et 43 à 67 % des exportations totales. En 1962, son exportation rapportait 1.167 millions de francs soit, en excluant le pétrole, 64 % des ventes à l'extérieur. Le produit brut d'un hectare de vigne est sept à dix fois plus élevé que celui d'un hectare de blé. D'autre part, il s'agit d'une culture qui exige une main d'œuvre importante (4 fois plus d'ouvriers permanents que la céréaliculture sans compter les travailleurs saisonniers). Encore faut-il pour que l'exportation des vins algériens soit vraiment lucrative qu'elle se fasse vers la France où les prix sont soutenus.

Sur la plupart des marchés extérieurs, le vin de consommation courante se vend peu cher (la moitié environ du prix interne français). Perdre le débouché français, cela signifie donc pour l'Algérie, perdre dans l'immédiat une part importante de ses recettes d'exportation, risquer d'écouler très irrégulièrement sa récolte, et enfin être à plus ou moins long terme obligée d'effectuer une reconversion qui s'avère difficile.

Pourtant, l'écoulement du vin algérien sur le marché français est ancien presque aussi vieux que le vignoble algérien lui-même. Très vite, en effet, la production a surpassé les besoins locaux et a dû rechercher un écoulement extérieur. En bénéficiant du marché français, la colonisation, qui n'avait obtenu avec les céréales que des rendements médiocres, a trouvé dans la production vinicole une occupation très lucrative. Les nouveaux courants commerciaux, construits dans le cadre d'une union douanière intégrale, ont connu un énorme développement. D'abord, le fait de quelques importateurs plus audacieux que les autres, c'est plus tard, celui de grandes maisons nées à la suite du renouvellement général des techniques de distribution. Aujourd'hui, l'indépendance algérienne, l'évolution de la production et des besoins français, les perspectives européennes, ont bouleversé les anciens schémas et déplacé les intérêts.

Nous examinerons successivement :

- Les circuits physiques dans leur évolution ;
- Les modalités juridiques et économiques de l'écoulement du vin algérien en France ;

- La place de ces vins sur le marché français ;
- Les perspectives d'avenir ;
- La marge de manœuvre de l'Algérie.

Chapitre I

LES CIRCUITS PHYSIQUES

Première Partie

LE CIRCUIT TRADITIONNEL

Structure de la profession :

- Le négoce de gros des places de production.
- Le négoce de demi-gros situé sur les lieux de consommation.
- Les auxiliaires du commerce : courtiers, représentants et commissionnaires.
- Les détaillants indépendants spécialisés ou non dans la vente des vins et les débitants de boissons.

Tel est le schéma ancien de la distribution du vin valable tant en ce qui concerne les vins d'origine algérienne que française. Il est resté prépondérant jusque vers les années 1930, c'est-à-dire jusqu'à l'apparition sur les places de consommation d'un certain nombre de grandes maisons fortement capitalistes qui l'ont complètement bouleversé.

Dans les années antérieures, la part des vins du midi dans la production des vins courants était telle que les expéditeurs méridionaux étaient les maîtres du marché. Ils élaboraient sur place divers types de vins, destinés à des régions déterminées, et livraient en vrac un produit qui ne devait plus subir de transformation.

Une partie d'entre eux, les plus puissants, situés dans les ports trouvèrent très vite avantageux d'importer des vins nord-africains. Il n'y avait pas là, pour eux une spécialisation totale, car ils continuaient à intervenir sur les marchés locaux. Néanmoins, dans l'offre de ces vins nord-africains, ils jouissaient d'un véritable monopole, ce qui leur permettra, avec l'évolution des goûts favorables à ces vins, de dominer l'ensemble du marché.

On peut donc dire que le circuit traditionnel d'importation tel qu'il existait avant 1930 était centré essentiellement sur l'activité de ces négociants importateurs.

Cette prépondérance tenait à la faiblesse des autres maillons de la chaîne.

En amont, c'est-à-dire à l'achat à la propriété en Algérie, des commissionnaires à leur solde se chargeraient de collecter dans les caves les vins désirés ;

En aval, c'est-à-dire à la distribution, un commerce de demi-gros de petite surface financière, sans matériel important de stockage et de manipulation était contacté par les représentants du négoce portuaire et assurait le relai vers les détaillants et les débits de boissons. Son rôle était très limité, il ne participait en aucune façon à l'élaboration du produit, se contentant parfois, et à une échelle restreinte, de mettre en bouteilles. Le plus souvent, il ne faisait que remettre aux détaillants les fûts envoyés par les fournisseurs.

I — Le négoce expéditeur :

Il représente l'offre dans le circuit. Implanté dans sa totalité sur les places de production, une partie de celui-ci, notamment les maisons sétoises, a très tôt fait appel à la production algérienne. Quelles ont été leurs motivations ? Quel rôle technique jouent-elles ? Quel rôle économique ?

A. MOTIVATIONS.

La période qui va de 1880 à 1925-1930, période qui débute par la fin de la crise phylloxérique et qui est dominée par la reconstitution du vignoble méridional, la plantation de céps hybrides américains plus résistants aux maladies, voit la montée en flèche des rendements et connaît une succession de crises de surproduction. C'est aussi la période où naît le vignoble algérien. C'est enfin l'époque où le gros expéditeur des régions viticoles s'affirme comme le maître du marché par sa technique de ramassage, de stockage, par son art du mélange et ses méthodes d'expédition. Dans cette conjoncture excédentaire, ce négoce affirme sa puissance en devenant le banquier de la profession tant de ses fournisseurs que de ses clients.

Une partie dynamique de ce négoce, consciente de l'amélioration qualitative de la production algérienne, de sa productivité, sensible à la différence des cours, assumera les risques de faire venir d'au-delà de la Méditerranée les vins forts et bouqueteux qui seront pour longtemps la matière première indispensable de ses mélanges.

Amélioration de la qualité en Algérie.

De longtemps, le commerce Sétois s'était spécialisé dans l'élaboration de vins types. A l'origine, les vins algériens étaient médiocres, car les techniques de vinification en pays chaud n'étaient pas très au point, et leur accession au marché nécessitait leur coupage avec des vins de pays. Par la suite, un double mouvement d'amélioration de la qualité en Algérie (réfrigération des moûts) et de baisse de cette qualité en France après l'adoption des plants américains, changea complètement l'optique du mélange. Les vins d'importation eurent désormais pour rôle de cacher la faiblesse alcoolique des vins du pays. Dès lors, le trafic allait se développer sur une vaste échelle, d'autant

mieux que les cours pratiqués à la propriété en Algérie pour un vin de même facture s'avéraient bien plus intéressants.

Cours plus avantageux en Algérie tenant essentiellement :

- à la structure de la propriété viticole, comprenant de grands domaines bénéficiant d'une forte productivité,
- de la faiblesse du coût en main d'œuvre.

Alors qu'en France.

— le vignoble est constitué d'innombrables petites propriétés familiales à faible rendement, incapables avant le développement des coopératives d'assurer à l'échelon individuel une vinification correcte.

Malgré le transport, le coût de la fûtaillerie, les pertes, les retours à vide, les manutentions, la différence reste toujours intéressante.

B. ROLE TECHNIQUE.

C'est le rôle technique classique du commerce expéditeur, le ramassage, le stockage, le coupage et l'expédition sur les centres de consommation.

Dans le circuit d'importation, le ramassage est assuré par des commissionnaires qui parcourent l'Algérie, cherchent les bonnes caves, envoient des échantillons, groupent et expédient sur la Métropole.

Stockage et coupage sont les fonctions essentielles au commerce importateur qui ne lui sont ravies que plus tard. Sète, de par sa situation géographique en Méditerranée occupe la place d'une main dont les doigts seraient ouverts en direction des principaux pays producteurs de vin : Grèce, Italie, Tunisie, Algérie, Maroc, Espagne.

Le commerce Sétois bénéficiait donc d'une place de choix pour sélectionner, importer et assembler afin d'élaborer des types de vins. Le trafic algérien était le plus important. La plus grande partie des maisons de négoce de la ville (une centaine) s'y consacrait. Le transport était effectué au moyen de fûtailleries qui encombraient les quais et dont la fabrication et entretien étaient une source d'activité supplémentaire.

Quel vin recherche-t-il en Algérie ?

Le rôle essentiel de ce commerce est de combiner des mélanges harmonieux, capables de soutenir longtemps la réputation d'une maison. Ayant à sa disposition l'immense arrière-pays viticole dont il connaît aisément les bons terroirs, avec leurs qualités spécifiques et leurs défauts (faiblesse de degré généralement), ses besoins en vins algériens seront très diversifiés. Il est contraint d'y rechercher également avec les vins méridionaux. Pour la fabrication des apéritifs, il acquiert de même d'importantes quantités de mistelles et de vins doux.

Ces maisons reçoivent également d'importants convois de l'arrière-pays. Il n'y a donc pas une spécialisation dans l'algérien. Ces diverses sources étrangères et locales sont fondues ensemble pour donner le vin de maison.

L'expédition toujours en fûtaille emprunte essentiellement la voie ferrée sur les régions de consommation.

C. ROLE ECONOMIQUE.

Ce négoce importateur représente avec l'ensemble du négoce expéditeur l'offre. En gros, il a la charge de faire entrer le vin dans le cycle de la commercialisation. Il supporte de par sa position de très lourdes charges financières. D'une part, il est obligé, pour faire face aux à-coups de la production, comme pour des raisons strictement techniques (longueur de l'élaboration), d'entretenir des stocks importants. D'autre part, il est le véritable banquier de la profession par les avances qu'il consent aux producteurs et les délais qu'il accorde à ses propres clients.

Il constitue donc un relai indispensable tant sur le plan technique que sur le plan financier. Ce rôle ne pourra être assumé que bien plus tard par les expéditeurs algériens, les coopératives vinicoles méridionales ou les utilisateurs.

II — Le négoce utilisateur :

Cette expression d'utilisateur exagère considérablement le rôle du négoce des places de consommation en cette période. Bien qu'il représente la demande, il n'est constitué que de maisons de gros ou de demi-gros dont le rôle essentiel est de réceptionner et de distribuer soit directement à la clientèle soit aux détaillants et débits de boissons.

A. ROLE TECHNIQUE.

Extrêmement réduit. Il revend en l'état les vins reçus en les gardant en entrepôt le moins de temps possible. Il ne réalise aucun mélange. Quelquefois, il pratique la mise en bouteille, mais le plus souvent, le vin est livré en fûts pour être distribué à la tireuse.

B. ROLE ECONOMIQUE.

Son rôle économique est plus important, car il est chargé de refléter les goûts de sa propre clientèle et de la répercuter sur le commerce expéditeur. Mais son rôle est le plus souvent passif, ce sont des représentants du négoce expéditeur qui le contactent. Sur le plan financier, constitué en affaires familiales, il vit des crédits accordés par ses fournisseurs alors que lui-même en accorde peu à ses clients.

III. — Les auxiliaires du commerce :

De tous temps, le commerce des vins a constitué une véritable pépinière en ce qui concerne la floraison des intermédiaires de toutes catégories. En général, les situations sont floues et complexes. De

multiples catégories juridiques se chevauchent parfois sous des noms pittoresques.

Dans le circuit traditionnel, nous relèverons en gros trois catégories d'auxiliaires, le courtier, le commissionnaire et le représentant.

A. LE COURTIER.

Le rôle du courtier en droit commercial est de rapprocher les deux parties contractantes en n'assumant aucune responsabilité, sauf par convention expresse de ducroire.

De tous temps, leur intervention a été précieuse et importante dans le commerce du vin du fait de la fluidité de la demande et de l'offre et de la non homogénéité du produit. Le courtage en matière de vin est un courtage de confiance le plus souvent, il n'y a aucun écrit, simplement une correspondance d'affaires. Il intervient entre le producteur méridional et la maison expéditrice, entre l'importateur et le demi-grossiste ou entre maisons d'un même stade et d'une même place.

B. LE COMMISSIONNAIRE.

Est un intermédiaire également très important. Dans le circuit traditionnel, il constituait l'antenne algérienne des importateurs. Les affaires se traitaient suivant deux méthodes soit la commission simple, soit à la commission forfaitée avec prédominance de la première.

C. LES REPRESENTANTS.

Qui pouvaient être soit exclusifs, soit à représentations multiples sont de véritables salariés chargés de contacter la clientèle, c'est-à-dire le commerce de demi-gros des places de consommation.

Deuxième Partie LE CIRCUIT MODERNE

Le commerce des vins a connu depuis une trentaine d'années une évolution qui a profondément modifié sa structure.

Cette évolution a pris les formes suivantes :

1. Transfert sur les places de consommation d'une large part des fonctions assumées précédemment sur les places de production ;
2. Développement des grandes entreprises de distribution livrant le vin en bouteilles ;
3. Tendance à la concentration.

Les tendances de fond qui ont conditionné cette évolution sont :

— l'accroissement de la production algérienne,

- les pénuries consécutives à la deuxième guerre mondiale,
- la hausse continue des prix qui a amené les négociants distributeurs à s'approvisionner directement sur les places de production et à procéder eux-même au mélange des vins.

Ces transformations se sont traduites par une réduction continue du nombre des négociants, évolution qui risque de s'accélérer. Pour l'ensemble de la profession, ce nombre aurait fléchi de plus de moitié en trente ans (28.000 en 1930, 13.000 en 1962).

EN CE QUI CONCERNE LE NEGOCE EXPEDITEUR des vins de consommation courante, l'activité des entreprises importatrices a été affectée non seulement par l'intervention des négociants des places de consommation, mais aussi par la croissance d'un négoce exportateur en Algérie même. Dans la pratique, toutes ont été évincées dans le circuit moderne, du moins sous leur forme primitive d'affaires familiales (72 maisons importatrices de Sète en 1950, 40 actuellement). Rouen, le plus grand port importateur ne possède pas de commerce d'importation.

EN CE QUI CONCERNE LE NEGOCE DISTRIBUTEUR, les grands litreurs (entreprises vendant le vin en bouteilles), c'est-à-dire aussi bien les négociants spécialisés que les entreprises du commerce d'alimentation exercent une concurrence extrêmement vive à l'encontre des petites et moyennes entreprises.

La structure du circuit moderne se présente ainsi :

Le négoce expéditeur algérien,

Le négoce utilisateur des places de consommation :

- les marques,
- les entreprises du commerce d'alimentation.

Les auxiliaires de ce circuit.

Voyons les, plus en détail, en examinant :

- Les raisons de cette transformation.
- Les caractéristiques de ce circuit.

II. — Raisons :

Ce qui a permis et contraint ce développement extraordinaire des grandes marques et ce raccourcissement du circuit, c'est essentiellement une révolution dans les moyens techniques et l'intensification de la concurrence.

A. EVOLUTION DANS LES MOYENS TECHNIQUES.

1. — Le transport :

C'est d'abord dans les moyens de transport que s'est réalisée une véritable révolution ? Jusqu'en 1935, l'utilisation des fûtaillles était la

règle. Elle entraînait des charges énormes de manutention, d'entretien, d'immobilisation et de consume (perte). Il fallait assurer le retour à vide de ces fûts. L'apparition des tankers de 10.000 hl jusqu'à 25.000 hl et le montage sur les paquebots de cuveries permirent un transport en vrac dans des conditions meilleures.

— Diminution des frais de transbordement

Le vin est pompé directement du tanker dans les cuveries de transit, ou mieux dans les wagons réservoirs ou les péniches. Il faut signaler aussi l'effet dynamique qu'a eu l'équipement de Rouen en chais et pipe-lines grâce à sa liaison fluviale avec Paris.

— Diminution des frais d'assurance

Les pertes se révélant très limitées dans le transport en vrac.

Au total, la généralisation du transport en vrac, tant dans le transport maritime que ferroviaire, fluvial et routier, a été fatal aux ports méridionaux trop éloignés des grands centres de consommation.

Il a été la cause essentielle d'un détournement de trafic au profit des ports atlantiques comme Rouen, moins équipés en cuveries de transit, mais aussi moins enclavés, et disposant d'un arrière-pays fortement consommateur.

2 — Le conditionnement :

La fabrication du vin de « marque » en d'énormes quantités ainsi que le développement des ventes en bouteilles, exigent un matériel de chai ultra-moderne et un ensemble de chaînes automatiques des plus perfectionnées. Pour y faire face, des investissements énormes sont nécessaires, que n'ont pu supporter que les maisons disposant d'une large assise financière.

