

Documents de travail

du Laboratoire d'Economie et de Gestion

Working Papers

Implications de l'adhésion à l'OMC pour la filière des boissons alcoolisées au Vietnam*

Marie-Claude Pichery, Françoise Bourdon

Université de Bourgogne & CNRS
UMR 5118 Laboratoire d'Economie et de Gestion
Pôle d'Economie et de Gestion, 2 boulevard Gabriel, 21000 Dijon, France

** Présenté à l'atelier international "Vignes et vins au Vietnam. États des lieux et potentialités",
23 – 25 juin 2008
à Hanoï (Vietnam), Institut polytechnique de Hanoï.
À paraître dans les Proceedings of Atelier "Vignes et vin au Vietnam"*

E 2009-07
Analyse et Modélisation des Interactions Economiques (AMIE)

Implications de l'adhésion à l'OMC pour la filière des boissons alcoolisées

Sector of alcoholic beverages: Implications of WTO membership

Marie-Claude PICHÉRY
marie-claude.pichery@u-bourgogne.fr

Françoise BOURDON
fbourdon@u-bourgogne.fr

Résumé

L'adhésion du Vietnam à l'OMC (Organisation Mondiale du Commerce) en janvier 2007 et les préoccupations en matière de santé publique ont amené les pouvoirs publics à aménager leur politique de taxation concernant les boissons alcoolisées : les droits de douanes, les droits d'accise et la TVA. Les conséquences se manifestent d'abord sur les prix des différentes catégories de boissons alcoolisées et sur les comportements de leur consommation, ensuite sur les stratégies de production d'entreprises du secteur.

Le contexte de croissance qui prévaut dans les économies asiatiques en général et au Vietnam en particulier, l'augmentation des revenus et du pouvoir d'achat des ménages qui en résultent entraînent une modification plus ou moins profonde de la structure des dépenses et des consommations des ménages. Une occidentalisation partielle des modes de vie dans les zones urbaines implique une évolution des habitudes en matière de boissons caractérisée par le choix, plus fréquent que par le passé, du vin et en particulier du vin de raisin. Une telle situation oblige à analyser la demande, à identifier les moments, lieux, occasions, ... d'une telle consommation, et à s'interroger sur les substitutions alcools forts – boissons faiblement alcoolisées.

Ces deux premiers axes de réflexions seront traités en priorité. L'intervention aura aussi pour but d'apporter un éclairage sur les possibilités offertes à quelques entreprises d'investir dans la production (locale) de vin de raisin en mettant l'accent d'abord sur les contraintes et coûts associés à une telle décision. La culture de la vigne, plante pérenne, engage les entreprises dans des investissements lourds entraînant des aménagements de grande ampleur dans les zones rurales impliquées dans les années à venir. Il est alors nécessaire de s'interroger sur les opportunités alternatives d'utilisation des terres consacrées aux cultures vivrières pour l'homme d'une part, pour l'élevage animal d'autre part. Une analyse en termes de coûts / bénéfices doit être prévue, exigeant la collecte d'informations sur les montants d'investissements, revenus attendus, emplois qualification, partenaires étrangers, ...

Abstract

In January 2007, Vietnam adheres to WTO (World Trade Organization) and the preoccupations in the field of public health have led the government to adjust their taxation policies concerning alcoholic drinks: customs duties, excise duties, and VAT. The consequences are primarily on the prices of alcoholic beverages and on the consumer behaviors, then on the production strategies of companies in the sector.

Moreover, the growth prevailing in the Asian economies and the rising of incomes and of the purchasing power of the households that result bring about a radical change in the structure of the household expenses and consumptions. A partial westernization of lifestyles in the urban zones implies an evolution of the practices as regards the beverages characterized by the choice, more often than in the past, of the wine and, especially, of the wine of grape. Such a situation needs to analyze the demand, to identify the moments, the places, the occasions ... of this consumption and to wonder about substitutions: strong alcoholic drink – slightly alcoholic beverage.

These two main lines of thought will be treated first. However, this paper will be able to throw light on the possibilities given to some companies to invest in the (local) production of grape wine by laying stress on the constraints and costs associated with such a decision. The vine growing involves the companies in the important investments; these lead to large-scale facilities and developments in the rural zones implied in the years to come. Then, it is necessary to wonder about the alternative opportunities of the land use dedicated to the food crops for the man on the one hand, for the cattle breeding on the other hand. An analysis in terms of costs / profits has to be envisaged; it is necessary to gather information on the investment amounts, the expected incomes, the employment qualification, the foreign partners ...

