

Interview de Serge Fleischer, directeur Arthur Metz

Moins de dogmatisme politique, plus de pragmatisme économique

Serge Fleischer, directeur d'Arthur Metz, a démissionné de la vice-présidence du Conseil interprofessionnel des vins d'Alsace (Civa) en juin dernier. Un départ fracassant qui l'a conduit à rédiger une longue lettre de réflexions sur le vignoble d'Alsace, que nous synthétisons ici sous forme d'interview. Où en substance, il demande plus de pragmatisme économique et moins de dogmatisme politique. Son expérience des marchés du vin et de la gestion d'entreprises viticoles dans de nombreuses appellations, l'amène à relancer le débat de certaines réformes qu'il juge fondamentales.

EAV/PHR: Vous étiez vice-président du Conseil interprofessionnel des vins d'Alsace (Civa). Quel bilan tirez-vous ?

Serge Fleischer: Certains ont récemment décrit l'interprofession comme un lieu trop longtemps inactif, peu ou mal organisé, et au sein duquel des groupes d'hommes auraient pris des décisions sans concertation ou accord collectif. Le Civa, qui depuis toujours fonctionne de manière paritaire, a toujours exercé et exerce aujourd'hui ses missions sous couvert du contrôle de ses élus de tout bord.

Le vignoble alsacien imagine souvent que le Civa ne fait pas le travail attendu par la profession. Mais le Civa n'a pas pour vocation de vendre du vin d'Alsace à la place des viticulteurs. Sa mission est bien différente. Ses missions principales sont: l'accompagnement technique, l'aide à la recherche et au développement viticole, le suivi économique, l'observation du marché, la veille concurrentielle, la communication et l'image collective avec des plans média adaptés.

Le rôle du Civa se situe dans la perspective, qui ne consiste pas à prévoir l'avenir mais à élaborer des scénarios pour prendre des décisions stratégiques pour les vins d'Alsace. Ceci, de manière à pouvoir évoluer durablement et positivement tout en réduisant les risques et les incertitudes liés aux aléas de marchés. C'est de tenter d'avoir une lecture visionnaire du marché des vins d'Alsace en se basant sur des études et analyses. Rôle que le Civa assume en grande partie déjà.

EAV/PHR: Pourquoi avoir démissionné ?

SF: C'est le fonctionnement politique qui rend malade le Civa. Aujourd'hui on veut faire croire que le Civa ne remplit pas son rôle de prospective économique et que ce serait là, la raison essentielle de son dysfonctionnement. C'est faux ! Depuis toujours le Civa observe le marché, analyse les tendances et les évolutions, condense les chiffres, panels... Et prépare des supports à destination des metteurs en marché. Mais il informe également l'ODG-Ava de la nécessité de clarifier l'offre et de faire évoluer le message donné aux consommateurs sur le produit. C'est nécessaire et indispensable de mettre en phase le plan de communication et l'offre produit.

Pourtant, les informations d'évolutions et tendances de marchés issues de la prospective économique

en place restent globalement sans échos auprès de nos vignerons. Peut-être pensent-ils que leur rôle ou leur métier se limite à produire des raisins, du moût ou du vin ? Pourtant, les chiffres écrasent toute polémique !

Mais qu'en est-il de la mission de l'ODG ? L'Ava a-t-elle donné la possibilité au Civa de mener une communication claire, efficace et valorisante pour la filière ? La hiérarchie de l'offre, le style et type des produits sont-ils clairement définis par les règles de productions actuelles permettant ainsi une communication lisible, efficace et porteuse ? La réponse est clairement « non ».

Au final, qui fait réellement vivre la filière viticole alsacienne ? Qui fait le travail de notoriété auprès des consommateurs ? Qui est finalement représentatif et qui peut amener son expertise au débat ? L'Alsace a besoin d'entreprises vectrices d'image mais également et surtout de notoriété. *In fine*, c'est le commerce, les consommateurs eux-mêmes qui financent la filière tout entière. Il est donc indispensable de produire des vins avec des identités homogènes à travers une pyramide qualitative claire et durable. Alors oui on peut continuer à se cacher derrière des discours, changer des statuts, distribuer ou redistribuer des fonctions et des postes... Mais au final cela ne change rien à notre avenir.

EAV/PHR: En tant que vice-président, vous pouviez cependant proposer ?