Le chai proprement dit comporte un tableau centralisateur avec lequel le maître de chai dirige, par un système complexe de vannes, toutes les opérations de filtrage, égalisation, coupage, etc...

Le reste de la mécanisation comporte des chaînes d'embouteillage, pouvant livrer 100.000 bouteilles dans la journée. Les plus grosses maisons en comportent 6 ou 7 auxquelles il faut ajouter les machines automatiques de lavage, de tirage, capsulage, étiquetage.

3 — L'information :

La transparence du marché a été fortement améliorée entre les deux bords de la Méditerranée par l'utilisation des moyens traditionnels téléphoniques, postaux et plus modernes comme la radio et le télescripteur. Certaines grosses maisons ont des liaisons permanentes privées avec leurs correspondants algériens par télétype permettant aux responsables des achats d'intervenir chaque jour dès l'ouverture du marché.

B. INTENSIFICATION DE LA CONCURRENCE.

La crise générale du négoce de gros a entraîné :

- un processus de concentration,
- un processus de déspecialisation.

1 — Processus de concentration :

Nous avons vu que la profession s'était dégonflée de moitié en 30 ans. Pour la seule région parisienne et pour le syndicat unique parisien qui la recouvre, les adhérents sont passés en 10 ans de 997 à 377.

Chaque crise viticole, comme chaque période de blocage des prix au détail emporte son contingent de grossistes. Elles sont caractérisées par :

— l'élimination des plus faibles qui n'ont pu moderniser à temps leurs structures et comprimer suffisamment leur coût unitaire.

— le renforcement des plus forts favorisés par l'efficacité de leur organisation, l'étalement de leurs risques tant sur le plan régional et national que par leur activité de plus en plus diversifiée. Ils ont de plus la possibilité de recourir au marché financier ou au soutien des banques et des groupes financiers. Ces gros sont enfin favorisés par la législation économique et fiscale. La cartellisation ou le blocage des prix au détail leur réserve du fait de leur productivité une marge nette appréciable alors qu'elles asphyxient les petites entreprises. L'adoption de la capsule-congé (I) entraîne des charges fiscales immédiates mais en supprimant l'obligation de la vente préalable à l'enlèvement rend la prospection du détaillant plus souple au seul bénéfice des grandes marques.

2 — Un processus de déspecialisation :

Les grandes entreprises tendent à diversifier la gamme de leur produits. Préfontaines par exemple assurait l'écoulement de plus de 600 produits différents en 1961 avec, entre autres, les apéritifs, les sodas, l'huile Lesieur, les eaux minérales. D'autres, font à la fois le vin de consommation courante et l'appellation contrôlée sous la même marque. D'autres enfin, font venir du whisky d'Ecosse ou du Porto. Le but poursuivi est de rentabiliser au maximum leur organisation distributrice.

A l'inverse, le grand commerce d'alimentation, magasins à succursales multiples, Monoprix, chaînes volontaires, magasins populaires, s'insère dans le circuit en réservant un département chargé de leur approvisionnement en vin et qui assume les fonctions du gros négoce distributeur.

(I) Normalement les taxes sont dues par le dernier grossiste, avec la capsule-congé elles sont dues par le négociant embouteilleur quel que soit le client (grossiste ou détaillant).

I — Caractéristiques générales.

Tel qu'il apparaît, il est le résultat :

- d'un processus intense de concentration,
- de la croissance en Algérie d'un important commerce expéditeur,
- de l'adaptation des intermédiaires.

A. LA CONCENTRATION.

A été intense à la fois sur le plan horizontal et sur le plan vertical.

1. — Sur le plan horizontal :

Au niveau du commerce distributeur

La proportion des ventes en bouteilles n'a cessé de croître depuis la fin de la guerre, plus particulièrement dans la région parisienne au détriment de la vente en fûts ou chez les détaillants des ventes à la tireuse. Le vin de consommation courante est devenu un produit de série sous emballage. Dès lors, les conditions techniques d'une forte concentration commerciale se trouvaient réunies au bénéfice des grandes entreprises livrant le vin en bouteilles. La distribution du vin exigeait désormais l'appel aux techniques industrielles, pour le stockage et le traitement de la production, l'utilisation de vastes installations, la mise en œuvre de matériel automatique et de moyens de transport considérables, un effort permanent de publicité.

Douze grandes maisons livrant le vin en bouteilles (dénommées couramment « litreurs » ou « embouteilleurs ») traitent environ 70% des vins de consommation courante vendus dans la région parisienne. Il s'agit des marques suivantes : Nicolas, Préfontaines, Postillon, vins des Rochers, Primior, Gévéor, Picardy Remillons, GRAP, Sellier Leblanc, AGRP, vieille Garde. Certaines se spécialisent dans un type ou deux par exemple le 10° et le 11°. D'autres traitent un important pourcentage de vins fins. Cette spécialisation n'est pas sans importance, car le 10° étant un article intéressant de l'indice du coût de la vie, est le premier touché par les mesures de blocages des prix.

Les grands magasins d'alimentation à succursales multiples (Damo, Goulet Turpin, Viniprix, Coopérateurs, Casino, Comptoirs Français, Docks Remois) les magasins populaires et les Coopératives de consommation exercent fréquemment en matière de vins les fonctions de grossistes distributeurs en vue d'approvisionner leurs magasins de détail. (I)

(I) Ces grands magasins sont intéressés au même titre que les marques traditionnelles à l'écoulement du vin algérien.

La distribution de ces grandes entreprises à l'origine axée exclusivement sur la région parisienne couvre aussi dans un rayon qui s'élargit d'année en année, les régions environnantes. Préfontaines par exemple livre en bouteilles dans un rayon de 60 km, et en vrac au-delà par camions de 20.000 litres. Ce vin entreposé dans les centres distributeurs est mis en bouteilles soit dans les entrepôts appartenant à la firme, soit par des concessionnaires exclusifs. Pour donner une idée, cette firme livrait en 1960, 130 millions de bouteilles et 100.000 hl en vrac.

Au niveau du commerce importateur

Parallèlement à cette extension de puissance du commerce distributeur, l'ancien négoce importateur subissait lui aussi une profonde transformation.

Nous avons déjà signalé qu'un nombre élevé d'anciennes maisons avait purement et simplement disparu. Un certain nombre ont aliéné leur indépendance en travaillant à la commission. Il en est très peu qui soient restées des affaires familiales autonomes.

Par contre, quelques unes, comme SAPVIN, SCHENK, Granouillet, etc... ont su prendre de l'ampleur et demeurer même dans le circuit moderne suffisamment compétitives à la faveur d'un coup de chance quelquefois. Le cas de SAPVIN est particulièrement significatif ; ancienne maison FELIA-CASSIN, elle dispose d'établissements en plusieurs points de France, notamment à Sète et Rouen, ainsi qu'à l'étranger, Maroc, Espagne. Sa fortune date de la Libération où elle bénéficia d'une attribution prioritaire de vins algériens et de fret grâce à ses appuis politiques. SCHENK est une grosse maison à capitaux, et d'origine Suisse. Grenouillot possède plus de 60 firmes à sa dévotion. Ces grandes maisons importatrices rescapées jouent encore un rôle très important sur le marché de par leurs liaisons avec les grandes marques. Elles ne dédaignent pas de se livrer en quelques occasions à des manœuvres d'accaparement. Ainsi, le Midi viticole les accuse d'avoir mis la main sur la récolte algérienne de 1962, à des prix de misère, bradée par les européens en fuite. Il nous a été impossible de juger de la part d'affabulation et de propagande tant les opérations de ce secteur très particulier du négoce sont mystérieuses.

2 — Sur le plan vertical :

La concentration a abouti à la disparition du circuit de l'ancien négoce importateur et de l'ancien négoce expéditeur pour ce qui concerne l'acheminement de la production nationale au profit des gros utilisateurs par absorption de leurs fonctions économiques et techniques.

Fonctions économiques :

Les grandes entreprises de distribution et parfois le commerce alimentaire renoncent aux services du négoce expéditeur et traitent

directement avec les producteurs ou les coopératives, en France par l'entremise de courtiers ou de bureaux d'achat, et écartent définitivement le négociant importateur. Elles ont assez de puissance financière pour financer les acomptes que les producteurs exigent toujours, alors que dans leurs relations avec les maisons algériennes, elles obtiennent des délais de paiement.

En ce qui concerne les importations, leurs motivations diffèrent de celles des anciens importateurs. Elles sont moins tributaires des cours à la production et leur souci prédominant est de s'assurer un approvisionnement régulier d'un vin de qualité constante que seule l'Algérie, pays d'ensoleillement permanent, peut leur procurer.

Fonction techniques :

Le négoce distributeur assure l'approvisionnement du public dans les centres de consommation. Mais, dans le circuit moderne, les grandes entreprises exercent une activité qui déborde largement le rôle d'un intermédiaire et qui leur donne des fonctions de transformateur, rôle qu'elles ont emprunté à l'ancien négoce d'importation. Elles achètent de très grosses quantités de vin de diverses sources qu'elles mélangent afin de pouvoir présenter une gamme de produits de qualité suivie (degré alcoolique et saveur uniforme, limpidité, coloration identique, bonne conservation). Le caractère de ces mélanges se différencie essentiellement de ceux des anciennes maisons d'importation. Les coupages savants, l'élaboration véritablement attentive auxquels donnaient lieu la production du négoce traditionnel n'est plus de mise ici. Il s'agit de mettre sur le marché un produit de type standard, obtenu d'une manière simple et uniforme. A la base, les gros utilisateurs achètent chaque année la totalité de la production médiocre et acide des régions du Centre et de l'Ouest, qu'ils obtiennent à bon prix et mélangent à 50 ou 60 % avec un vin algérien gros, coloré et fort qui couvre le tout.

B. CROISSANCE DU COMMERCE EXPORTATEUR ALGERIEN.

Depuis une trentaine d'années, un commerce de gros tendait à se développer en Algérie (dans les Ports) où il trouvait des conditions exceptionnellement favorables.

A l'origine de ce négoce, l'on trouve soit d'anciennes maisons métropolitaines qui y ouvrent un établissement, soit certaines grosses exploitations désireuses d'élargir leur champ d'activité (I). Les uns et les autres envoient des représentants en métropole, prospecter la clientèle directement dans les centres de consommation, parfois c'est

(I) On trouve aussi d'anciens courtiers qui en prenant de l'ampleur et de l'ambition se transforment successivement en commissionnaires puis en négociants.

le chef de maison lui-même qui se déplace. L'évolution commerciale tend à les mettre directement en relations avec les gros utilisateurs en court-circuitant les importateurs. Elles se spécialisent dans l'élaboration de vins très typés qu'elles seront à même de livrer par grandes quantités, et d'une manière uniforme. Elles se feront rapidement une réputation de sérieux, car elles n'hésiteront pas à avoir recours aux œnologues les plus qualifiés et à appliquer les méthodes de vinification les plus modernes.

Il ne faut pas oublier que l'accession au marché français fut longue et difficile et s'est constamment heurtée à des intérêts importants farouchement coalisés. Le vin algérien n'a pu se faire une place au soleil et cela nous a été maintes fois souligné des deux côtés de la Méditerranée que grâce à l'effort véritablement extraordinaire d'élaboration et de maturation des producteurs coloniaux comme des négociants luttant pour maintenir haut le prestige de leur maison. Sur un marché encombré il n'y a pas, il ne peut y avoir d'amateurisme. Il faut souligner ici ce fait qui aura de l'importance lorsque nous envisagerons les possibilités offertes aux responsables algériens désireux de construire un office public de commercialisation.

En effet le vin algérien n'est en aucun cas exporté brut. C'est sous forme de vin de maison ou de vin de marque qu'il est écoulé. Cela suppose un mélange de sources différentes, un matériel de chais important, une grande compétence technique.

La maison d'exportation reçoit par l'intermédiaire des courtiers des lots d'échantillons qu'elle examine dans son laboratoire et passe commande. C'est donc par un choix sévère entre des vins de caves différentes que débute leur travail. L'agrément définitif n'a lieu que sur échantillons pris dans les cuves et foudres mêmes qui doivent être livrés. Ensuite la recherche du vin de type donné (degré, saveur, couleur, etc...) est poursuivie dans une longue série de dosages délicats sous le contrôle attentif de cavistes compétents ou même d'œnologues diplômés.

Que sont devenus ces négociants après l'indépendance ? Comme nous le verrons plus loin, ils sont restés à leur poste pour la plupart, malgré les conditions difficiles, les menaces de nationalisation, et ont contribué à écouler d'une manière satisfaisante les récoltes de 1962 et de 1963.

C. ADAPTATION DES INTERMEDIAIRES.

Le circuit moderne n'élimine pas les auxiliaires du commerce, courtiers, transitaires, commissionnaires, représentants.

Des opérations très particulières comme le dédouanement, exigent toujours l'intervention des transitaires (agréés en Douane).

Certains, comme les commissionnaires et les transitaires, élargissant leurs activités, accomplissent des opérations matérielles qui étaient autrefois du ressort de l'importateur ou du négociant expéditeur, comme le ramassage, le groupage et l'expédition. Les uns et les

autres peuvent traiter, soit en commission simple, soit au forfait. D'ailleurs, bien des anciens négociants se sont mis à la commission pour survivre, soit totalement, soit simplement pour une part de leur activité.

La survie de ces auxiliaires reste assurée, car il est en effet bien rare que les gros utilisateurs aient des contacts à la production. Peu ont constitué des bureaux d'achat à l'exemple de Postillon à Narbonne, sur les lieux de production. Peu aussi, détiennent des établissements dans les ports, comme Préfontaines à Sète ou Postillon à Port Saint Louis du Rhône.

En Algérie les intermédiaires se sont aussi adaptés. Les anciens commissionnaires des importateurs français ont pris de l'envergure et se sont transformés en négociants. Il en est de même pour d'anciens courtiers. Dans le circuit moderne les courtiers en Algérie continuent de jouer un grand rôle. Ils mettent en relation la propriété et le négoce en recueillant les échantillons de vin dans les diverses caves et en jouant un rôle financier que nous examinerons dans le chapitre consacré au financement.

Chapitre II

MODALITES JURIDIQUES ET ECONOMIQUES

Première Partie

MODALITES JURIDIQUES

Par modalités juridiques on entend :

- l'étude des cadres généraux dans lesquels s'inscrit l'écoulement du vin algérien en France,
- l'étude du statut juridique des importations,
- l'étude de la fraude à laquelle elles donnent lieu.

I — Les cadres généraux :

La commercialisation des vins est réglementée :

- à l'intérieur, par l'organisation du marché en France,
- à l'extérieur, par les négociations commerciales entre Etats.

A. L'ORGANISATION DE MARCHE.

Comme nous le savons, tout l'intérêt du débouché français pour l'Algérie, repose sur le fait qu'il est le seul à bénéficier d'une organisation de marché ceinturé d'un protectionnisme rigoureux et qu'il constitue de ce fait un îlot de prix autonomes élevés par rapport aux prix pratiqués sur le marché international.

Jusqu'à l'indépendance, la production algérienne a constamment bénéficié des mêmes mesures d'intervention et du même soutien que le vin métropolitain. C'est ainsi que pour lutter contre une continuelle surproduction, les mesures tendant à réduire la surface du vignoble, ou à limiter les rendements étaient appliquées simultanément dans les deux pays comme plus tard, le blocage et la distillation obligatoire. En 1959, devant l'insuffisance de ces mesures, et dans la perspective d'apports algériens constants, on met sur pied une organisation plus cohérente tendant à assurer un revenu stable aux viticulteurs par la réglementation de la commercialisation. Celle-ci est précisée dans un décret de juillet 1962 et reprise en Algérie par une ordonnance de l'Exécutif provisoire.

A quoi tend cette organisation ?

L'idée générale est de faire venir sur le marché les quantités nécessaires pour que les cours réels du vin se maintiennent proches d'un prix de campagne fixé à l'avance.

Pour cela :

— on répartit la récolte en deux fractions : le quantum et le hors-quantum, n'ayant pas les mêmes facilités d'accès au marché,

— on fixe des règles d'écoulement.

Le quantum précisé chaque année avant le 1^{er} août correspond aux besoins prévisibles du 1^{er} septembre au 31 août (besoins de consommation, production d'eaux de vie et diverses utilisations industrielles).

Au regard de ces besoins, les ressources sur lesquelles va s'imputer le quantum sont :

— la production nationale de vins de consommation courante, de A. O. C. et V. D. Q. S. (I)

— les importations.