Implications de l'adhésion à l'OMC pour la filière des boissons alcoolisées au Vietnam

Marie-Claude PICHERY et Françoise BOURDON¹

marie-claude.pichery@u-bourgogne.fr

fbourdon@u-bourgogne.fr

Laboratoire d'Économie et de Gestion (LEG) – UMR5118 CNRS - Université de Bourgogne
Pôle d'Économie et de Gestion – BP 26611 – 21066 Dijon Cedex

Contexte – l'économie vietnamienne

Les marchés asiatiques (en particulier Chine et Inde) sont les marchés d'avenir et des marchés potentiels d'importance pour le vin et les boissons alcoolisées ; la croissance de ces pays est forte. Le Vietnam (VN) constitue un autre des marchés porteur (croissance économique annuelle de 7 à 8 % depuis 1985), sa population ayant commencé à s'ouvrir à la consommation de vin dans les années 80 ; il intéresse l'ensemble des pays producteurs de vins, pays producteurs historiques comme nouveaux pays producteurs.

Le développement de ce marché est étroitement lié à l'accroissement du pouvoir d'achat d'une partie de la population. Comme dans bien d'autres économies émergentes ou en développement, une frange aisée et une classe moyenne tendent à se développer, population jeune et urbaine dont les revenus sont en augmentation, avec une tendance à adopter en partie les habitudes de l'Occident, à travers des modes de consommation alimentaires accompagnés de la boisson "vin".

L'économie du Vietnam est en plein essor [croissance soutenue - niveau de revenus en hausse - développement du niveau de vie – libéralisation du commerce - réduction des barrières tarifaires à l'entrée]. Son ouverture à l'extérieur date d'une dizaine d'années avec l'entrée dans l'ASEAN en 1995, puis elle prend un nouvel élan avec l'accession à l'OMC (Organisation Mondiale du Commerce) / WTO (World Trade Organisation) en janvier 2007. Son économie et sa population sont en pleine évolution. En 2006, la population était de 84.108.100 habitants, et en près de 45 années, la population des zones urbaines est passée de 14,7 % (1960) à près de 27 % (2006). Ces zones ont un taux de croissance de la population de 3,29 % en moyenne annuelle, un peu plus élevé que dans les zones rurales (1,60 %) en raison notamment de l'exode rural. En 2005, la population active était occupée à 55,6 % dans l'agriculture, 18,9 % dans l'industrie, 25,25 % dans les services. Quant à la répartition du Produit Intérieur Brut (PIB), en 2007 elle fait apparaître la large place encore occupée par le secteur primaire : **19,5 % pour l'agriculture et la pêche**, 42,3 % pour les industries et les mines, 38,2 % pour les services. Enfin, le VN est présent dans les échanges internationaux avec des positions exportatrices de premier plan pour le riz, le thé, le caoutchouc, le café, la canne à sucre et le manioc.

La population a la culture de l'alcool et des boissons alcoolisées à travers l'alcool de riz puis la bière (première boisson fermentée produite par des brasseurs locaux, des entreprises d'Etat). Depuis peu, le vin devient une boisson « à la mode ». Par ailleurs, l'intérêt grandissant des

¹ Nos remerciements vont à Guillaume DA et à Bao DO pour leurs commentaires, ainsi qu'à Mai LE pour les nombreuses informations qu'elle a eu la gentillesse de nous transmettre.

consommateurs pour les produits de qualité et les produits de luxe – certains vins importés peuvent en faire partie – peuvent entraîner les amateurs vers d'autres catégories de vins.

Comme dans bien d'autres pays asiatiques, la croissance de l'économie s'est réalisée à un rythme soutenu, d'environ 7 % par an sur la période 1985 à 2006, avec quelques années à 8 %. En ce qui concerne les revenus moyens par habitant, ils sont nettement différenciés entre les zones urbaines et les zones rurales ; ils sont plus de deux fois plus importants dans les premières que dans les secondes, avec un rapport de 2,7 en 1996 et de 2,1 en 2006 (GSO – Vietnam-2007) ; ceci manifeste un rapprochement des revenus de ces deux populations en une dizaine d'années.