SF: J'ai ressenti ces derniers temps une volonté de contenir et contrôler la communication comme s'il s'agissait de droit de vie ou de mort face au droit de libres-pensées et d'actions de certaines personnes de notre vignoble. Certains même, s'amusent à brandir ce Graal comme une arme de dissuasion, voire comme une épée de Damoclès. Dans un tel contexte, il devient extrêmement difficile de travailler efficacement au déploiement de nouvelles orientations et décisions stratégiques nécessaires à la progression de notre vignoble. Lorsque certains projets d'avenir sont émis par des structures ou des hommes, une déferlante d'oppositions se déchaîne, se cachant sous le couvert de l'union viticole sacrée. J'ai lu bon nombre d'éditoriaux ces derniers mois: ce n'est pas parce qu'on publie et qu'on affirme fréquemment et fortement une vérité qu'elle le devient ou qu'elle le soit vraiment. À la vue de certains événements et des affirmations de représentants et d'élus viticoles, je me pose des questions simples: Le vignoble alsacien est-il dirigé par et pour des causes politiques ? Existe-t-il dans ses instances une réelle volonté de réforme économique et structurelle globale pour faire grandir durablement son image et sa valeur ? Avons-nous le courage de porter des projets ? Sommes-nous capables d'assumer les décisions économiques et structurelles importantes qui s'imposent ? J'ose l'espérer. Mais elles ne doivent pas tarder à être prises. L'Alsace a encore cette chance de le pouvoir. Nous connaissons tous l'inertie des méandres administratifs français et certaines décisions peuvent mettre des décennies à porter leurs fruits. Mais encore faut-il qu'il y ait une écoute des structures et des hommes et qu'ils ne soient pas diabolisés. Il est encore temps d'avoir la maîtrise de notre avenir et de nos décisions.

EAV/PHR: Alors que proposez-vous comme réforme pour ce vignoble en peine ?

SF: Il nous faut réformer autrement plus en profondeur que de simples petits ajustements comme les rendements, les méthodes culturelles,

les mentions d'étiquetage... Les discours de propagande sont d'un autre temps. Pour l'heure, il y a une vision étriquée ou unilatérale de l'évolution des attentes du commerce du vin. Elle empêche le vignoble d'Alsace de s'adapter au marché et de s'imposer ainsi comme référent produit. Produire des raisins ou du vin qualitatif n'est qu'une étape, certes nécessaire mais bien insuffisante. À quoi cela sert-il de se dire tous les matins que nous avons le meilleur vin du monde en cave, si personne ne le sait, ou pire encore, si les consommateurs ont une autre vision du meilleur vin du monde que la nôtre !

EAV/PHR: Pouvez-vous donner des exemples de réforme nécessaire ?

SF: La réforme de l'agrément et l'écriture des cahiers des charges des AOP étaient là une formidable occa-



Serge Fleischer, directeur Arthur Metz. Photo Germain Schmitt

sion de devenir à la fois plus exigeant qualitativement et plus libéral commercialement. L'agrément qualitatif (analyse et dégustation) a quasiment disparu. Beaucoup de vins, notamment en vrac, ne sont plus représentatifs de notre décret, voire pour certains indignes de label AOP.

Lors de la rédaction de nos cahiers de charges, nous aurions pu imaginer un service indépendant et payant qui prélève, analyse et déguste l'ensemble des vins produits et mis en marché. Et également réfléchir à un allègement de certaines règles de commercialisation. Ce qui aurait permis à ceux qui le souhaitent, de produire et de commercialiser des vins ou des cuvées qualitatives en adéquation avec les demandes des marchés, sans pour autant nuire à l'image collective des AOP alsaciennes.

Voici quelques propositions: les vins bi- ou tri-cépages qui sont légendes dans tous les vignobles du monde, l'ouverture à d'autres cépages que le seul pinot noir pour faire des rosés, autoriser et encadrer la possibilité de packager en bag in box en limitant les cépages autorisés. Ou encore: autoriser d'autres types de flaconnage que la flûte. Notons d'ailleurs qu'à ce sujet, la plupart des flûtes utilisées actuellement ne correspondent pas ou plus à l'exigence dimensionnelle de notre décret d'origine sur lequel on s'appuie pour empêcher l'arrivée de nouveaux contenants.