Le décret de 1962 prévoit expressément que le quantum correspond « aux quantités de vin estimées nécessaires pour assurer l'approvisionnement du marché, compte tenu des prévisions d'importations ». Les apports algériens sont donc repris, tout au moins pour une partie négociée, dans le quantum français.

Le hors-quantum comprend le reliquat de V.C.C., certains vins obtenus par des rendements trop élevés, des A. O. C. et des V. D. Q. S. déclassés ainsi que le reste des importations n'entrant pas dans le quantum.

(I) A.O.C. vin à appellation d'origine contrôlée.
V.D.Q.S. vin délimité de qualité supérieure.

Pour les vins du quantum d'origine française, trois genres de commercialisation sont prévus :

Une commercialisation accélérée, comportant :

- la libération de 2 tranches simultanément,
- ou la libération de tout le quantum.

Une commercialisation retardée, par :

- report de libération d'une tranche,
- stockage sous contrat du quantum.

Pour les vins algériens du quantum, leur écoulement en France a connu depuis l'indépendance bien des vicissitudes. Leur admission est depuis lors soumise à l'autorisation de déblocage, paraissant au Journal Officiel. Comme nous le verrons, les accords de novembre 1963 ont essayé d'introduire une libération par tranches, semblable à la commercialisation du quantum national.

En ce qui concerne le hors quantum, le décret de juillet 1962 prévoit pour ces vins une autre destination que le marché des vins auquel ils peuvent cependant avoir accès quelquefois.

— La destination normale de ces vins est donc la consommation en franchise, ou la distillation,

— Les voies d'accès au marché sont de deux ordres :

La procédure de compensation ou volant compensateur.

Une partie de hors quantum national et la totalité du hors quantum importé sont mis en volant compensateur. Pour être commercialisés, ces vins doivent faire l'objet d'une opération de transfert. (I)

Une commercialisation normale :

Une faible partie étant libérée en début de campagne, le reste, en 4 tranches tous les 2 mois.

(I) Le négociant ou le producteur qui veut commercialiser du vin affecté au volant compensateur doit obligatoirement acheter un droit de transfert. Ce droit de transfert, nous y reviendrons plus loin est un certificat délivré par l'administration aux exportateurs pour chaque hectolitre de vin du quantum exporté. Le prix de ces certificats est librement débattu d'une part entre les exportateurs et d'autre part les négociants et producteurs intéressés. C'est en somme un système de péréquation au profit des entreprises qui font l'effort d'exportation.

Le stock régulateur :

Une partie du hors-quantum national et du compensateur importé peut être stockée avec l'aide financière de l'Etat. Les vins importés n'ont fait l'objet d'aucun contrat de stockage.

Voilà, brièvement esquissée l'organisation du marché du vin en France jusqu'à ces derniers temps. En effet, un décret de septembre 1964 vient en bouleverser entièrement l'économie. A la faveur de la diminution des apports algériens, le Ministre de l'Agriculture français, tente de substituer à la distinction quantitative jusque là en vigueur, une distinction qualitative entre bons et mauvais vins, les premiers seuls étant reconnus « propres à la consommation ». Dans cette optique, la notion du hors quantum et de volant compensateur serait supprimée. Le but de la manœuvre, toujours dans le cadre d'une amélioration qualitative du vignoble, est d'une part, de favoriser la production des vins tirant un degré raisonnable, c'est-à-dire ceux du Midi, au détriment des vins médiocres des régions périphériques. Le mode de classement entre bons et mauvais vins déterminera évidemment l'efficacité de la réforme. Trois critères dits « analytiques » ont été retenus : le degré, l'activité volatile et la teneur en anhydride sulfureux. Seuls les vins classés « propres à la consommation » pourront obtenir le « titre de mouvement » leur permettant de quitter leurs chais d'origine. Eux seuls bénéficieront des mesures d'organisation du marché, le soutien des prix continuant à être assuré par des mécanismes de déblocages fractionnés et grâce à des stockages sous contrat.

Quels seront les effets de cette nouvelle organisation sur l'importation de vin algérien ?

Comme nous le verrons l'apport algérien est essentiellement destiné à couvrir la médiocre qualité de la production du centre, or ce sont ces vins qui sont visés en premier. Si l'on applique la nouvelle réglementation avec sévérité il est à craindre que ces vins ne puissent jamais quitter leurs chais d'origine et que par contre-coup l'importation algérien s'avère superflue. Il ne semble pas qu'il y ait là un danger très grave du moins dans une période approchée. D'une part parce que l'importation de cette production « impropre à la consommation » soit 13 millions d'hectolitres, représentant un nombre appréciable de viculteurs et donc d'électeurs, entraînera un assouplissement des nouvelles règles. D'autre part quantitativement on ne voit pas trop comment en ayant supprimé une importante partie des vins du centre et par suite les raisons d'une importation, l'équilibre pourrait être assuré entre les disponibilités et les besoins.

B. LES NEGOCIATIONS FRANCO — ALGERIENNES.

Elles ont été rendues nécessaires par l'accession de l'Algérie à l'indépendance, la rupture des anciens circuits et la confrontation de deux territoires douaniers.

Elles s'inscrivent cependant dans un contexte général de coopération bilatérale ayant pour base les accords d'Evian qui, dans leur article 6 précisent que la France s'engage « à offrir des facilités d'é-

coulement aux productions excédentaires de l'Algérie ». Il semble dès lors que la France continuera à admettre sur son territoire la totalité ou presque de la récolte algérienne. Des difficultés ne tarderont pas à apparaître dès le début, car la France ne s'engage que parce que la fiction du vin français à travers les colons est encore soutenable alors qu'à l'opposé, le Gouvernement Algérien tient à conserver son entière liberté d'action du point de vue de la réforme agraire et des transferts. La dégradation de ces rapports est perceptible dès le deuxième semestre 1962. La France accuse l'Algérie de ne pas avoir tenu ses engagements en expropriant des viticulteurs européens sous des prétextes qu'elle n'estime pas valables. Il s'agit de la mise en biens vacants ou sous protection de l'Etat de propriétés dans lesquelles l'exploitation par les colons risque de créer des troubles. La France non opposée en principe à une reprise en main par les nationaux, voudrait que des garanties soient offertes, qu'une négociation d'ensemble s'engage sur une procédure respectant les intérêts de tous. Sous la pression des colons mécontents, et des viticulteurs méridionaux, elle décide de n'admettre que les vins dits « français » et de rejeter la production des premiers vins socialistes. Du côté algérien la période de flottements prend fin avec les décrets de mars 1963 qui prévoient la nationalisation de tout le vignoble détenu par les européens. Cette mesure ne prendra plein effet qu'au 1^{er} octobre de la même année.

Durant toute la campagne 62-63, et pour contrôler l'origine des vins introduits, la France met en place le système des certificats d'origine visés par les consuls.

En octobre 1963, l'Algérie conciliante s'engage à laisser le bénéfice de cette dernière récolte aux exploitants français et aussi à permettre un transfert équitable de son produit en France à condition qu'aucune discrimination ne soit faite entre les deux vins.

Nouvelle friction alors que l'Algérie se plaint encore de la discrimination et que la France soutient que les engagements de transferts sont mal tenus. De nouvelles négociations s'engagent en novembre. Au terme de cette rencontre, il est convenu que la France absorbera un contingent de vin de 8.760.000 hl. dont 2 millions au titre du volant compensateur pour l'année 63-64. Ce contingent sera dégressif sur 5 ans pour atteindre 7 millions d'hectolitres la cinquième année. Pour cette campagne, une proportion définie de vins d'origine française et de vins socialistes qui devront être admis est fixée. En ce qui concerne les prix de nouveaux tiraillements se font jour lorsque la France qui a les yeux sur les cours intérieurs fixe unilatéralement un prix plafond pour les vins de 11° à 12°. Ce prix restera en discussion jusqu'en janvier.

Comment est appliqué l'accord ?

En cette fin de campagne 63-64, on peut dire très généralement que le contingent sur lequel l'on s'était mis d'accord a été absorbé. Mais les contrats sur les vins français ont été conclus en nombre plus importants que prévus et les vins acheminés rapidement. Pour les vins

socialistes, les algériens se heurtent à des difficultés de commercialisation en raison de l'ostracisme dont ils sont frappés. Si bien qu'en juillet 1964, on a fait la vidange du contingent français, et au-delà, alors qu'aucun vin socialiste n'est encore sorti ; d'où mécontentement algérien. La France rétorque que le contrôle étant du ressort algérien, elle ne saurait en être tenue pour responsable.

En juin et juillet, de nouvelles conversations pour le renouvellement de l'accord n'ont pas abouti, les français soulevant le préalable des transferts. Du côté Français, à ce jour, trois éléments s'opposent au renouvellement de l'accord :

— d'une part, il y avait eu accord des deux parties sur le fait qu'aucune importation ne devait avoir lieu durant le dernier trimestre de l'année pour ne pas peser sur les cours français ;

— d'autre part, la question des transferts du produit de la récolte 1963 non résolue,

— enfin, la situation du reliquat de vins français non compris dans le contingent et non encore commercialisé (38 %. (I))

II — L'organisation juridique des importations.

A l'intérieur de ces cadres généraux, l'écoulement du vin algérien sur le marché français après la courte période anarchique de la campagne 62-63 finit par être réglementé très étroitement.

Pour décrire cette réglementation, nous tenterons de répondre à une série de questions telles que :

— de quel vin s'agit-il ?

— qui a le droit d'importer ?

— quels sont les engagements auxquels doivent souscrire les importateurs ?

— que peut-on faire de ce vin ?

A. QUEL VIN ?

Campagne 62-63 — Les vins français

L'ouverture de la campagne 62-63 est précédée d'une période anarchique dans laquelle les importateurs activent leurs opérations.

(I) L'accord du 17 octobre a permis la reconduction du contingent pour la campagne 64-65 au niveau prévu de 8.250.000 hls. La queue de la récolte précédente, les 38 % étant commercialisés eux aussi en compensateur.

Lorsque le Gouvernement français, par représailles se décide à interrompre ces importations, des quantités considérables restent immobilisées dans les chais portuaires et sur les navires. D'autre part, la récolte 1962 est une récolte exceptionnelle puisqu'elle atteindra 73 millions d'hectolitres. Le Gouvernement et les viticulteurs font leurs calculs. Si l'on continue d'importer la totalité de la récolte algérienne, soit 13 millions d'hectolitres, c'est avec un stock à la propriété de plus de 30 millions d'hectolitres que l'on se trouvera en août 1963.

D'un autre côté, des courants commerciaux doivent être respectés et la solidarité exige que les vins des colons au moins soient écoulés.

C'est dans cette atmosphère tendue que s'élaborera, en 1963 et 64 le régime des importations. Des déblocages partiels concernant soit le quantum soit le hors-quantum se succéderont au gré de la conjoncture politique et de la tenue des cours sur le marché français. Au total, pour la campagne 62-63, c'est plus de 9 millions d'hl. qui seront admis. Des déblocages concernant la récolte 1962 interviennent en septembre, janvier et mars, juin, août et même novembre 1963, sous la forme d'avis aux importateurs. Pour contrôler l'origine française de ces vins, on met en place le système des certificats visés par les consuls ou l'O.N.R.A.

Les vins du contingent :

Pour la récolte 1963, une nouvelle politique d'importation est mise en place sur la base des négociations de novembre. Un contingent est défini, son origine est précisée. Pour cette année, on admettra 8 millions 760.000 hectolitres comprenant 72% de français et 28% socialistes. Ce contingent sera débloqué par tranches. Par la suite, on convient d'un contingent dégressif. Du côté français, cette position n'a été rendue possible que sous la pression du commerce et grâce à la fermeté des cours. Conformément aux principes de l'organisation de marché, la distinction interne entre vins librement commercialisables et vins hors marché est appliquée aux vins importés. Ceux qui sont classés hors marché sont affectés automatiquement au volant compensateur. Ce volant compensateur a pour rôle d'apurer les droits de transfert nés à l'occasion d'une exportation de vins du quantum. Chaque ouverture de tranche fait l'objet d'une affectation expresse,

-
- (I) Le volant compensateur est une quantité de vin constituée d'une partie du hors quantum national et de la totalité du hors quantum importé. La commercialisation de ce vin est subordonnée à l'achat de certificats de compensation (droits de transfert), négociés par les exportateurs nationaux de vin du quantum dans le but de permettre à ces derniers de récupérer la perte résultant des différences de cours entre le marché extérieur et intérieur. (Voir page 16).

par les avis d'importation du J. O. et ceci dans le cadre général des accords. Les droits de compensation sont librement négociables. Les cours s'établissent, en janvier 1963, de 22 à 24 F. l'hectolitre. Le Ministre de l'Agriculture se réserve la possibilité, au cas d'extrême tension sur les cours de libérer unilatéralement ces vins.

B. QUI A LE DROIT D'IMPORTER ?

A partir du moment où on limite l'importation d'un produit très recherché à un certain contingent, il devient indispensable de le répartir entre les demandeurs de la manière la plus équitable possible. La préoccupation principale est donc de respecter les courants commerciaux déjà établis en affectant à chacun un pourcentage de réduction égal sur la base des antériorités. Par suite, l'on a été amené à créer un système de bons de répartition, et l'on a chargé l'organisme professionnel le plus représentatif, la Confédération Nationale des Vins et spiritueux, d'effectuer leur attribution.

Dans un premier temps, les organismes provinciaux de la C.N.-V.S. indiquent à chacun, compte tenu de ses antériorités, c'est-à-dire de ses importations durant les trois années précédentes, les attributions auxquelles il peut prétendre au titre de chaque distribution.

Dans un second temps, les importateurs font leurs demandes de bons en réclamant pour chaque lot, un bon séparé. Pour plus de précision, l'importateur est celui dont le nom figure sur le permis de douane, établi dans le port français pour le transitaire, nom qui se trouve reporté colonne 3 du répertoire de douane dudit transitaire.

Au total, c'est donc 3 documents qui peuvent être exigés par la douane à l'importateur :

- le certificat d'origine visé par un Consul ou l'O.N.R.A.
- le bon de répartition,
- le certificat de droit de compensation.

C. AUTRES ENGAGEMENTS.

Des engagements sur le prix :

— Pour la campagne 63-64, l'importateur s'engage à n'importer que des vins titrant au moins 11° et à respecter les prix plafond de :

F 5,60 pour le vin de 11°

F 5,80 pour le vin de 11,50°

F 6,00 pour le vin de 12°

Ces prix s'entendant F.O.B. Algérie, c'est-à-dire toutes taxes algériennes comprises. L'importateur peut être obligé de fournir au bureau de répartition les photocopies des contrats d'achat ou de confirmations de vente.

— En outre, il doit s'engager à recéder à ce prix plafond, au cas où le Gouvernement le jugerait nécessaire pour la stabilité des prix, les vins d'Algérie au groupement d'achat créé par la C.N.V.S.

Tableau 1

LES DOCUMENTS NECESSAIRES POUR LE DEDOUANEMENT

Documents présentés	Régime autorisé	
Certificat de propriété (origine) consulaire ou ONRA.		Magasin-câle.
Certificat de propriété (origine) consulaire ou ONRA.	Bons de répartition CNVS non barrés (quantum).	Mise à consommation.
Certificat de propriété (origine) consulaire ou ONRA.	Bons de répartition CNVS barré (compensateur).	Magasin-câle dépôt, entrepôt fictif limité 15 jours.
Certificat de propriété (origine) consulaire ou ONRA.	Bons de répartition CNVS barré et certificat de droit de compensation.	Mise à la consommation.

En l'absence de certificat de propriété consulaire ou ONRA et malgré la production de tout autre document, le régime autorisé en peut être que le magasin-câle ou le dépôt.

Il s'engage à **respecter les courants commerciaux.**

C'est-à-dire à réserver à chacun de ses clients lui ayant acheté en acquit de ces vins durant les 3 campagnes de référence, un pourcentage équivalent à celui qui lui est attribué en fonction de ses propres antériorités. Enfin, il doit soumettre tout litige de quelque nature que ce soit concernant les importations de vins d'Algérie à la commission d'arbitrage créée par la C.N.V.S.

D. QUE PEUT-ON FAIRE DE CE VIN ?

Les vins du quantum importé sont mis à la consommation de la même manière que les vins libres nationaux. Il en est de même des vins du volant compensateur qui ont été replacée dans le quantum par l'achat des transferts.