Quelques nuages apparaissent depuis le printemps avec un taux d'inflation qui augmente (6,6 % en 2006, 12,6 % en 2007 et une prévision de 18,3 % pour 2008 – La Tribune, 13 juin 2008) et un déficit commercial qui s'accroît (5,1 milliards de \$ en 2006, 12,4 Mds en 2007 et une prévision de 17,7 Mds pour 2008). Il en résulte une dépréciation du VNDong vis-à-vis du dollar et de l'euro, monnaies utilisées dans les échanges internationaux, un renchérissement des produits importés et une chute de l'indice boursier du Vietnam.

Un autre indicateur intéressant est constitué par l'indice du développement humain, proposé par les Nations Unies dans le Programme des Nations Unies pour le Développement (PNUD) ; c'est un bon révélateur de la situation d'un pays, de son niveau de développement et de l'état général économique, social et culturel de sa population (Rapport PNUD 2007-2008). L'indicateur est construit à partir de l'espérance de vie, du taux d'alphabétisation des adultes, du taux de scolarisation à l'école et du revenu réel (pour des précisions sur les définitions et modes de calcul, PNUD - 2007). Un tel indice permet des comparaisons entre les pays, en particulier ceux de la zone asiatique. En 20 ans (1985-2005), cet indicateur est passé de 0,590 à 0,733 pour le Vietnam (pays à développement humain moyen, qui le place au 105^{ème} rang des 175 membres des Nations Unies) révélant par là les efforts et les réussites en matière de développement et d'amélioration des conditions de vie ; cet indice est passé de 0,595 à 0,777 pour la Chine et de 0,679 à 0,781 pour la Thaïlande. Pour information, sur la même période, il a évolué de 0,884 à 0,952 pour la France.

Dans les développements qui vont suivre de l'environnement de la filière des boissons alcoolisées, nous aborderons successivement la situation sur le marché mondial, le système de taxations et son évolution à la suite de l'entrée dans l'OCM, l'état de la demande et de la consommation de boissons alcoolisées. Quelques réflexions sur les problèmes de santé publique liés à l'alcoolisme et à l'alimentation seront développées ; des aspects de production et de coûts termineront la présentation.

1 - Marché mondial - définition du vin

L'OIV (Organisation Internationale de la Vigne et du vin - <http://www.oiv.org/>) est l'organisme international de référence concernant le marché du vin ; il a un rôle de régulation au plan mondial. Ses publications annuelles permettent de suivre la situation internationale (le rapport le plus récent est de juin 2008, diffusé lors de la rencontre de juin 2008 à Vérone – Italie).

La définition du vin par l'OIV concerne le « vin de raisin » et depuis 1973, **"le vin est exclusivement la boisson résultant de la fermentation alcoolique complète ou partielle de raisin**

frais foulé ou non ou du moût de raisin". Il est précisé que son titre alcoométrique ne pourra être inférieur à 8,5° en volume. D'autres indications dépendent des catégories de vins.

En Asie, et en particulier en Chine et au Vietnam, le terme servant à identifier le vin est plus large et est utilisé pour dénommer d'autres produits, en particulier des boissons alcoolisées et aromatisées telles que les vins de fruits, obtenus soit par les techniques de vinification appliquées à d'autres fruits que le raisin (papaye, litchee, pêche, framboise, ...) soit par assemblage de vin de raisin et de vin de fruits (cf Dalat acrid wine – <http://www.dalatwine.com/en/home.php>). Deux dénominations sont utilisées au Vietnam : *vang* pour le vin de raisin, *ruou* pour une dénomination plus générique. Dans ce qui suit, nous centrerons les réflexions principalement sur le vin de raisin.

Pour le marché mondial, les publications les plus récentes font apparaître une production qui a évolué depuis 2002 entre 260 et 298 millions d'hectolitres par an, avec une nette baisse en 2007 (**270,9 millions d'hl**) à la suite de divers accidents climatiques tant dans l'hémisphère nord que dans l'hémisphère sud, et à la suite de la mise en production des plantations les plus récentes. La consommation quant à elle est passée de 230 à 240 millions d'hectolitres (**240,6 millions d'hl en 2007** ce qui représente près de 321 millions de bouteilles). Ceci fait apparaître une légère surproduction, mais compte tenu d'environ 35 millions d'hl consacrés aux usages industriels (production d'apéritifs et autres boissons à base de vin, industrie agro-alimentaire de la vinaigrerie et des conserves, ...), 2007 se solde par un quasi équilibre entre l'offre et la demande ; les usages industriels ont été assurés en partie en puisant dans les stocks (Note de conjoncture OIV, mars 2008).