Bien d'autres sujets ont essayé un « non » catégorique de l'ODG, ce qui a sonné le glas pour ces idées et bloqué toutes possibilités de discussions.

EAV/PHR: Les conditions de production devraient-elles être réformées ?

SF: Oui en particulier les rendements et les règles qualitatives. Depuis la fin des années 1970, l'Alsace n'a eu de cesse de baisser son rendement. Une baisse en partie nécessaire, qui provoque cependant aujourd'hui des étouffements économiques. Il est un peu simpliste de croire que le revenu brut d'exploitation puisse progresser par la simple logique d'augmentation du prix unitaire du litre, du kilo ou du prix de vente au marché. Les lois du commerce du vin ne fonctionnent pas ainsi. Sursollicité face à une offre pléthorique, le

de nos inactions, avec des conséquences économiques graves.

EAV: Vous dénoncez une offre peu claire, notamment sur les sucres résiduels, et mal hiérarchisée.

SF: On voudrait nous faire croire que de mentionner obligatoirement « sec » (à partir de 2016) sur nos étiquettes est une avancée pour la notoriété et la reconnaissance de nos vins. Pourquoi est-ce à la grande majorité de producteurs de vins secs de devoir se justifier ? Alors que notre décret c'est « vins blancs secs et fruités ». Et alors que la minorité qui produit les vins sucrés n'a pour sa part aucune obligation ? En l'obligeant à inscrire demi-sec, moelleux, ou liquoreux sur les bouteilles qui le sont, nous aurions ainsi évité au plus grand nombre de se justifier.

L'Alsace souffre également de son positionnement d'image en vins de cépages, ce qui l'empêche d'apporter de la valeur ajoutée forte à ses vins représentatifs de nos terroirs et crus. Pensez-vous qu'un producteur de Corton Charlemagne aurait l'idée saugrenue de rajouter « chardonnay » sur son étiquette pour améliorer la valeur ajoutée à son produit ? Bien évidemment que non, la valeur c'est la qualité du terroir, la rareté du produit, et la partie de rêve que le consommateur s'achète.

EAV/PHR: Quelles solutions préconisez-vous pour clarifier l'offre ?

SF: Dans ce contexte de manque de clarté de l'offre, l'Alsace aurait pu, ou dû, se poser la question de positionner ses vins de cépages en IGP, et consacrer exclusivement l'AOP aux terroirs à forte identité, exclusivité et valeur ajoutée, et de préférence sans notion de cépage. Mais pour cela il faut réécrire l'histoire, re-délimiter le territoire viticole, convaincre... Bref, prendre des décisions à la croisée des chemins entre choix économique et décision politique ! Nous y sommes.

Quelques autres règles simples clarifieraient notre offre et apporteraient de la valeur ajoutée. Par exemple: un agrément temporaire de trois mois maximum de commercialisation, sur la base de prélèvement, d'analyse systématique et de dégustation pour chaque lot de cuve de vin en vrac non contractualisé sur du moyen long terme. Passé ce délai, sans validation de la vente, il faudrait repasser l'agrément. Cette règle inciterait les vendeurs à ne pas rester au marché libre, mais aurait surtout un impact favorable sur l'évolution qualitative. Il faudrait également rendre les strates de hiérarchisation plus étanches entre elles en incitant les producteurs à s'engager sur des orientations viticoles de productions à moyen et long terme. De manière à assurer une stabilité et une visibilité pour la filière.

À force de vouloir préserver toutes les solutions et toutes les possibilités de production, tout en mettant en œuvre des règles restrictives, tout en tolérant les règles alternatives permettant de ne pas s'y soumettre, nous avons créé au fil du temps des vins exprimant une image diffuse, extrêmement hétérogène, sans style bien précis, où chacun y va de son idée... Mais surtout un monde dans lequel le consommateur se perd et donc fuit le produit.

Il faudrait créer des vides juridiques entre les qualités et familles de produits. Le meilleur exemple est le thème des sucres résiduels: il faut instaurer des règles précises de limite basse et haute. Et idéalement dans le même temps interdire le sucre résiduel des vins chaptalisés, plafonner le taux de sucre résiduel d'une cuvée AOP Alsace et Alsaces Grands Crus (peu importe le cépage). Nous avons sur ce sujet à défendre la noblesse et la richesse de nos VT et SGN.

Propos recueillis par DL