En gros, les vins importés ont deux sortes d'écoulement :

— un écoulement en l'état, faible, répondant à une consommation très localisée, comme certains coins de Bretagne ou du Nord,

— un écoulement sous forme de coupage. Alors que le code du vin proscriit expressément le coupage des vins nationaux avec les vins étrangers, il l'admet pour les vins algériens.

III — La fraude.

La complexité de la législation vinicole a toujours réservé d'importantes possibilités de fraude et de trafic fructueux au commerce des vins en gros. Le secteur d'importation plus que tout autre est celui où s'est exercé le mieux le talent du fraudeur. Cela tient fondamentalement à ce que les vins algériens et métropolitains, tous deux indispensables à l'élaboration du produit final, restent même à équivalence de degré deux produits distincts répondant à des besoins différents. D'où tentation de fraude sur la provenance, comme de manipulations spéculatives des cours. De plus, la récente législation crée l'occasion de nouveaux trafics tels que ceux des bons de répartition et des droits de transfert.

A. DELIMITATION DE LA FRAUDE.

a) Le détournement de provenance :

Nous savons que le vin d'origine algérienne est pour l'essentiel mélangé avec le vin métropolitain. Lorsque ce mélange est vendu pour ce qu'il est, c'est-à-dire soit sous marque sans autre précision, que le degré, soit sous simple dénomination de vin ou de de coupage, il n'y a rien à redire. Par contre, il y a détournement de provenance et fraude toutes les fois où il est laissé croire qu'un vin est entièrement d'origine algérienne alors que l'on y a incorporé pour partie des vins métropolitains. Comme nous le verrons, ces détournements ont porté sur des quantités énormes de plusieurs millions d'hectolitres durant la dernière décennie et ont gravement influencé la tenue du marché.

L'attention de la Confédération Générale des viticulteurs du midi (C.G.V.M.) fut attirée dès 1950-51 sur des mouvements insolites des vins. L'on s'aperçoit avec stupeur que l'Algérie viticole reçoit des vins métropolitains en quantités importantes :

1949-50	9.000	hl	(pour mémoire)
1950-51	130.000	hl	
1951-52	308.000	hl	
1952-53	417.783	hl.	

à la même époque, un écart important était enregistré entre les hauts degrés cotés à Sète et sur les places voisines avec les vins algériens rendus quai Sète. Il apparaissait donc une possibilité de réaliser un bénéfice substantiel en vendant au prix des vins d'Algérie authentiques des mélanges vins d'Algérie vins du Midi.

Cette pratique s'est développée sur les deux bords de la Méditerranée. En Algérie, la Journée Vinicole de Montpellier du 23-10-1952 écrit à propos du trafic vin métropole vers Algérie « les dits volumes reviennent dans la métropole, mais sous la forme de vins à haut degré ».

En métropole, d'autre part, le service de la répression des fraudes déclenchait une opération répressive de grande envergure sous les instances de la C.G.V.M. Il est apparu que des volumes considérables de vins d'Algérie vendus sous l'étiquette de provenance algérienne n'étaient autres que des vins de coupage où la proportion des vins du Midi allait de 20 à 85 % du volume global du mélange.

Les dossiers de la C.G.V.M. sont extrêmement fournis en affaires de fraude de cette période.

En France, à Rouen, une des plus importantes maisons d'importation vend 220.000 hl de mélanges frauduleux comprenant 20 à 30 % de vins méridionaux et 10 à 15 % de vins de l'ouest. Dans la région Sétoise, pour 8 firmes commerciales, les reventes frauduleuses ont porté sur 524.199 hl de vins sous dénomination « vins d'Algérie » « vins d'Oranie » « Mascara » ou « Mostaganem ». (I).

Ces opérations ralenties en 1954 et 1955 après le lancement de l'opération répressive ont repris de plus belle jusqu'à nos jours. En 1958, on ne compte pas moins de 5 arrêts de Cassation. Les Cours de Montpellier et de Nîmes ont plusieurs affaires de ce genre chaque année. Selon la C.G.V.M. c'est à plusieurs millions d'hectolitres de vins frauduleux que l'on a à estimer le trafic. Il n'y a aucune raison qu'un trafic si fructueux se termine surtout à l'heure de la pénurie.

b) La cotation arbitraire des vins algériens vendus en métropole.

C'est une pratique habituelle du commerce importateur de pousser à la constitution d'une cote fictive de ces vins. Il est courant de constater en effet pour un vin de même degré et de qualité semblable, des différences énormes de prix (plus de 100 francs le degré-hecto). Cette manipulation s'avère intéressante pour les importateurs à un double titre. D'une part, elle entraîne un bon bénéfice sur la différence entrée le prix de revient réel et les cours officiels quai-arrivée, d'autre part, elle permet d'influer sur le rythme des autorisations d'importations tout en dépréciant les vins métropolitains. Nous en citerons deux exemples tirés de la presse commerciale elle-même. En juillet 1962, les maisons d'importation ont trouvé à acheter sur les marchés italiens et espagnols des vins de bonne qualité à 2,1 franc le degré hecto. Aussitôt, et pour inciter le Gouvernement à décider des importations exceptionnelles et donc leur permettre de rentrer ces vins déjà payés elles poussent à la hausse des cours les forts degrés qui arrivent à crever le prix plafond de la campagne. De même, en mai-juin 1964, il y eut une manœuvre tendant à déprécier les vins métropolitains par le ralentissement des achats et le non-retrait des stocks achetés dans les chais des producteurs, manœuvre doublée d'une poussée sur les forts degrés pour que le Gouvernement ouvre de nouveaux contingents. Tactique qui réussit le plus souvent, ainsi, en mai 1964, ce fut l'ouverture d'un contingent marocain.

(I) pour les années 1952 et 1953.

c) La complexité de la législation crée de nouvelles occasions de fraude.

Bien qu'interdit, il est de notoriété que les bons de répartition donnant droit à une attribution de vin algérien ont fait l'objet d'un intense trafic qui a contribué à renchérir considérablement le prix de revient.

B. EFFET DE LA FRAUDE.

Ces pratiques généralisées offrent une plateforme idéale à la spéculation, et ce marché du vin que l'on dit si sensible, voit ses perturbations naturelles gravement accentuées par les manœuvres des professionnels du négoce.

L'étude de l'influence de la fraude sur la tenue des marchés-vin d'Algérie et vin de pays a été entreprise par M. Daniel COMBES, chef du contentieux de la C.G.V.M. pour la période allant de mars 1953 à décembre 1954. Au début de la période et alors que les opérations se donnent libre cours (trafic métropole-Algérie) on constate un écart considérable entre les prix des vins de même degré selon qu'ils proviennent du Midi ou de l'Algérie avec la curieuse particularité que les cotisations de vins de pays adoptent une allure dégressive avec prime au petit degré (le 9,5° plus cher que le 11°, 12° ou 13°). Il apparaît que le but semble être de faire d'avantageux coupages. Après la vague de répressions d'octobre 1953 à août 1954, l'écart s'amenuise pour revenir à la parité avec redressement des cotisations des vins de pays.

La démonstration sert évidemment les intérêts de la viticulture méridionale, mais aussi ceux bien compris des producteurs algériens.

Car ces surprises qui se traduisent par des sous prix pour les vins du Midi ne profitent pas à la production algérienne, il s'agit simplement d'une fonction complexe opérée sur le revenu des viticulteurs français par le commerce importateur. Il est bien évident que cela n'améliore en rien les relations entre ceux-ci et les producteurs algériens. Une politique consciente des intérêts de la viticulture algérienne exigerait la suppression de ces pratiques en demandant une intensification de la répression, en s'entendant au besoin avec les syndicats méridionaux. Car les textes répressifs existent il ne manque qu'à les appliquer avec un peu plus d'ardeur. C'est là un des points de convergence entre les intérêts des viticulteurs français et les algériens, nous, nous verrons qu'il n'est pas le seul.

Deuxième Partie

MODALITES ECONOMIQUES

Trois problèmes nous retiendront :

— le problème du financement de cette activité,

- le problème des coûts et des prix de revient,
- le comportement du marché.

I — Le problème du financement :

Nous étudierons les besoins généraux de fonds du commerce des vins et les modalités de financement.

A. LE BESOIN GENERAL DE FONDS.

Correspond :

- au poids financier des stocks,
- aux autres charges commerciales.

a) Le poids du stockage :

Le grand commerce des places de consommation dans sa politique de stockage doit tenir compte de deux impératifs :

Il doit s'assurer un **approvisionnement régulier** en vins nécessaires à l'élaboration des types qu'il déverse sur le marché, c'est-à-dire qu'il doit tenir compte dans ses achats prévisionnels de la qualité des vins dans le but de détenir en magasin les matières premières nécessaires à ses coupages. Il doit surtout faire face à telle ou telle pénurie qui pourrait apparaître suivant le degré ou les autres qualités organoleptiques, c'est donc à une mise sur pied d'un stock différencié suivant des critères qualitatifs et organiques qu'il procède.

D'autre part, comme les prix de ventes au détail sont étroitement cartellisés et même bloqués quelquefois, il cherche à s'assurer pour une longue période, un approvisionnement à **prix stables**. Cette attitude ne se retrouve pas dans le négoce traditionnel où l'on préfère saisir l'occasion d'une bonne affaire même si pour cela il est nécessaire de bousculer par des manœuvres spéculatives les cours à la production.

De toute manière, les deux attitudes se rejoignent dans la nécessité où se trouve le négoce tout entier de disposer de stocks abondants.

Dans les moyennes entreprises du négoce distributeur, les actifs de roulement sont constitués par une assez large proportion des stocks (30 à 60 %) du bilan ou 12 à 15 % du chiffre d'affaires annuel).

Dans les grandes entreprises, les stocks représentent 45 à 70% du total des bilans ou 20 à 30 % du chiffre d'affaires.

Pour la région parisienne, le stockage des V.C.C. depuis l'achat jusqu'à la vente représente, pour les moyennes entreprises, 2 à 3 mois, et pour les grandes entreprises, 3 à 3 mois et demi.

Pour les quantités globales en stocks (voir tableau 2) au 31 août de chaque année. Il est intéressant de constater qu'entre 1961 et 1962, le stock global France-Algérie ne diminue que d'un peu plus de 1 million d'hectolitres pour le regagner en 1963, et cela pour la France seule. Il y a donc eu un report des stocks algériens en métropole.

b) Les autres charges commerciales.

Pour le négoce expéditeur :

En Algérie, le négoce expéditeur spécialisé dans l'élaboration des vins types détenait des stocks importants (plus de 2 millions d'hectolitres en 1961). Ses charges variaient en outre suivant qu'il était acheteur de vendanges ou acheteur de vin.

Pour les charges d'approvisionnement :

Elles comportaient des acomptes échelonnés pour les acheteurs de vendanges, pour les autres, le paiement d'un acompte important 20 à 25% à la passation du contrat et le solde au retrait.

Pour les délais de règlement accordés à la clientèle :

Ceux-ci atteignaient en moyenne une durée de 45 à 60 jours.

Le négoce importateur,

— à l'approvisionnement bénéficie de délais de règlement de 30 à 60 jours,

— à la revente, il en octroyait de 30 à 90 jours.

Le négoce distributeur.

Les besoins de fonds sont différents suivant la taille des firmes :

Les moyennes entreprises.

La rotation des actifs de roulement a pour coefficient 4 à 7, les charges de trésorerie ne sont pas très importantes.

— Jusqu'à maintenant, l'échelonnement des approvisionnements la rapidité des expéditions et la régularité des ventes permettaient à la plupart de ces entreprises de n'entretenir que des stocks limités. Le plus fréquemment, 1 mois et demi de vente, 2 mois à Paris.

— Les crédits accordés à la clientèle sont plutôt courts dans l'ensemble. Les ventes à d'autres négociants à des grandes entreprises du commerce d'alimentation sont réglées par traites de 30 à 90 jours ; auprès des détaillants, le délai maximum est de 13 jours. Le financement repose essentiellement sur le crédit des fournisseurs. Celui-ci couvre 50 à 70 % des stocks et parfois les dépasse.

Les Grandes entreprises.

La rotation des actifs de roulement est plus lente, coefficient de 3,5 à 5.

- elles ont des dépenses d'exploitation très élevées,
- elles entretiennent des stocks importants.

Le financement fait toujours très largement appel au crédit des fournisseurs.

B. MODALITES DE FINANCEMENT.

Voyons plus en détail des modalités de financement.

a) Le financement extra-bancaire.

Il comporte le crédit des fournisseurs et les facilités des obligations cautionnées.

Le crédit des fournisseurs.

A l'**approvisionnement en bouteilles**, les fabricants accordent des délais de règlement de 30 à 90 jours.

La pratique généralisée de la consignation empêche que le renouvellement des stocks en bouteilles n'entraîne de véritables difficultés financières.

L'approvisionnement en vin : Deux méthodes, soit :

Les achats à la production sans l'intervention financière des courtiers :

En Algérie, deux cas : les acheteurs de vendanges qui réalisaient une partie de la production de vin servaient de banquiers aux petits exploitants musulmans qui n'avaient pas accès aux organismes de crédit. Pour verser à leurs fournisseurs des acomptes échelonnés pendant toute l'année, il peuvent obtenir des crédits de campagne dont le montant dépend du volume de raisin traité. Les crédits étaient généralement relayés après vérification, par des crédits gagés sur les vins. Les tirages des viticulteurs sur les acheteurs de vendanges ne sont pas admis au réescompte de la Banque d'Algérie.

Au contraire, les tirages des producteurs (viticulteurs coopératives, acheteurs de vendange) sur les négociants en vin y sont admis sous certaines conditions.

Les achats à la production avec l'intervention financière des courtiers :

En Algérie, dans le cas des achats aux producteurs qui sont réalisés par l'intermédiaire des courtiers, ces derniers tiraient parfois traite 30/60 jours avec 25 % d'acompte à la commande.

Achats à des négociants :

Les traites de 30 à 90 jours sont usuelles.

Trois mécanismes :

- la maison exportatrice tire sur son acheteur,
- la maison importatrice, si elle est importante, peut mobiliser des traites sur elle-même car elle obtient de meilleures conditions,
- la maison importatrice tire sur son client dès le départ d'Algérie et les banques, malgré certaines réticences, escomptent ce papier qui, toutefois, n'est pas admis au réescompte de la Banque de France.

Les obligations cautionnées.

Le trésor accorde aux entreprises assujetties au paiement des taxes spécifiques frappant les vins ; la possibilité de s'acquitter envers lui par obligations cautionnées à échéance de 4 mois. Lors de la vente, ces entreprises facturent les taxes à leur clientèle. L'adoption du système des capsules-congés retire aux clients grossistes de l'embouteilleur la possibilité de recourir aux obligations cautionnées qui est un appoint financier important : comme les taxes sont incluses dès leurs achats, il arrive qu'elles soient obligées de demander des délais de règlement plus longs.

b) Le financement bancaire.

Approvisionnement et stockage.

Les crédits de campagne, réalisés par billets croisés sont assez peu utilisés.

L'escompte des effets des fournisseurs par leur clientèle est aussi rarement pratiqué.

De même, la profession fait un appel modéré aux découverts non mobilisables.

Vieillessement.

Le négoce éleveur utilise des crédits de stockage en vue du vieillissement. Les vins sont alors affectés à la garantie des prêts.

Mobilisation des créances commerciales.

Les créances sont mobilisées au maximum par les négociants expéditeurs (presque 70 à 80 % des ventes.) (I)

Dans une faible mesure par les négociants distributeurs qui sont réglés par chèques ou espèces ; l'escompte représente moins de 10 % des ventes.

(I) l'escompte des créances commerciales porte sur environ 70 à 80 % des ventes.

En conclusion, tant pour les grosses que pour les moyennes entreprises du commerce de distribution il est fait un appel modéré au crédit bancaire.

L'essentiel du financement repose sur les facilités des obligations et sur les crédits des fournisseurs.

Pour les moyennes entreprises ces derniers atteignent 50 à 70 % des stocks et les dépassent parfois. Le rapprochement des conditions de paiement des achats et de l'importance des stocks fait ressortir des crédits de fournisseurs allant de 30 à 90 jours pour un montant de stock n'excédant pas un mois et demi de chiffre d'affaire.

Pour les grandes entreprises il en est de même le financement bancaire ne représente que 6 à 7 % des chiffres d'affaires annuels, avec la considération supplémentaire que les stocks représentent près de 3 mois de vente.

Le crédit des fournisseurs est dans l'un et l'autre cas un élément déterminant de leur financement nous aurons à en tenir compte lorsque nous examinerons les modalités d'un accord entre l'office de commercialisation prévu et les importateurs français.