Pour ce qui est de la consommation de vin, il est indispensable de préciser les évolutions les plus récentes qui sont le résultat de deux tendances principales : d'une part la baisse dans les pays traditionnellement consommateurs et producteurs historiques, en partant d'un niveau de consommation par habitant élevé, d'autre part la hausse dans des pays qui avaient d'autres habitudes de consommation d'alcool (bière, spiritueux). Une autre caractéristique du marché mondial est sa très grande concentration : 60 % de la consommation est le fait de 7 pays (France, Italie, USA, Allemagne, Espagne, Royaume-Uni et Argentine). Enfin, quelques indications peuvent être données sur la consommation par tête, de l'ordre de 55 litres par tête et par an en France, de 2 litres au Japon et de 1 litre en Chine (référence à la population du pays et pas seulement aux individus en âge de boire) (OIV-Statistiques mondiales-2005).

Difficultés statistiques

Le Vietnam n'est pas membre de l'OIV et n'apparaît pas dans les dernières informations publiées. Les informations diffusées par l'OIV sont donc incomplètes, en particulier pour l'Asie qui ne comprend des données individualisées que pour la Chine, Chypre, Israël, le Liban et la Turquie (13,429 Mhl, dont 3.000 hl pour autres pays). Il résulte de cette situation une vision biaisée de ce qui se passe en Asie. Des démarches sont entreprises en faveur de l'adhésion prochaine de la Chine ; l'Inde et d'autres pays d'Asie sont sollicités. Mais à ce jour, les informations recueillies pour le Vietnam n'ont pas systématiquement l'homogénéité souhaitée pour faire une analyse soignée de la situation.

2 - OMC et taxations

Différentes mesures prises par les pouvoirs publics vietnamiens en matière de taxation au début des années 2000 ont entraîné des modifications dans les prix relatifs des différentes boissons alcoolisées. Trois taxes entrent en jeu : **les droits de douanes** (concernant les produits importés), **les droits d'accises** (taxes spécifiques à la consommation de certains produits, dont

l'alcool) et la **Taxe à la Valeur Ajoutée** (TVA). Certaines de ces taxes ont été augmentées, d'autres ont diminué (en lien avec l'adhésion à l'OMC), et les différentes boissons alcoolisées ont été concernées de manières différentes et à des dates variées : janvier 2004 pour la TVA, janvier 2005 pour les droits de douane, janvier 2008 pour la taxation spécifique de la bière, ...

Les objectifs recherchés en général par les pouvoirs publics à travers leur système de taxation, sont de constituer des recettes budgétaires, d'intervenir sur les comportements de consommation, souvent de lutter contre une consommation excessive d'alcool et les dommages qui lui sont associés, éventuellement de limiter des dépenses non essentielles ou éviter d'avoir à financer des importations non indispensables. Par ailleurs, des changements peuvent être imposés par des accords économiques (réduction ou abolition d'obstacles au commerce international par abaissement de droits à l'importation), ce qui a été un objectif supplémentaire pour le VN lors de la préparation de son intégration dans le commerce international avec l'adhésion à l'OMC en janvier 2007.

21 - Le régime en vigueur

Les boissons alcoolisées comprennent les spiritueux (whisky, gin, rhum, ...), les vins et alcools de riz, les vins de raisin et vins de fruits (pêche, fraise, litchi, ...) et enfin la bière. Ces différentes boissons sont taxées de manière différenciée.

* **Les droits de douanes** : c'est une taxe "**ad valorem**", proportionnelle au prix du produit et elle concerne toutes les caractéristiques du produit ; les droits sont calculés sur la valeur déclarée à l'importation pour l'ensemble des boissons alcoolisées (Ubifrance - mars 2008). Au Vietnam, ces droits sont passés de 80 % à 65 % au 1^{er} janvier 2005 pour l'ensemble des boissons alcoolisées. Depuis le 1^{er} janvier 2008, les droits varient de 20 % à 62 %.

Dans le cadre de l'OCM, il est prévu que les droits soient réduits, à 50 % pour les vins à partir de 2012 et à 45 % pour les spiritueux à partir de 2013, ce qui laisse une perspective de baisses potentielles de prix (Ubifrance - mars 2008). Ces tarifs sont en vigueur pour les produits en provenance de l'UE (Union Européenne) et pour les pays auxquels le VN a accordé la « clause de la nation la plus favorisée », dans le cadre de la préparation de l'adhésion à l'OMC. Ceci concerne aujourd'hui l'ensemble des pays membres de l'OMC.

Accords préférentiels et clause de la Nation la Plus Favorisée (NPF) : Afin d'éviter les discriminations, cette clause garantit que chaque pays participant aux accords du GATT (*General Agreement on Tariffs and Trade*) et de l'OMC pourra, a priori, réclamer qu'un partenaire commercial applique les mêmes niveaux de droits de douane que ceux qu'il impose à la nation qui bénéficie des taux les plus bas

Généralement, une baisse importante des droits de douane rend le marché domestique (intérieur) plus accessible aux exportateurs étrangers et aux produits en provenance de l'extérieur. Désormais, le droit d'importer des boissons alcoolisées au VN est accordé à toute société locale ayant des activités d'import-export dans le domaine de l'agroalimentaire (Ubifrance – mars 2008). La maîtrise ou le contrôle des importations par le VN ne peut plus alors passer que par des contraintes administratives telles que l'obligation d'avoir un importateur agréé, la nécessité de fournir sur les étiquettes des informations en vietnamien, l'obtention d'autorisations diverses, ...

* **Les droits d'accise** : c'est un impôt ou taxe spécifique à la consommation, un impôt indirect dont le taux est fixé selon 4 méthodes principales.

- ** un prélèvement sur le volume d'alcool pur contenu dans le produit – "taux spécifique"
- ** un prélèvement sur le volume de chaque type de boisson – "taux unitaire"
- ** un prélèvement sur le prix du produit à base d'alcool – taxe "ad valorem", sur la valeur
- ** une combinaison des trois méthodes ci-dessus – "taux de combinaison"

De tels droits portent sur une caractéristique particulière du produit, ici le degré d'alcool pour les boissons alcoolisées. Au VN, les droits sont différenciés selon les types de boissons alcoolisées (Mission économique – Hanoï) et traitent généralement de la même façon les produits importés et les produits fabriqués localement. Il reste toutefois une possibilité de discrimination soit marginale ou marquée pour une même catégorie de boisson avec des taux différenciés sur une même catégorie de produits, soit entre les catégories de boissons, ceci dans un objectif de lutte contre l'alcoolisme.

Vins et spiritueux

40° et au-dessus	65 %	whisky, vodka, cognac,
de 20° à 40°	30 %	
moins de 20°	20 %	vins en général (vins de raisin en particulier)

La bière bénéficie d'un régime spécifique avec des taux différenciés qui distinguent 3 formes de présentation : bière bouteille - canette, bière fraîche et bière pression. Les droits des deux dernières catégories ont augmenté **au 1^{er} janvier 2008**.

bière bouteille - canette	75 %
bière fraîche	30 % au 1 ^{er} janvier 2006 - 40 % au 1^{er} janvier 2008
bière pression	30 % - 40 % au 1^{er} janvier 2008

L'observation internationale des systèmes de taxation révèle que les taxes les plus fortes concernent les alcools forts, que les bières bénéficient de taxes intermédiaires et que les taxes les plus basses portent sur les vins (H. SAFFER, 1989). Le VN aujourd'hui respecte cette gradation qui a pour objectif d'inciter à la consommation de boissons peu fortes telles que la bière ou le vin, afin de réduire les risques liés à une consommation massive d'alcool pur (cf. ci-dessous). Par ailleurs, il est souvent constaté que des taux bas sont appliqués aux boissons locales traditionnelles ou à des boissons produites à partir d'ingrédients locaux (les alcools à base de riz par exemple). Toutefois, une forte taxation sur un produit dont le coût de production est faible entraîne un prix TTC (Toute Taxe Comprise) relativement peu élevé et l'alcool concerné reste attractif.