II — Le problème des éléments du prix de revient au début de 1964.

L'utilisateur, pour l'acheminement des lots importés, a en gros le choix entre deux circuits principaux qui représentaient jusqu'en 1962, 70% des apports extérieurs de vins, (23% Sète, 45% Rouen).

Certaines maisons nous ont affirmé que la différence des coûts des deux circuits n'était pas déterminante et que d'autres considérations entraient dans leur choix,

— Notamment l'importateur peut disposer ou non dans un port d'un chai d'accueil. C'est le cas des importateurs Sétôis, mais c'est aussi le cas de Préfontaines qui utilise encore ce port.

— le port de Sète situé au milieu de la viticulture méridionale reste soumis aux pressions de celle-ci. Il y a danger en période de tension à faire séjourner dans cette région un lot important.

Nous examinerons uniquement le prix de revient du circuit Sétôis car nous n'avons pu obtenir aucun renseignement sur le circuit de Rouen.

A. LES FRAIS DE L'IMPORTATEUR SETOIS.

Une circulaire de la commission syndicale du syndicat du commerce en gros des vins à Sète détaille à l'intention de ses adhérents le prix de revient moyen d'un vin acheté en Algérie. Elle prend l'exemple typique du 12° Alger acheté 70 francs l'hecto à la propriété et le 13° Oran acheté 90 francs.

* Les frais d'importation comprennent en gros 6 postes :

- 1/ Les frais en Algérie.
- 2/ Les frais de quai à bord en Algérie.
- 3/ Les frais de bord Algérie à quai Sète.
- 4/ Le frêt.
- 5/ Le financement à l'achat.
- 6/ Entrée en chais.

auxquels il faut ajouter :

- les frais de séjour en magasin,
- les frais à la vente,
- les frais généraux,
- la rémunération de l'entreprise.

Les frais généraux et la rémunération de l'entreprise étant à la discrétion de chaque maison, les frais d'importation s'élèvent à 22,05 Francs pour le 12° et 25,29 Francs pour le 13°. Il s'agit là de moyennes, en fait la concurrence est extrêmement vive et prend appui sur quelques postes de coûts qui peuvent énormément varier.

— Nous citerons les manquants (le degré et le volume) ainsi que le consume qui sont des risques dont on ne tient pas toujours compte.

— D'autres éléments sont sujets à fluctuations, notamment l'assurance. En effet, le transitaire lors de l'établissement du forfait a deux possibilités : faire souscrire par son mandant :

- soit une assurance F.P.A. risque de perte totale du bateau,
- soit sur la perte en degré ou en quantité quelle que soit cette perte.

La plupart du temps, il propose la deuxième, plus onéreuse, mais en fait eux-mêmes ne s'assurant que F.P.A., font simplement le complément, s'il manque de degré ou de la quantité. Un autre point qui, à l'heure actuelle surcharge le coût, c'est l'achat des bons de répartition qui se négocie en sous-main à 5 francs et 10 francs l'hectolitre.

B. LES FRAIS DE L'UTILISATEUR.

Ils comprennent les frais de l'importateur portuaire, plus la marge brute qui couvre les frais généraux et la rémunération de ce même importateur.

D'après les déclarations des négociants, cette marge s'élèverait, en moyenne, à 2,40 F. l'hectolitre. Sur ces 2,40 F. le négociant aurait à payer le camionnage, le courtage 0,50 F. par hecto, la patente 0,15 l'hecto et le représentant 0,50 F. l'hecto.

De Sète, les vins importés partent par fer (environ 70%) sur les centres de consommation. D'après la S.N.C.F., les frais de transport en réservoirs ou containers sont de :

56,93 F. la tonne sur Paris, si l'on utilise un train complet, on obtient une ristourne de 15 à 20% ;

60,02 F. la tonne sur Reims ;

60,02 F. la tonne sur Strasbourg ;

57,06 F. la tonne sur Nancy.

Rendu à Bercy, les frais de l'utilisateur s'élèveraient donc en moyenne, pour le 12° Alger :

Achat à la propriété	70
Frais et marge de l'importateur	24,45
Transport par fer	5
	99,45

Si l'utilisateur est le dernier négociant en gros de la chaîne, ou s'il utilise les capsules congés, il doit payer les droits spécifiques. Donc le prix de revient total, pour l'utilisateur pour un vin 12° Alger rendu quai Bercy s'établit à :

99,45
+ 23,30 Droits
122,75 l'hecto.

Le 11° acheté 5,60 le degré en Algérie reviendrait à 102,30 rendu Paris, et le 13° acheté 90 F. l'hecto, 145,99.

Le trajet par Rouen semble préféré :

— Parce que la longueur du trajet maritime assure une utilisation plus rationnelle des tankers,

— Le manque de chais de transit n'est pas une objection déterminante car cette faible capacité de stockage est remplacée par un pompage direct des tankers dans les péniques.

PRIX DE REVIENT MOYEN D'UN VIN A LA PROPRIETE

12° Alger 70 F. le degré-hecto

13° Oran Mostaganem 90 F. le degré-hecto

(communiqué par la Commission syndicale du syndicat du Commerce en gros des vins à SETE).

LIBELLES	Alger	Totaux	ORAN MOST.	Totaux
1° FRAIS EN ALGERIE :				
Courtage	0,50		0,50	
Commissionnaire	1,80		1,80	
Camionnage à quai	1,75	4,05	2,75	5,05
2° FRAIS DE QUAI A BORD ALGERIE :				
Transit, formalités	0,20		0,20	
Pompage	0,50		0,50	
Taxe de sortie : 1,30 % + 2 %.	1,25		1,50	
Taxe sortie algérienne	3		3	
Péage Algérie	0,20	5,15	0,20	5,40
3° FRAIS DE BORD ALGERIE A QUAI SETE :				
Assurance maritime	0,15		0,15	
Débarquement	0,45		0,45	
Transit	0,25		0,25	
Taxe importation 2 %	0,20		0,25	
Taxe syndicale, divers, C.N.V.S.	0,25		0,25	
Péage Sète	0,07		0,07	
Manquents : Degré : 1/10° . .	0,70	2,42	0,80	2,62
Volume : 0,40 %	0,36	2,40	0,40	3,10
4° FRET :				
5° FINANCEMENT A L'ACHAT :				
Du jour de l'achat à l'entrée en chais soit 60 jours à 6 %		0,70		1
6° ENTREE EN CHAIS :				
Etablissement en cuverie	0,90		0,90	
(Moyen)	0,35	1,25	0,35	1,25
A. TOTAL DES FRAIS D'IN- PORTATION		15,97		18,42
7° FRAIS DE SEJOUR EN MA- GASIN :				
Traitement, collage	0,50		0,50	

LIBELLES	Alger	Totaux	ORAN MOST.	Totaux
Filtrage.	0,50		0,50	
Consume : Degré : 1/10° ..	0,90		1,08	
Volume : 0,30 %	0,27		0,33	
Immobilisation : 60 jours à 8 %	1,14	3,31	0,50	3,85
8° FRAIS A LA VENTE :				
Mise en gare (ou camion)	0,35		0,35	
Agios à la vente	0,37		0,72	
Assurance crédit	0,35		0,45	
Représentant	1		1	
Charges représentants	0,50	2,77	0,50	3,02
B. TOTAL FRAIS de SEJOUR A LA VENTE :		6,08		6,87
FRAIS DE L'IMPORTATEUR A + B soit		22,05		25,29
C. FRAIS GENERAUX :				
Salaires, charges, impôts, amortissements divers		X		X
D. REMUNERATION DE L'EN- TREPRISE		X		X

A ces frais (A + B), chaque entreprise ajoutera ses frais généraux (C) et sa rémunération (D) pour obtenir sa marge à ajouter au prix d'achat propriété en Algérie.

— Au total, ce trajet éliminant l'intermédiaire portuaire satisfait les exigences du circuit moderne en assurant, pour les gros envois, une meilleure rentabilité.

III — Le comportement du marché :

A. LES CONDITIONS GENERALES DU MARCHE.

Chaque année, divers éléments interviennent pour la fixation des cours.

Du côté de l'offre.

- Importance globale de la récolte et jusqu'à maintenant des deux récoltes algérienne et métropolitaine,
- de la qualité suivant les années, les vins de forts degrés feront prime sur les vins de petits degrés, parfois le contraire,
- des intentions gouvernementales en matière d'échelonnement des débloques. Le Gouvernement tente, par la régularisation et la mise hors marché, de faire respecter le prix de campagne.

Du côté de la demande.

Ce sont les prévisions d'utilisation qui importent. Or ces utilisations et notamment la consommation taxée, la variation des stocks se sont révélées remarquablement stables depuis quelques années en ce qui concerne les moyennes annuelles.

C'est donc du côté des disponibilités qu'il faut rechercher l'élément important et perturbateur.

B. Les CONDITIONS SPECIFIQUES du MARCHE des VINS ALGERIENS.

En début de campagne, les vins algériens primeurs sont recherchés ainsi que les vins du centre, pour procéder à des coupages avantageux. Ce n'est que vers janvier que la demande se retourne vers les vins du Midi.

Les cours sur les places algériennes et sur le vin algérien rendu en France ont toujours dépendu assez étroitement de la qualité de la récolte française. Lorsque la récolte métropolitaine s'annonce médiocre en qualité, les vins forts font primes et de ce fait, les vins médecins algériens sont particulièrement recherchés dans le cas inverse, leurs cours s'alourdissent.

Cependant, un élément de stabilisation intervenait. En effet les gros utilisateurs avaient pour principal souci de se procurer un approvisionnement régulier en vin d'Algérie qui avait le mérite de leur garantir continuellement une qualité stable.

Ces deux tendances jouant ensemble contribuèrent à l'apparition d'un phénomène qui irrita considérablement les viticulteurs méridionaux, celui de la dissociation des cours en deux vins de qualité semblable selon l'origine algérienne ou métropolitaine. Depuis une dizaine d'années, la primauté des vins algériens est une constante du marché. En 1953-54 les cours relevés sur la place de Sète révèlent un écart atteignant parfois 100 francs le degré-hecto entre le prix des vins de pays et les vins d'Algérie de degré comparable. Pendant la campagne 62-63, un 12° concentré (I) vaut 66 francs franco-chais du commerce, le 12° naturel du Midi vaut 73 à 74 francs, et le 12° d'Algérie atteint 85 à 90 francs départ Sète.

Si l'on fait la part des manœuvres spéculatives, il est néanmoins certain que la cause principale provient de l'inélasticité de la demande en vins algériens.

C. Le NEGOCE CONTRIBUE à AMPLIFIER les VARIATIONS des COURS

Dans les trois à quatre mois qui précèdent une nouvelle campagne, les prévisions du commerce jouent sur l'estimation de la quantité et de la qualité de la récolte à venir.

(I) vin de fort degré obtenu industriellement par évaporation de vin ordinaire.

Selon ces estimations, le commerce fait varier son stock en se portant acquéreur de vins de forts ou de faibles degrés ou en adoptant une position attentiste. Dans le cas où il prévoit une récolte abondante et de faible degré, il tend à s'approvisionner en forts degrés. Dans le cas contraire, il pratique la manœuvre inverse. Le commerce ne joue donc pas un rôle tampon mais bien au contraire amplifie les effets des phénomènes purement viticoles par ses anticipations qui d'ailleurs sont souvent erronées.

IMPORTANCE DU STOCK COMMERCIAL

en FIN de CAMPAGNE (fin août) en milliers d'hectolitres)

Année	France	Algérie	Total
1954	10.220	1.844	12.064
1955	11.264	2.206	13.490
1956	12.352	1.588	13.940
1957	12.391	1.603	13.994
1958	11.769	1.918	13.707
1959	10.244	1.080	11.324
1960	11.565	1.369	13.134
1961	12.415	2.381	14.796
1962	13.476		13.476
	14.604		14.604

Chapitre III

PLACE DES VINS ALGERIENS SUR LE MARCHE FRANCAIS

Première Partie

BILAN QUANTITATIF

Nous mettrons en évidence une série de tableaux.

I — Productions française et algérienne (en milliers d'h.).

	France	Algérie.
1953	66.924	18.287
1954	58.068	19.297
1955	60.068	14.398
1956	50.451	18.630
1957	32.500	15.285
1958	46.145	13.826
1959	58.276	18.600
1960	61.192	15.850
1961	46.714	15.058
1962	73.477	12.250
1963	56.082	(12.575) (11.000)

Moyennes :

1954	1963 France seule	54.371
1959	1963 France seule	59.148.
1954 - 1961	France + Algérie (sur 8 ans)	68.210.000 hl.

Remarque : Production algérienne en 1963, on a deux chiffres le premier est officiel le deuxième plus proche de la réalité.

II — Apports extérieurs sur le territoire français (en milliers hl.)

	Algérie	Tunisie-Maroc	Divers	Total
1953-54	13.313	685	38	14.036
1954-55	16.147	1.662	61	17.870
1955-56	13.582	1.793	45	15.421
1956-57	14.412	2.074	54	16.650
1957-58	14.199	2.359	3.332	19.900
1958-59	14.798	2.550	1.828	16.142
1959-60	13.482	2.371	55	15.908
1960-61	13.391	1.894	50	15.345
1961-62	14.299	2.360	51	16.710
1962-63	9.298	2.443	77	11.818

Moyenne des apports extérieurs.

1954 à 1963 (10 ans) 15.970.000 hl

1959 à 1963 (5 ans) 15.182.000 hl

Moyenne des apports algériens.

1953-54 à 1961-62 (9 ans) 13.842.000 hl

Coefficient de corrélation entre la production annuelle de la France métropolitaine et les apports algériens.

1953-54 à 1961-62 (sur 9 ans) : 0,023

Il aurait fallu pour que les deux phénomènes puissent apparaître comme liés, étant donné la période très courte sur laquelle ils sont étudiés, que le coefficient de corrélation soit au moins de 0,80 ou plus.

Les deux séries sont donc vraisemblablement étrangères l'une à l'autre, et cela en raison de l'inélasticité de la demande en vins algériens dans cette période. On peut l'expliquer en disant que le commerce français importait environ une moyenne de 13 millions et quelques hectolitres, quantité qui, quelles que soient les caractéristiques de la récolte métropolitaine, lui semblait indispensable pour ses coupages. Il n'est cependant pas interdit de croire qu'une relation plus positive pourrait être tirée de la comparaison des qualités des diverses récoltes métropolitaines et des importations correspondantes.

III — Importations d'Algérie lors des campagnes 1962-63 et 1963-64.

	1962-63	1963-64
Septembre	1.004.249	658.351
Octobre	966.377	387.104
Novembre	1.176.004	434.624
Décembre	1.615.389	616.506
Janvier	515.917	428.530
Février	79.295	742.978
Mars	1.324.414	924.581
Avril	595.234	
Mai	210.218	
Juin	34.820	
Juillet	871.222	
Août	966.985	

Sur 7 mois (de septembre à mars),

1963-64 4.192.674

en 1962-63 6.682.643

Pour la même période, la sortie des chais des récoltants est de :

1962-63 26.162.821

1963-64 31.560.503

Ce tableau qui retrace l'importance des importations mois par mois, fait apparaître, si on compare sur 7 mois, de septembre à mars, les deux campagnes citées, une baisse très nette des importations (4.192.674 hl en 1963-64 contre 6.532.643 hl en 1962-63).

Par contre, on relève, pour les mêmes mois, une augmentation corrélative des sorties des chais des récoltants métropolitains (31.560.503 hl contre 26.162.821).

On peut donc penser qu'il y a eu un report des achats du commerce sur la production métropolitaine.

Deuxième Partie
BILAN QUALITATIF

I — Caractéristiques de la production française.

A. LA PRODUCTION DES VINS A.O.C.

	A.O.C.	Autres vins	Rapport A.O.C. autres vins
1954	6.519.000	52.289.000	13,2 %
1955	8.028.000	52.040.000	15,4 %
1956	4.699.000	45.752.000	10,2 %
1957	3.925.000	31.275.000	12,5 %
1958	6.227.000	39.918.000	15,5 %
1959	6.587.000	51.689.000	12,7 %
1960	8.643.000	52.549.000	16,4 %
1961	6.649.000	40.065.000	15,5 %
1962	10.088.000	63.089.000	15,9 %
1963	8.922.000	47.160.000	18,9 %
Totaux	<u>70.278.000</u>	<u>476.136.000</u>	
Moyennes	7.028.700	47.136.000	14,7 %

B. LA PRODUCTION DES V.D.Q.S. (vins délimités de qualité supérieure)

Volumes labellisés

	France	Algérie	Total
1954	1.397.338	840.138	2.237.591
1955	2.129.359	1.051.190	3.180.549
1956	2.447.102	803.458	3.250.560
1957	1.876.695	1.034.024	2.909.384
1958	2.506.512	834.970	3.341.491
1959	1.029.086	741.763	1.810.371
1960	1.939.005	929.706	2.868.711
1961	2.775.458	930.571	3.706.029
1962	3.234.188		
1963	3.348.543		

Sur 10 ans, elle représente une moyenne de 2.268.328 hl.