Afin de limiter les variations de prix consécutives à la baisse des droits de douanes aux importations, les Etats compensent et relèvent souvent les droits d'accise. Il semble que ce ne soit pas la politique suivie au VN puisque les différents types de droits ont été réduits en plusieurs étapes au cours des années passées récentes.

Lors des discussions menées en vue de l'adhésion à l'OMC, l'existence de droits différents perçus sur les boissons alcoolisées ont suscité une attention particulière dans les négociations. Le VN s'est engagé à simplifier la structure des taxes dans un délai de trois ans en appliquant un taux unique sur tous les types de bière et sur les spiritueux d'un titre alcoométrique de 20° ou plus. Cela a dissipé les inquiétudes de certains pays qui craignaient que la structure précédente n'établisse une discrimination, en particulier à l'égard des bières importées ayant un conditionnement différent ou à l'égard des spiritueux importés ayant une plus forte teneur en alcool.

* **La TVA** : elle est fixée à 10 % depuis le 1^{er} janvier 2004 ; cette décision a consisté en un relèvement de la taxe puisqu'elle était auparavant de 5 %.

22 - Les résultats théoriques en matière de taxation

Les modifications les plus récentes en matière de taxation conduisent en moyenne ici à une baisse des taxes. Bien que la théorie envisage généralement les effets d'un accroissement des taxes, nous devons ici en considérer une diminution ; les deux phénomènes ne sont généralement pas symétriques, les réactions des acheteurs diffèrent dans leur ampleur selon qu'ils sont confrontés à une baisse ou à une hausse des prix.

Une baisse des droits de douanes a pour multiples conséquences :

(a) de réduire les coûts d'importation des biens ;
(b) de réduire les recettes de l'Etat si l'accroissement des volumes importés ne compense pas la baisse des prix (importance des valeurs des élasticités des importations par rapport aux prix) ;

(c) de réduire le prix du produit sur le marché local et par suite d'inciter à sa consommation ; plusieurs phénomènes peuvent être attendus. Le premier est un accroissement de la demande par les consommateurs habituels du produit, avec un attrait pour la variété des produits et des effets de substitution qui se manifestent par la demande et l'achat de produits plus haut de gamme. Une autre situation est liée au développement d'une nouvelle demande par une nouvelle catégorie de consommateurs (que l'on peut imaginer disposer de revenus en moyenne plus faibles) et en position de se procurer des produits d'une gamme inférieure, par exemple des vins de consommation courante plutôt que des vins d'appellation dans le système de référence méditerranéen, ou encore des vins *basic* ou *popular premium* plutôt que *premium* ou *super premium* dans la segmentation anglo-saxonne.

MAIS une évolution défavorable des taux de change entre la monnaie locale et les monnaies dans lesquelles sont libellés les prix des produits importés (le dollar ou l'euro en particulier) va complètement anéantir l'effet d'une baisse des droits de douane et peut aller jusqu'à un accroissement des prix de vente en monnaie locale pour les produits importés.

(d) d'inciter de nouveaux producteurs étrangers à entrer et à s'implanter sur le marché avec une offre de produits plus large et en particulier **des produits de gamme inférieure**. L'observation de la situation à la suite de deux précédentes réductions des droits d'importations (de 100 à 80 % en janvier 2004, puis de 80 à 65 % en janvier 2005) est conforme à cette prédiction théorique puisque de nouveaux pays sont entrés sur le marché vietnamien : l'Australie (en raison de sa proximité géographique qui limite les coûts de transports), le Chili (dont les vins en vrac sont bon marché, ainsi que potentiellement utilisables comme base des vins de fruits) ;

(e) de renforcer et d'accroître la concurrence pour la production locale / domestique et ainsi de réduire la protection dont pouvait bénéficier auparavant l'industrie vitivinicole locale ; pour que cette concurrence soit effective sur le marché des vins au VN, il faut une certaine homogénéité des produits, ce qui n'est pas totalement le cas compte tenu du fait (1) que les caractéristiques organoleptiques des vins de raisin vietnamiens sont encore éloignées de celles des vins importés et (2) que le VN produit des vins de fruits qui ne sont que très faiblement des substituts des vins habituellement trouvés sur le marché international ; l'évolution des produits fabriqués et proposés par les industriels vietnamiens, en plus ou moins grande collaboration avec des producteurs étrangers, pourrait modifier la situation actuelle ;

(f) la réduction des taxes d'importations accroît généralement la concurrence par les prix pour les vins produits localement ; les producteurs peuvent répondre en s'attachant à maîtriser leurs coûts de production (recherche d'équipements performants pour accroître la production, travail sur les réseaux de distribution, ...). Une autre stratégie pourrait consister à proposer des produits nouveaux, en particulier à base de vin ;

(g) de réduire (théoriquement) l'offre locale de ce produit ; on peut raisonnablement supposer ici que l'offre vietnamienne restera fixe, au moins à court terme ; la situation pourrait changer à moyen et long terme ;

(h) d'accroître l'écart entre offre et demande ; même si l'offre et la demande augmentent simultanément, elles le font à des rythmes différents, et l'offre restera vraisemblablement inférieure à la demande dans les années à venir ; il en résultera un besoin d'importations ; le suivi des statistiques devrait faire apparaître un tel phénomène dans les mois et années à venir ;

Une baisse des droits d'accise a pour effets :

(a) de réduire les recettes de l'Etat ;

(b) de réduire le prix du produit sur le marché local et par suite d'inciter à sa consommation (cf ci-dessus) ;

(c) d'intervenir sur la qualité des produits demandés avec un transfert vers des produits de plus grande qualité.

23 - L'efficacité des politiques de taxations

Il reste à réfléchir et à s'interroger sur les mécanismes d'incitations et l'efficacité de la mise en place de politiques de prix et de taxation aussi bien dans le domaine de la consommation et de la protection de la santé qu'en matière de transparence fiscale et de lutte contre la fraude. Elle suppose (1) une bonne connaissance des boissons disponibles les moins chères, souvent constituées de boissons traditionnelles locales et (2) une appréciation des quantités d'alcool produits illégalement (du fait qu'il s'agit d'alcool non taxé, donc moins cher) ou introduits frauduleusement, ainsi que des réseaux de diffusion de ces produits.

Résumé : l'environnement général du marché est caractérisé par une baisse de la plupart des taxes sur les produits alcoolisés avec des effets sur les prix et les recettes de l'Etat ; un tel phénomène devrait impliquer une baisse des prix des produits importés, un accès plus aisé à ces produits et l'apparition d'une nouvelle cible de consommateurs. Mais une évolution défavorable du taux de change (du dong vis-à-vis de l'euro et du dollar) risque d'anéantir cette baisse.

3 - Demande et consommation

En ce qui concerne la demande et la consommation, peu d'informations précises ont pu être réunies, et l'absence de statistiques sur plusieurs années issues aussi bien d'**organismes internationaux (OIV) que de services locaux (ministères, mission économique, Ubifrance, ...)** explique le flou des réflexions présentées ci-dessous. Nous nous bornerons donc ici à des remarques très générales.

Jusqu'à récemment, le vin (de raisin et / ou de fruits) a eu peu de place dans la culture de la consommation des boissons alcoolisées. Si c'est au cours des années 80 que la production de vin a

commencé, la consommation de vin est dominée aujourd'hui par des vins non issus du raisin (source Euromonitor - [http://www.euromonitor.com/Alcoholic Drinks in Vietnam](http://www.euromonitor.com/Alcoholic_Drinks_in_Vietnam)). Le marché est donc embryonnaire pour le vin de raisin à côté des vins de fruits, mais c'est un marché en progression. Une bonne connaissance des acheteurs et des consommateurs, des raisons de leurs achats, de leurs habitudes et motivations, de leurs attentes permet de mieux cerner les potentialités du marché. L'analyse de ces dernières passe par l'identification des consommateurs et de leurs lieux d'achats, des circonstances dans lesquelles les vins sont bus ainsi que des perspectives de développement du marché. Un dernier ne doit pas être omis : l'existence de situations de dépendance à l'alcool.

31 - Qui boit du vin ? Quel type de vin ?

Deux situations doivent être distinguées :

*** la consommation de produits importés** par les locaux : une première catégorie est constituée par des consommateurs à niveaux de revenu et de vie élevés ; une nouvelle classe de Vietnamiens, à pouvoir d'achat moyen et habitants des zones urbaines, se développe et constitue une clientèle à fort potentiel dans les prochaines années. Une dernière catégorie est constituée par les résidents étrangers, les étrangers de passage (voyages d'affaires) et les touristes.