C. LES V.C.C. (VIN DE CONSOMMATION COURANTE).

Les vins de mauvaise qualité et qui sont potentiellement destinés à être coupés avec des vins algériens sont ceux du Sud-Ouest, de la

vallée de la Loire, de l'Ouest, de la haute et moyenne vallée du Rhône, des Charentes et du Centre réalisés à partir d'hybrides producteurs directs soit au total une moyenne de 13 à 14 millions d'hectolitres.

D'autre part, certaines années de pluies ou de maladies ayant empêché le mûrissement, c'est aussi une importante partie des vins du Midi qui appellent le mariage avec les vins d'Oranie ou de l'Algérois.

— Quels sont, précisément, les vins destinés à être coupés ?

Par suite de la pénurie consécutive à la guerre de 1939-45, en raison aussi des prix élevés au détail, on a assisté à un développement important des surfaces consacrées à la vigne dans des régions qui n'ont pas de vocation naturelle pour cette culture. Cette extension a été réalisée en grande partie avec les hybrides producteurs directs qui exigent le moins de soins et sont les plus résistants aux maladies. Les vins produits dans de telles conditions sont légers, de qualité médiocre et de conservation malaisée. Un débouché intéressant était cependant assuré pour ces vins grâce à la généralisation du coupage. En effet, mélangés avec des vins de haute teneur alcoolique, en provenance principalement d'Algérie, ils permettent d'offrir à moindre coût des vins de degré moyen, ils peuvent concurrencer plus ou moins fortement selon les années les vins du Midi dont la teneur alcoolique est naturellement moyenne. Ils représentent en qualité près de 45 % du volume de ces derniers. On localise habituellement ces vins :

	Production moyenne
— Sud-Ouest (Gers, Haute Garonne, Tarn et Garonne Lot, Lot et Garonne, Landes)	3,8 m d'hl
— Vallée de la Loire et Ouest (Loir et Cher, Loiret, Vendée, Deux Sèvres, Loire Atlantique, Maine et Loire)	3,3
— Haute et moyenne vallée du Rhône (Ain, Ardèche, Isère)	1,7
— Charentes (Charente et Charente maritime)	3,3
— Centre (Allier, Aveyron, Cher, Indre, Puy de Dôme, Loire)	1,1
	13,3 m d'hl

Conscient de la faiblesse alcoolique fondamentale de ces vins, le Gouvernement a autorisé la chaptalisation dans ces départements (addition du sucre au moût avant la fermentation afin d'obtenir un vin plus alcoolisé) alors qu'elle est prohibée dans le Midi.

II — La production algérienne.

Face à cette production métropolitaine disparate, les vins algériens ne se présentent pas comme un bloc compact, il y a aussi en Algérie une très grande diversité dans les qualités des vins. Mais, en grande majorité, ils sont de forte teneur alcoolique, gras et souples, avec une acidité très limitée.

L'Algérie ne produit pas d'appellation contrôlée, mais a des V.D.Q.S. (Voir tableau p. 66)

On compte trois grandes zones de production :

1/ L'Ouest (Oran, Mostaganem)

qui donne les plus forts degrés et qui constituent par excellence ce que l'on nomme « vins médecins » ;

2/ L'Algérois,

qui donne des vins moyens de 11° à 12,5 et qui peuvent être bus purs.

3/ L'Est,

qui donne les vins les plus faibles 10,5° et sont aussi bus purs.

III — Les besoins du marché français.

Pour la couverture de ses besoins, le marché français faisait appel à la production algérienne.

A/ LA CONSOMMATION TAXE.

Sur une consommation TAXÉE de 46 à 47 millions d'hectolitres, la part des vins algériens s'élevait à 12 ou 13 millions d'hectolitres, si l'on déduit la part des vins algériens qui étaient exportés. Au total, donc environ 1/4 de la consommation. Sur ces 13 millions d'hectolitres, une partie importante était bue pure ou presque notamment les V.D.-Q.S. algériens. Signalons toutefois que bien avant l'institution du contingentement, les V.D.Q.S. algériens tendaient à disparaître en tant que tels du marché où l'on procédait à leur banalisation dans des proportions de plus en plus importantes.

Il nous a été impossible de connaître la proportion exacte des vins algériens bus purs et la quantité de ceux qui étaient mélangés.

L'on peut affirmer cependant que la proportion du mélange, vin algérien, vin du pays, croissait régulièrement en allant du Sud vers le Nord.

Elle était faible au-dessous de la Loire, tant dans les zones rurales que dans les zones urbaines mêmes industrielles comme Saint-Etienne, et n'atteignait que 15 à 20%.

Elle s'élevait rapidement au Nord de la Loire pour atteindre et dépasser 50% dans la région parisienne. Les antériorités déclarées, pour la délivrance des bons de répartition donnent pour les années 1960-61-62 le total moyen de 5,5 millions d'hectolitres d'Algérie pour

Paris. Dans le Nord (complexe Lille-Roubais-Tourcoing-Dunkerque) elle atteignait 60 et 70 % en Bretagne dans les centres industriels (Morbihan, Finistère et Vendée).

Plus précisément, le goût parisien s'est affirmé pour un vin de 11° à 11,6° à base d'Algérois souple et peu coloré. Le Nord préférerait le 12° et 12,5° de type Oran plus coloré et plus corsé. La Bretagne le 13° et 13,5° fort, coloré, peu corsé et peu rapeux.

B/ L'EXPORTATION.

Les exportations françaises de vin se sont élevées à une moyenne de 3 millions d'hectolitres environ pendant ces 10 dernières années.

Il est à peu près impossible de savoir même approximativement l'importance de l'apport algérien. Les milieux professionnels la chiffrent environ à 80% des vins de consommation courante, c'est-à-dire qu'il faut déduire des chiffres des exportations les A.O.C. et le vin destiné à des utilisations industrielles. Nous avons fait ce travail pour les principaux pays de destination (Allemagne, Grande Bretagne, Suisse, U.E.B.L., zone franc) pour les années 1961-62-63.

	1961	1962	1963
Allemagne fédérale	653.200	649.837	1.056.004
Grande-Bretagne	104.600	116.847	140.906
Suisse	92.000	884.480	51.709
E.E.B.L.	93.600	100.622	124.008
Zone Franc	575.900	304.892	199.438
Total des 5 destinations ..	2.137.800	1.968.912	2.642.398
80 % Algériens	1.710.240	1.575.129	2.113.918

C/ LES VINS NOBLES.

Les A.O.C. et les V.D.Q.S. français utilisent-ils les vins algériens pour maintenir leur qualité ?.

Il est connu que des vins d'Algérie ont le bouquet de certains grands crus français. Le Mascara rappelle le Bourgogne et le Médéa le Beaujolais, etc...

On ne peut rien affirmer de plus sinon que ces vins, originaires de terroirs où les conditions naturelles sont très difficiles (on estime que 2 années sur 3 sont carrément mauvaises) bénéficient d'une vinification très savante.

Chapitre IV**LES PERSPECTIVES****Première Partie****LES DONNEES**

Selon le tableau 9 (ci-après) qui titre des moyennes quinquennales 1959-1963.

Le marché français absorbe 68.637.000 hl, presque 69.000.000 hl ;

En face, la production nationale représente :

moyenne quinquennale : 59.148.000 hl.

moyenne décennale : 54.372.000 hl (voir tableau).

Le déficit moyen s'établit à :

pour les 5 dernières années, 9.489.000 hl.

pour les 10 dernières années, 14.265.000 hl.

Ce déficit a été comblé par des apports extérieurs (voir tableau).

moyenne décennale : 15.970.000 hl.

moyenne quinquennale : 15.182.000 hl.

A l'avenir, ce déficit peut être comblé soit :

- Par le maintien de l'apport algérien à un niveau élevé,
- Par la réduction des besoins,
- Par l'augmentation de la production nationale,
soit accroissement des rendements,
soit extension du vignoble.
- Par le recours à de nouvelles sources étrangères.

BESOINS MOYENS DES DIVERS POSTES DU MARCHE DU VIN FRANCAIS

d'après les moyennes quinquennales 1959-1963

Postes d'utilisation		Volumes	Tendances
Consommation taxée		en hl	
A.O.C.	3.768.000		Hausse
V.C.C.	42.480.000		Baisse
Totale		48.248.000	Baisse
Consommation familiale		11.788.000	Baisse
Distillation eaux de vie A.O.C.		2.618.000	Hausse
Apéritifs, mistelles		321.000	Baisse
Jus de raisins		443.000	Hausse
Mouûs concentrés		199.000	Hausse
Vinaigres		242.000	Hausse
Congélation		243.000	Hausse
Exportations		3.162.000	Hausse
Distillations diverses (prestation viniques).		3.373.000	Hausse
Utilisations totales		68.637.000	Hausse

Une première base d'appréciation nous est fournie par l'examen :

- de l'évolution récente des divers postes d'utilisation,
- des intérêts en présence,
- de l'accroissement spontané de la production,
- de l'échéance communautaire.

I — L'évolution récente des divers postes d'utilisation :

Elle est retracée dans le tableau (ci-dessus).

L'ensemble de ces utilisations est en hausse de 1 million d'hectolitres de la moyenne quinquennale 59-63 sur la moyenne décennale 54-63.

A. LA CONSOMMATION TAXEE.

La consommation totale est en baisse de près de 600.000 hl avec une baisse en V.C.C. d'environ 700.000 et une hausse des A.O.C. de 100.000 hl.

En moyenne, pour les 10 ans, elle tourne autour de 46.800.000 hl. avec des écarts très importants en moins dans les années 53-54 et 58-59, en plus en 1955-56, 1956-57, 57-58 (voir tableau suivant).

La consommation des vins courants stagne aux environs de 42.000.000 hl malgré l'augmentation de la population et des niveaux de vie. Il s'agit d'un phénomène qui inquiète fortement les négociants.

La consommation des A.O.C. et V.D.Q.S.

Alors que la consommation des vins courants aurait tendance à décliner, celle des A.O.C. et V.D.Q.S. tendrait à augmenter.

Les A.O.C. gagne 100.000 hl entre la moyenne quinquennale 59-63 et décennale 54-63 et près de 600.000 hl de la campagne 62-63 sur 1961-62 qui était elle-même en forte augmentation. Si l'on considère le pourcentage des A.O.C. sur les autres vins consommés, on voit qu'en 1962-63 pour la première fois, la consommation d'A.O.C. représente 10% de la consommation des autres vins alors qu'elle ne représentait en 1953-64 que 7%.

Pour les V.D.Q.S., nous ne possédons pas les chiffres sur l'évolution comparée de leur consommation. Néanmoins, on peut présumer sur la base des observations faites pour les A.O.C. qu'ils connaissent eux aussi un surcroît de faveur.

B. L'EXPORTATION.

Dans l'ensemble, les exportations de vins sont en hausse d'environ 700.000 hl de la moyenne quinquennale sur la moyenne décennale. Dans le tableau des exportations de vins courants sur les principaux pays de destination on note une faible diminution de 1962 sur 1961 de l'ordre de 150.000 hl et une forte augmentation de 1963 sur 1962 de l'ordre de 650.000 hl.

EVOLUTION DE LA CONSOMMATION TAXEE DES VNS A.O.C. ET AUTRES VINS

Campagnes	Consommation taxée			A.O.C. Autres vins
	Total	A.O.C.	Autres vins	
1953-54	45.140	3.096	42.044	7,3 %
1954-55	45.693	3.465	43.228	8 %
1955-56	47.784	3.809	43.975	8,6 %
1956-57	49.817	3.764	46.053	8,1 %
1957-58	48.309	3.203	45.106	7,1 %
1958-59	44.857	3.013	41.844	7,2 %
1959-60	46.418	3.527	42.891	8,2 %
1960-61	45.983	3.756	42.227	8,8 %
1961-62	46.730	3.975	42.755	9,2 %
1962-63	47.256	4.564	42.692	10,6 %
Totaux	468.987	36.172	432.815	
Moyenne 53-63	46.898	3.617	43.281	8,4 %

* Nature de ces exportations.

Ce courant d'exportation est d'abord, notons-le, le fait de maisons spécialisées — aucune grande marque parisienne ne semble y concourir.

Il est ensuite un courant artificiel ; en ce que les prix consentis à l'extérieur n'ont aucun rapport avec les prix intérieurs grâce au système d'aide mis à la charge des producteurs nationaux. Ce dumping a fortement contribué à l'écrasement des prix internationaux. Il comporte la ristourne au profit des exportateurs sous forme de droits de transfert cessibles, de la totalité du sacrifice consenti sur les prix extérieurs. Chaque hectolitre exporté fait naître un droit de compensation, droit dont tout négociant ou producteur intéressé à l'écoulement de vins du volant compensateur doit se porter acquéreur. Souvent ces droits ne trouvent pas de contrepartie et le Trésor en désespoir de cause est obligé de les prendre à sa charge.

La réforme de septembre 1964 tend à supprimer la notion de volant compensateur et par conséquent à réfondre totalement le système d'aide bien que la perspective de perdre des marchés étrangers n'alarme pas outre mesure les français, il y a cependant des transitions à ménager. La diminution des apports algériens coïncide avec une forte baisse en volume de ces exportations (-24 % pour le 1^{er} trimestre 1964 par rapport au 1^{er} trimestre 1963).

De toute manière, trois solutions sont envisagées :

* Premièrement,

Admettre en France plus d'algériens que prévu en les faisant entrer « en volant compensateur » qui ainsi survivrait. De la différence entre le prix d'achat et la revente aux négociants pourrait être dégagées les sommes nécessaires au financement des exportations.

*Deuxièmement,

Mettre le financement à la charge du F.O.R.M.A. comme cela se passe pour les autres productions.

*Troisièmement,

Inviter les viticulteurs à acquitter « toutes taxes nécessaires à l'équilibre du marché ». C'est en somme remettre sur les épaules de ces viticulteurs la charge du financement sous d'autres formes.

II — Les intérêts en Présence.

A/ POSITION DU PROBLEME.

Les crises viticoles tiennent à une surproduction conjuguée, France Algérie. Examinons la situation des stocks.

C/ LES AUTRES POSTES D'UTILISATION

Intéressent peu l'Algérie sauf en ce qui concernent les mistelles et apéritifs.

Ce poste est en baisse de 30.000 hl de la moyenne quinquennale 1959-63 sur 1954-1963 moyenne décennale restant à la propriété à la fin de chaque campagne.

Si l'on considère que 14 millions d'hectolitres constituent le plafond absolu de ce que les viticulteurs estiment normal de détenir dans leurs caves en fin de campagne, on relève 6 années de dépassements pour la période décennale 1953-1954 1962-1963. Ce sont les fins de campagnes de 54-55, 55-56, 56-57, 59-60, 60-61 et 62-63, c'est-à-dire au mois d'août.

On remarque que pour chacune de ces années, les disponibilités totales en début de campagne compte tenu des importations avoisinent et même dépassaient 100.000.000 hl.

	53/54	54/55	55/56	56/57	57/58	58/59	59/60	60/61	61/62	62/63
Disponibilités totales (début camp).	92.491	100.006	102.295	96.861	79.044	81.054	94.490	92.916	102.485	111.715
Stocks propriété Août	12.950	15.356	17.338	14.138	6.877	9.929	14.257	16.926		26.931

Les quatre départements gros producteurs du Midi sont ceux qui, à chaque fois, gardent les stocks les plus élevés. La crise la plus récente, celle de mai-juin 1963 est caractérisée par des disponibilités de début de 111.711.000 hl et un stock à la propriété laissé pour compte de 26.931.000 hl. Il faut alors des prodiges d'ingéniosité chez ces viticulteurs pour pouvoir loger leurs vins. L'amertume est d'autant plus grande que les vins dédaignés ne sont pas tous de mauvais vins.

B/ LES OPPOSANTS.

Face à cette crise, les syndicats locaux proposent la suppression pure et simple des importations algériennes. Ils font pression sur le Gouvernement pour obtenir le blocage sous-douane des quantités déjà introduites, organisent des raids contre les cuves contenant du vin importé.

Leurs troupes.

Elles comprennent les viticulteurs méridionaux, les courtiers de campagne, les expéditeurs de vins du Midi, le personnel qu'ils utilisent. Ils sont appuyés généralement par ceux qui sont partisans de créer de nouvelles plantations de vignes en France, le plus souvent avec des capitaux rapatriés d'Afrique du Nord.

Leurs arguments.

*L'Algérie n'étant plus la France, il est anormal que du vin français soit mis hors marché parce qu'une quantité de vin algérien importante est admise.

*Il est anormal que les viticulteurs seuls fassent les frais de la coopération ; il est d'ailleurs impossible de contrôler s'il s'agit bien de vins algériens.

* Il est anormal que la profession finance l'exportation d'un vin étranger sur les marchés européens par le système des droits compensateurs (I).

Une position plus nuancée est soutenue par quelques uns :

- Il est souhaitable que le vin algérien soit considéré comme un vin d'appoint en tout état de cause ou ne peut admettre un contingent trop fort ;
- Il serait souhaitable aussi que le vin importé ne gêne pas la commercialisation des vins nationaux. Pour cela il devrait être admis en principe qu'aucune importation ne doit avoir lieu avant un écoulement presque total de la production nationale (2).

C/ LES PARTISANS.

Face à ces revendications exprimées le plus souvent sous une forme abrupte, se trouvent ceux qui souhaitent le maintien d'une importation algérienne continue et importante.

Leurs troupes.

Les viticulteurs du centre et de l'ouest qui détiennent par millions d'hectolitres des vins de « petits degrés » imbuables tels quels et qui, grâce aux coupages accèdent au marché.

Le négoce importateur, les utilisateurs, et les éleveurs de vins nobles qui « couvrent » leur production grâce aux vins médecins.

L'armement spécialisé, les acconiers, les transitaires, les assureurs maritimes, les camionneurs portuaires, les péniches citernes à vin et le personnel : dockers, ouvriers et employés.

(I) L'exportation d'un vin algérien du quantum hors de France bénéficie au même titre que le vin national du régime des transferts de compensation.

(2) Une base d'accord entre les intérêts des uns et des autres pourrait être ainsi trouvée soit sur les dates enserrant la commercialisation soit sur l'importance du contingent admissible. Les désirs des deux vont vers un contingent fixe qui n'est pas à priori très différent.

A côté de ces professionnels du vin, des intérêts puissants de secteurs absolument différents appuient l'importation. Les industriels français qui exportent en Algérie trouvent naturel qu'elle équilibre sa balance commerciale en vendant du vin à la France et ceux qui ont part au pétrole saharien qui tiennent à ne pas trop la méconter.

Leurs arguments.

Les chiffres parlent d'eux-mêmes, la France, dans l'état actuel est déficitaire d'au moins 8 à 9 millions d'hectolitres. En outre, qualitativement, elle a besoin de relever le niveau d'une partie importante de sa production pour la rendre acceptable et rien ne peut masquer ce fait.

III — L'échéance communautaire.

Autre donnée de la politique viticole, la perspective communautaire c'est-à-dire la symbiose des marchés italien et français et peut-être même espagnol.

Le Marché Commun a pour but final de constituer un marché unique tant en ce qui concerne les produits industriels qu'agricoles. D'ici à 1970, ce marché unique sera réalisé et déjà un tarif extérieur commun est en voie de constitution.

Pour les produits agricoles, il a été précisé que des contingents seraient obligatoirement ouverts et élargis chaque année jusqu'à la constitution complète d'un seul marché sauf pour les produits qui font l'objet dans les pays membres, d'une organisation de marché et cela tant qu'une organisation de marché communautaire n'aura pas été créée. C'est le cas du vin.

A l'intérieur, c'est donc le cloisonnement qui continue à l'exception d'un petit contingent bilatéral avec l'Italie qui n'est même pas honoré.

A l'extérieur, le T.E.C. (Tarif Extérieur Commun) est applicable et la France, de ce point de vue, se trouve soumise à la pression de ses partenaires et notamment de l'Italie pour les franchises qu'elle accorde aux vins d'Algérie, du Maroc et de Tunisie. Jusqu'à quand cette situation pourra-t-elle se maintenir ? Tout dépend de la vitesse à laquelle pourra être réalisée l'intégration vinicole et de l'attitude qu'adopteront les pays du Maghreb face aux propositions d'association. Le pas d'une conception unique, standardisée. La procédure est très empirique et consiste à s'ouvrir mutuellement des contingents limités par produit dans le cadre d'un accord général C.E.E. — pays associé.

Apparemment, du point de vue algérien, le seul danger semble venir de l'Espagne.

Les professionnels sont d'accord pour reconnaître que les vins Italiens ne sont pas de très bons vins de coupage. Ils ne possèdent pas la force et la neutralité des vins algériens.

L'Espagne au contraire, dans le cadre d'une association pourrait se révéler un concurrent extrêmement redoutable. Toutes les caractéristiques algériennes sont aisément retrouvées dans de nombreux terroirs espagnols. Il faut considérer en outre, que sur le plan des prix, la faiblesse des salaires espagnols est un atout considérable.

IV — L'accroissement spontané de la production.

Une donnée très importante, qui passe facilement inaperçue c'est l'accroissement constant de la production française alors que les superficies ont tendance à décroître (voir tableau).

On pense qu'à l'heure actuelle, compte tenu des autorisations d'irrigation qui pourront être attribuées dans des cas bien définis, que le potentiel du vignoble français à l'heure actuelle est d'environ 60 millions d'hectolitres au minimum.

POTENTIEL ET RENDEMENT DU VIGNOLE FRANÇAIS DE 1950 à 1963

Années	Superficies	Production	Rendement à l'ha
1950	1.395.398	61.334.497	43,9 { — 40,4
1951	1.366.750	60.509.027	36,9 {
1952	1.359.625	52.413.143	37,4 {
1953	1.390.318	56.924.545	41,1 { — 40,2
1954	1.391.526	58.807.812	42,3 {
1955	1.374.846	60.068.579	43,7 {
1956	1.336.160	50.451.628	37,7 { — 35,8
1957	1.244.445	32.500.472	26,1 {
1958	1.273.450	46.145.745	37 {
1959	1.282.750	58.276.135	54,4 { — 43,1
1960	1.294.880	61.192.691	47,1 {
1961	1.270.645	46.714.754	37 {
1962	1.290.507	73.477.962	57,7 { — 45,2
1963	1.270.546	56.082.762	44,1 {

Deuxième Partie

LES SOLUTIONS

L'équilibre du marché vinicole français exige deux genres d'adaptation :

- une adaptation au déficit qualitatif,
- une adaptation en déficit quantitatif.

I — Adaptation au déficit qualitatif.

Dans ce domaine, il s'est réalisé une adaptation quasi-spontanée tant au stade de la demande (les utilisateurs), qu'au stade final de la consommation face à un flux d'importation en constante diminution et aux perspectives d'avenir assez aléatoires.

A. REORIENTATION DE LA DEMANDE

Le commerce doit faire face à une perte de 6 à 7 millions d'hectolitres de vins médecins :

13 m — 6 à 7 m (qui resterait) = 6 ou 7 millions.

Cette obligation de réorientation est apparue dès la campagne 1962-63 où l'on comptait déjà un peu plus de 3 millions d'hectolitres de réduction. Forcé de s'adapter et à retourner vers de nouvelles sources d'approvisionnement, notamment les vins du Midi, qu'a-t-il trouvé ?

Pour le commerce le Midi ne produit pas et ne produira jamais des vins médecins type algériens c'est-à-dire forts, gras et souples ayant peu d'acidité, offrant une qualité invariable sur des quantités importantes. Mais, suite à l'effort intense de ces dernières années, entrepris dans la recherche de la qualité par l'élimination des mauvais coupages et l'amélioration des vinifications, le commerce a pu trouver de très honorables vins de pays, par une recherche systématique des bonnes caves.

La conception du coupage, l'élaboration du produit final de ce fait changeait du tout au tout. Il ne s'agissait plus de couvrir une quantité déterminée de vin « de petits degrés » quelconques par incorporation de vins lourds d'une manière uniforme mais de procéder à des coupages harmonieux, à mélanger de multiples vins organiquement très différents pour obtenir un produit final s'approchant du type désiré. Les besoins se sont par conséquent extrêmement diversifiés, poussant à une sélection très stricte des achats du commerce, l'incitant à rechercher des vins fins de terroirs précis, des qualités spéciales. Cette nouvelle orientation des achats du commerce imposée par les événements se retrouvera nécessairement dans ses achats en Algérie. L'ancienne attitude des utilisateurs les portant à acquérir de grosses quantités de vins très typés, comme l'Algérois ou l'Oranais n'est plus possible. Elle n'est plus possible parce que, précisément, le contingentement les empêche d'en acquérir des quantités suffisantes pour maintenir les anciennes méthodes de coupage.

B. REORIENTATION DE LA CONSOMMATION.

Les importations de vin algérien ayant baissé considérablement, il n'a plus été possible de maintenir les anciennes proportions de mélanges. Les professionnels ont prudemment, mais d'une manière systématique, réduit le pourcentage habituel d'algérien dans leur produit, et ceci pour toutes les régions. Dans les régions où l'on consommait un vin à pourcentage important d'Algérien, on a procédé avec plus de prudence qu'ailleurs. En règle générale, les utilisateurs n'ont guère souffert dans leurs chiffres d'affaires, car malgré cette proportion plus faible, l'on n'a pas constaté de désaffectation des consommateurs pour le vin. On estime qu'à Paris, le pourcentage est descendu de plus de 33 à 50% en 1963 et 1964.

En outre, la tendance que nous avons constatée au déclassement des V.D.Q.S. algériens s'accroît, il devient pratiquement impossible d'en trouver chez les détaillants parisiens.

III — Adaptation au déficit quantitatif et politique gouvernementale.

Nous savons que le commerce devant la baisse de ses approvisionnements en vins algériens amorcé une reconversion prudente mais sensible de ses achats sur la production nationale (voir tableau) et modifié ainsi les goûts de sa clientèle.

Le fait que ce changement révolutionnaire ait pu avoir lieu sans que la consommation totale en souffrit, rend moins aiguë le problème de l'adaptation qui semblait se poser aux pouvoirs publics.

Dans les 5 années à venir, un contingent dégressif algérien va être admis 8.760.000 hl. en 1963-64, moins 500.000 hl. pendant 2 ans, et réduit encore de 200.000 pendant 3 ans pour atteindre environ 7 millions d'hectolitres la cinquième année.

Ce contingent équilibre à peu près avec les autres apports maghrébins les besoins français estimés à 71 ou 72 millions d'hectolitres.

Ainsi, en 1964-65, le bilan prévisionnel s'établit :

Production nationale estimée à	62 m d'hl
Tunisie et Maroc	2,5
Algérie	<u>8,2</u>
Total	72,7 m d'hl

Pour l'avenir, on fait démarrer une grande politique de reconversion. Celle-ci pour but essentiel de parer à la réduction des apports algériens tant sur le plan quantitatif que sur le plan qualitatif. Il s'agit avant tout de faire produire par le vignoble national ces vins méditerranéens réclamés par le commerce et aussi d'accroître d'un certain montant la production globale.

Dans cette optique l'ancien statut viticole de 1931 est profondément remanié dans ce qu'il avait de malthusien. Désormais, d'après le décret du 26 mai 1964, les droits de replantation qui étaient figés entre les mains de celui qui les faisait naître par arrachage, deviennent cessibles. Sont permis non seulement les transferts à l'intérieur d'un même terroir et d'une même région, mais aussi étendus au cadre national tout entier. Les seules conditions exigées étant que ces transferts soient effectués d'un mauvais terroir vers le bon, d'un mauvais cépage vers un cépage recommandé. Le gouvernement se réserve en outre la faculté d'octroyer des droits de plantation nouveaux.

Cette politique peut prendre une plus ou moins grande ampleur suivant que l'on estime comme permanent un certain apport de vins algériens ou que l'on parie sur une rupture complète des relations.

A. HYPOTHESE OPTIMISTE.

L'accord avec l'Algérie est renouvelé et l'on pense que compte tenu du potentiel de production actuel (60 millions d'hl) de l'apport tuniso-marocain, une extension du vignoble de 50.000 hectares sera suffisante pour couvrir un déficit de 3 millions d'hectolitres (on compte 60 hl par ha).

En effet.

— potentiel production :	60
Algérie	7
Maroc Tunisie	2,5
Total	69,5

pour des besoins de 72 à 73 millions d'hectolitres.

Le gouvernement s'apprête d'ores et déjà à autoriser ces plantations nouvelles.

De plus, on compte obtenir une augmentation des rendements par :

— les transferts de plantation des régions périphériques, Vendée et Centre vers le Midi et la Corse,

— les autorisations d'irrigation que l'on s'apprête à accorder dans le Midi en espérant que la qualité ne s'en ressentira pas trop.

Pour l'amélioration de la qualité, il est fondé d'énormes espoirs sur l'amélioration des vinifications : l'arrivée des experts pieds noirs peut être de ce point de vue très bénéfique. En désespoir de cause, le Gouvernement n'hésiterait pas à autoriser la chaptalisation dans les régions où elle est interdite.

B. HYPOTHESE PESSIMISTE.

L'accord avec l'Algérie n'est pas renouvelé et devant la cessation totale des apports algériens, il faut prévoir un accroissement beaucoup plus considérable du vignoble.

Bien que non immédiat, ce risque est soigneusement évalué dès maintenant car les décisions en matière viticole sont longues à produire leurs effets. Dès maintenant le Gouvernement français se donne les moyens d'accorder 80.000 hectares d'autorisations nouvelles en faisant procéder à des études d'implantation. Ces 80.000 ha à 60 hl-ha correspondant à 5 millions d'hectolitres supplémentaires, ce qui sera peut être suffisant si les autres éléments d'accroissement jouent.

Au total, dans cette deuxième hypothèse, on chiffre à un minimum de 130.000 hectares ou de 150.000 hectares l'extension qui s'avèrera nécessaire pour couper la source algérienne.

On peut croire que cela paraît difficilement réalisable. Les premières études d'implantation sur l'importance des terres à vignes en friche ont fait apparaître qu'il en restait peu.

Les experts viticoles s'accordent à situer un seuil de rentabilité aux environs de 50.000 à 60.000 hectares. Car malgré les affirmations des viticulteurs méridionaux, les bonnes aires de production sont très encombrées, notamment dans les départements gros producteurs (Hérault, Gard, Aude, Pyrénées Orientale Var). Sauf peut-être en Corse, il faudrait se rabattre sur des terres de deuxième et troisième catégories. Ces terrains risqueraient de ne plus fournir une production correspondant aux normes du plan de reconversion, c'est-à-dire ayant un rendement d'au moins 60 hl-ha, avec un vin d'au moins 10,5°. Un débat au grand jour ne pourra être tenu que lorsque un recensement des terres viticoles libres aura été effectué.

En définitive, il semble économiquement plus sain de maintenir par des accords à long terme ces 6 ou 7 millions d'hectolitres d'importations algériennes. Surtout si l'on considère que la plantation d'un hectare en vigne revient à plus de 2 millions d'anciens francs :

1.200.000 pour la plantation,
200.000 de droit,
+ Achat (I).

Au total, il est hors de doute qu'une politique d'ensemble très cohérente vise à amener le marché du vin français à l'auto-suffisance qualitative et quantitative. Experts et professionnels estiment néanmoins que l'avenir de cette politique est très incertain et qu'il faudra sans doute ménager un appoint extérieur régulier qu'il soit d'origine européenne ou algérienne.

Chapitre V

MARGE DE MANŒUVRE DE L'ALGERIE

Si l'on considère que le marché français est pratiquement le seul capable d'absorber une partie importante de la production algérienne, qu'il est le seul à bénéficier d'un soutien des cours, que le marché mondial s'avère gravement excédentaire, la marge de manœuvre de l'Algérie devient extrêmement réduite. Dans une étude sur la viticulture de la Direction du Plan d'Algérie, il est fait état d'une hypothèse très aléatoire en ce qui concerne l'évolution de ce débouché. Il est considéré comme extrêmement probable que la France continuera à admettre 6 à 7 millions d'hectolitres dans les 15 ans à venir.

Au niveau des Gouvernements cette hypothèse est réaliste. Pour des raisons de politique générale et aussi parce que la France reste encore et pour longtemps déficitaire de 7 à 8 millions d'hectolitres, aucun gouvernement ne prendra la responsabilité de rompre totalement ces approvisionnements.

(I) On trouve actuellement de mauvaises terres à acheter à 4 millions d'anciens francs l'hectare dans l'hérault.

Il en est autrement au niveau du commerce. Le problème est en effet de savoir si ces contingents continueront à être honorés dans leur intégralité. A cet égard, il faut noter le développement d'un mouvement de réticence à l'égard des vins algériens.

En ce qui concerne les récoltes 1962 et 1963 pour la part des vins qui ont emprunté le circuit normal des expéditeurs les relations commerciales sont restées les mêmes.

Pour les vins socialistes n'ayant pas passé par ce circuit les importateurs ont été très réticents. Encore ne s'agissait-il que d'une faible partie de la récolte. Les contrats ont été conclus d'une manière exagérément lente, les maisons ont refusé de verser des acomptes par crainte de les voir geler, certains accords sont restés inappliqués.

Pour faire face à cette méfiance un double effort algérien s'avère impérativement nécessaire sur le plan de la commercialisation et sur le plan de la qualité.

I — L'effort de commercialisation.

La proclamation de l'indépendance, l'option socialiste du Gouvernement algérien entraînant la nationalisation du vignoble européen, la mise sur pied de comités de gestion, et l'espoir d'une prise en main du commerce ont bouleversé la structure des rapports algéro-français en ce qui concerne le trafic du vin.

Nous avons vu que la quasi totalité des achats des utilisateurs français se faisaient auprès des négociants installés sur place. Un réseau très dense d'informations et de contacts joignaient les deux bords de la Méditerranée.

En Algérie, il en était de même, une organisation très rodée joignaient producteurs et négociants.

Le nouvel état de choses a démolì en partie les anciens courants commerciaux, un effort d'imagination et de systématisation est nécessaire pour construire un circuit nouveau.

LA RUPTURE DES RELATIONS ANTERIEURES.

I — Sur le plan de l'information :

L'importateur français était tenu constamment au courant des tendances du marché grâce à l'utilisation des moyens les plus modernes (télétype)).

Les représentants installés en France agissant pour le compte de l'exportateur algérien le contactaient par téléphone, tenaient à sa disposition des échantillons, lui rendaient visite.

* L'expéditeur algérien par ses représentants connaissait les besoins de sa clientèle et s'efforçait de les satisfaire au mieux ; par les courtiers de la place ils orientaient leurs achats en fonction de ces besoins.

I — Sur le plan des relations commerciales :

Par la force des habitudes des relations suivies s'étaient établies entre certains négociants et importateurs. Un capital de confiance s'était constitué qui assouplissait et accélérât énormément les mécanismes assez complexes du trafic du vin.

Aujourd'hui ce capital a disparu dans la mesure même où les anciens interlocuteurs ont changé. A la place de l'expéditeur bien connu, aux qualités professionnelles appréciées l'importateur français risque de trouver à bref délai un organisme administratif unique, en lequel il n'a que modérément confiance et sur lequel il n'a ni prise ni garantie.

Le problème reste donc d'une part d'assouplir la phase de transition en maintenant certaines structures anciennes, qui ont fait leurs preuves et d'autre part, dans le cas où le projet socialiste se ferait pressant d'imaginer un cadre vivant entièrement original permettant de constituer un circuit efficace.

Sous cet angle quel est l'état actuel du circuit ?

* Les exportateurs sont restés pour la plupart en Algérie après l'indépendance (à Alger de 24 sont passés à 19). Leurs conditions de travail sont évidemment très précaires à cause de cette menace constante de nationalisation. Une garantie d'existence leur a été cependant offerte jusqu'en décembre 1955. Une tentative de création d'une société mixte où les négociants auraient apporté leur organisation leurs représentants, contre une représentation paritaire a échoué. Il résulte de ces hésitations que la socialisation ne peut pas prendre en charge le circuit commercial tant qu'elle ne disposera pas des cadres valables à moins de trouver des formules conciliant l'efficacité des professionnels et la récupération au profit de la nation des marges traditionnelles.

Les courtiers algériens quant à eux sont tous partis. Ils ont assuré en dernier lieu l'écoulement de la récolte 1963-64. Nous savons que leur utilité consistait en ce qu'ils mettaient en rapport les producteurs et les négociants. Plus spécialement ils jouaient un rôle d'informateur facilitant la rencontre des espérances des uns et des exigences des autres par la collecte des échantillons et très souvent un rôle financier.

Cette activité exigeait à la fois une compétence commerciale pour la recherche de la clientèle et une compétence technique pour l'analyse des échantillons en laboratoire et la connaissance des diverses caves de leur territoire.

Actuellement les négociants sont fort embarrassés par le départ de ce partenaire habituel car l'ONRA leur envoie bien des échantillons mais d'une manière très irrégulière et ne leur consent pas les crédits qu'ils obtenaient parfois par l'intermédiaire des courtiers. Enfin ils doivent se livrer à une analyse de laboratoire plus serrée pour remplacer celle effectuée naguère par les courtiers.

B. RECONSTITUTION DU CIRCUIT.

Comprend deux volants : un effort de propagande, un effort de concrétisation du marché.

1/ Effort de propagande.

Aucun produit ne peut vivre éternellement sur sa réputation, à plus forte raison lorsqu'il est en butte à une longue et forte campagne de dénigrement.

Quels sont les éléments de cette **compagne** ?

— Les vins typhoïdiques.

Une vaste campagne de presse s'est développée en 1963 sur le thème vin d'Algérie = typhoïde en bouteille. L'outrance en ce domaine, si elle n'influence guère les utilisateurs, risque à la longue d'agir sur le consommateur ; c'est d'ailleurs la grande crainte des embouteilleurs.

— La baisse de qualité des vins algériens.

Certains lots reçus dans le courant de ces deux dernières campagnes accusaient une très forte baisse de qualité. En outre, ils ne correspondaient pas aux échantillons soumis à l'agréeage.

Il faut que les responsables algériens réagissent, car la confiance ne se gagne que par l'information objective. Il serait nécessaire d'inviter des journalistes professionnels ou des négociants, d'organiser de véritables caravanes de visites et de dégustation à travers les caves du pays. Tout au long de l'année, il conviendrait de maintenir le contact en envoyant des dépêches et des informations, qui seraient insérées gratuitement pour la plupart, sur le déroulement de la campagne, ses incidents, sa qualité, sur les méthodes de vinification, etc... Enfin, en envoyant sur place, en France, des individus très qualifiés, connaissant à la perfection les caractéristiques de la récolte et des divers terroirs, disposant d'une documentation détaillée. Ces correspondants, qui devraient se cantonner dans ce rôle informateur et publicitaire, rassureraient, par leur présence, et pourraient être touchés à tout moment par téléphone. Il faudrait qu'ils écartent tout esprit fonctionnaire qui rebuterait vite leurs interlocuteurs et qu'ils se limitent à être des relais, des sortes de boîtes à lettres.

2/ Concrétisation du marché.

Il faut distinguer trois stades :

- la conclusion du contrat.
- les modalités de réalisation.
- les conditions de paiement.

La conclusion du contrat.

L'O.N.R.A. à travers les comités de gestion, va devenir seul propriétaire de toute la récolte, ou du moins dans sa majeure partie. A ce titre, il sera seul apte à conclure des marchés. Il jugera du prix, de la quantité, de la qualité, des modalités du contrat et s'entendra avec l'interlocuteur français.

Quel sera cet interlocuteur ?

Les grandes marques telles que Préfontaines, capables d'absorber d'importantes quantités, délègueront à coup sûr une personnalité de leur état-major commercial. Pour les petites et moyennes entreprises, deux solutions s'offrent à elles, soit mandater un commerçant qui fera les démarches auprès des administrations, soit constituer en France des groupements d'achats privés qui enverront, comme les grandes entreprises, leur délégué en Algérie.

Il serait souhaitable de mettre sur pied un contrat type d'achat de vin entre l'O.N.R.A. et l'ensemble des négociants. Ce contrat pourrait être un système de référence et serait établi par une commission mixte de professionnels et de fonctionnaires algériens.

Les modalités de réalisation.

La livraison proprement dite soulèvera à nouveau des problèmes du fait qu'il n'est pas suffisant de connaître l'origine et le degré des vins.

L'O.N.R.A. organisme administratif ayant en poche un contrat de 500.000 hl à expédier sur une grande maison parisienne pourrait ramasser dans diverses caves d'Oranie, par exemple, diverses cuvées de vin, constituer un convoi de degré homogène et l'expédier sur la France.

Mais, nous avons vu que les exigences du commerce avaient changé, qu'il s'était mis à la recherche de qualités typiques spéciales. Nous savons en outre, que les utilisateurs ne font guère confiance à l'O.N.R.A. organisme irresponsable, incapable, selon eux, d'aligner suffisamment de gens du métier.

La solution avancée par les milieux professionnels, consisterait à ce que la maison de commerce importatrice désigne un prestataire de service, un commissionnaire qui serait un homme de métier, chargé de la réalisation matérielle du contrat. Ce commissionnaire qui pourra être un ancien chef de négoce algérien ou un particulier librement désigné par l'importateur, aura pour tâche de collecter dans les différentes caves, de convoier jusqu'aux quais et d'agréer au nom de l'utilisateur sera responsable vis-à-vis de lui (1). Il faut souligner que les importateurs sont irrévocablement attachés à ce que l'agréage ait lieu « quai départ ».

(1) Les exportateurs ne sont pas favorables à cette transformation.

Les conditions de paiement.

Peuvent différer suivant que l'on a affaire à un négociant classique ou à un distributeur.

* Le commerce traditionnel qui revend à des grossistes ou des grossistes distributeurs considère comme vital l'obtention de crédits dans ses approvisionnements en Algérie (Crédit de 30 à 90 jours), cependant bien qu'il ne puisse avoir recours aux facilités des obligations cautionnées (ne payant pas les taxes) sa position dans le circuit lui permet d'obtenir largement du crédit bancaire par l'escompte des effets tirés sur ses clients ; en conséquence ses exigences sont en partie mal fondées et rien ne le prouve mieux le fait que, vis-à-vis de ces approvisionnements en France, c'est lui qui, au contraire, verse des acomptes importants aux producteurs.

Il n'en est pas de même pour les distributeurs qu'ils soient moyens ou gros et à plus forte raison s'ils sont gros leur financement repose à 70% au moins sur le crédit des fournisseurs. Ils ont bien recours aux obligations cautionnées mais d'un autre côté la nature de leur clientèle de détaillants les empêche le plus souvent d'escompter leur portefeuille de créances commerciales. Enfin les stocks de ces grandes entreprises représentent 3 mois de vente. Le crédit à l'approvisionnement en vin est donc fondamental pour elles.

II — Effort sur la qualité.

Nous avons eu l'occasion de signaler que les importateurs français s'étaient plaints d'une chute de la qualité au cours des dernières campagnes. Cette constatation est quasi générale en août 1964 chez les syndicats comme chez les professionnels. Ils accusent les vins de ces dernières récoltes d'être mal vinifiés, d'être âpres et acides.

Ils imputent cette baisse,

- au départ des vinificateurs européens.

Les responsables de la fabrication des vins dans les anciens domaines étaient tous européens.

Il n'y a pas qu'une méthode, mais des centaines de façons de vinifier suivant la longueur des cuvaisons, etc...

- A la tendance des nouveaux responsables de faire des grandes cuvées, à détruire la diversité des qualités organiques, à livrer à volonté du 11° ou du 12°

En définitive, la production algérienne aurait perdu son rôle antérieur de tare, et son unique chance d'avenir sur le marché français serait dans une reconversion vers la diversité.

A. PERTE DE SON ROLE ANTERIEUR.

Jusqu'alors, le vin algérien entraînait comme vin de base dans l'ensemble des coupages. Il permettait, par sa masse (1/4 de la consommation française) et sa force, de couvrir littéralement la médiocre

qualité de la production du Centre et de l'Ouest, par des mélanges de 50 à 60 % et de la faire accéder au marché.

Obligé de reconvertir ses achats sur le Midi, le négoce comme nous l'avons signalé, a décourvert un ensemble de vins de pays de qualité moyenne, mais de degré assez faible. Par suite, ses achats en Algérie, parce qu'ils ne peuvent plus être aussi importants, ont tendu et tendront de plus en plus à acquérir des vins de pays de degrés élevés, qui se marient harmonieusement avec l'apport méridional devenu prépondérant. Donc, par simple réaction, il n'est plus preneur de tout ou partie de la récolte algérienne, les vins d'Oran ou de Mostaganem ne l'intéressent plus en tant que tels, il ne recherche plus « la grosse cavalerie » mais les vins fins, les bonnes caves.

Les responsables algériens doivent donc, dans leur politique vinicole tenir compte de ce fait essentiel et orienter la production de leur pays dans le sens de la diversité et de la qualité.

B. RECONVERSION VERS LA DIVERSITE ET LA QUALITE.

Cette reconversion exige :

- que l'on sauve les qualités spécifiques de tel ou tel terroir qui tiennent aussi bien à sa production qu'à ses méthodes propres de vinification, par des encouragements qui peuvent prendre de multiples formes,
- que l'on adopte une politique active de reconversion avec le diptyque contrôle de l'encépagement et déplacement du vignoble vers les aires de production prédestinées (côteaux). A cet effet, il serait nécessaire de réaliser un véritable recensement des divers terroirs avec cotation respective pour que l'effort gouvernemental puisse s'orienter à bon escient.

CONCLUSION

L'éclairage des données actuelles et des perspectives commerciales du vin algérien en France souligne plusieurs points essentiels :

* Economiquement, la France a intérêt à diversifier ses sources d'approvisionnement, mais politiquement, l'acceptation du vin algérien reste encore le meilleur moyen d'aider ce pays.

* Elle reste déficitaire d'environ 7 millions d'hectolitres, en quantité et qualité. La couverture de ce déficit, par une extension de vignoble national s'avère difficile, économiquement malsaine, mais non impossible.

* Les possibilités de substitution par du vin européen sont aléatoires. Nous avons vu que les vins italiens ne correspondent pas aux besoins français. Quant à l'Espagne, elle n'est pas capable d'en fournir une telle quantité.

* L'Algérie ne doit pas compter sur la pression des consommateurs pour l'écoulement de son vin.

* La demande représentée par les utilisateurs a, en tout état de cause, profondément évolué.

Si l'avenir du vin algérien en France n'est pas complètement compromis à terme le problème reste de savoir si ce pays optera pour le principe de la complémentarité ou pour celui de la fixité d'un contingent. Le premier, qui consiste à considérer la source algérienne comme un fonds régulateur au cas de pénurie rencontre bizarrement l'hostilité des organisations viticoles craignant que, à l'instar d'une épée de Damoclès, les pouvoirs publics ne l'utilisent comme moyen de pression. La seconde, c'est-à-dire l'admission d'un contingent fixe et négocié satisferait en somme tout le monde, les producteurs français, à condition qu'il ne soit pas trop élevé, comme les algériens qui pourraient tabler ainsi sur une rentrée régulière de devises.

Quel que soit l'avenir du déboucher français que nous avons essayé de déterminer, un dégagement reste nécessaire. En effet, l'image d'Epinal (vigne = colonialisme) n'est pas entièrement fausse, le vignoble algérien, dans sa structure comme dans son dynamisme, a toujours été tributaire du capitalisme commercial et financier français,

Il est resté dans l'économie algérienne comme un corps étranger et l'on peut regretter, avec M. ISNARD qui pose la question « la viticulture algérienne erreur économique ? » que tant d'efforts et tant de capitaux aient été dépensés aux dépens de cultures plus utiles. Un travail qui se donnerait pour objet d'étudier à travers l'implantation viticole en Algérie et les circuits financiers et commerciaux auxquels elle a donné lieu, un exemple de l'effet de domination, serait extrêmement utile.

La reprise en main du vignoble par les nationaux ne peut masquer ce problème. Et les premiers contacts entre la production socialiste et les circuits commerciaux capitalistes se sont avérés décevants. Ces derniers restant en mesure d'imposer leurs préférences tant sur le plan des prix que sur celui des quantités et des qualités.

Une politique de dégagement par la reconversion partielle du vignoble et la recherche de nouveaux débouchés s'impose donc à l'Algérie.