Dans les boissons alcoolisées importées, les vins représentent une faible part à côté des spiritueux : 10 % (en valeur), originaires principalement de France (49 %), d'Australie (12 %), d'Italie (6 %), des USA (3 %), du Chili (3 %) et d'Espagne (1 %) (Mission Economique Hanoï, mai 2006). Les vins sont importés soit en bouteilles, soit en vrac pour être mis en bouteilles au Vietnam (en provenance de France – bordelais, pays d'Occident, du Chili, ...).

La demande locale est principalement constituée de vins d'entrée et de moyenne gamme en raison des revenus moyens modestes de la plupart des consommateurs. Le facteur prix, l'origine du vin et la marque jouent un rôle important, ainsi que l'aspect de la bouteille (Bao DO, Dominique VALENTIN, 2008, pour les aspects sensoriels). Les vins rouges représentent environ 70 % des achats de vins tranquilles, les vins blancs sont en augmentation, en particulier dans le sud du pays.

*** la consommation et/ou l'achat de produits locaux** par les locaux à pouvoir d'achat faible et habitants de zones urbaines comme de zones rurales ; cette population préfère au vin généralement la bière, l'alcool de riz et les vins de fruits. Une partie des achats n'est pas directement consommée mais donne lieu à des cadeaux à l'occasion des fêtes traditionnelles ou à l'utilisation lors de coutumes familiales.

32 - Quels lieux d'achats ?

Dans les zones urbaines, les achats sont réalisés dans les restaurants et leurs boutiques, dans les magasins spécialisés, les supermarchés (au rayon plus ou moins bien garni) ; les Vietnamiens deviennent curieux de découvrir de nouveaux vins et demandent des séances de dégustations.

Une situation peut devenir préoccupante : l'existence de contrefaçons de vins étrangers, ce qui nuit à la réputation de ces vins ; la contrefaçon peut être plus ou moins visible. Le danger est qu'elle risque de détourner les Vietnamiens de certains vins étrangers, et qu'elle donne une image fautive de ce que sont les productions des pays concernés.

33 - Dans quelles circonstances et dans quels lieux la consommation ?

Le vin (de raisin) se consomme au VN principalement lors d'événements spéciaux (Fête du Têt, fête nationale, mariages, ...), lors de repas officiels ou d'affaires (occasions sociales et concept anglo-saxon de "social wines"). Ce sont des moments où l'image du produit est extrêmement importante, un bon vin valorisant à la fois les personnes présentes et l'événement. Il est très vraisemblable qu'il n'existe pas aujourd'hui de consommation régulière comme dans de nombreux pays ; des distinctions devenues habituelles dans de nombreux pays, comme celles de consommation à domicile ou hors domicile (restaurant), de consommation au cours d'un repas ou en dehors des repas (apéritif, ...) restent prématurées.

34 - Quel potentiel de consommation et de développement à moyen terme au VN ?

On assiste dans quelques grandes agglomérations (Hanoï, Ho Chi Minh Ville...) à un développement original de "bars à vins", magasins spécialisés qui assurent les fonctions de bar, restaurant, boutique de vente et lieu de dégustation, lieu de rencontre d'une clientèle jeune et aisée. D'autres lieux de consommations sont en train d'apparaître dans les zones urbaines, en particulier en faveur de la jeunesse : les discothèques, karaokés, ... Des produits dérivés du vin peuvent y trouver quelques débouchés. Ces phénomènes mériteront une attention particulière dans les années à venir afin de suivre leurs potentialités.

35 - Les effets prix – résultats de la littérature

Pour la plupart des biens "normaux", on constate l'existence d'une relation généralement inverse entre le prix et la demande d'un produit (élasticité négative de la demande par rapport au prix). Toutefois,

* (a) cette relation peut ne pas être de même niveau selon que les individus ont des revenus faibles ou élevés – en cas de haut revenu, les réactions sont faibles et il y a peu de changement de comportement – si les revenus sont faibles, on assiste à des substitutions entre les boissons, entre les catégories et entre les qualités ;

* (b) l'élasticité-prix est plus faible pour les boissons préférées des consommateurs dans une culture ou sur un marché donnés, que pour des types de boissons alcoolisées qui suscitent un moindre engouement de la part des consommateurs : c'est le cas du vin et de la bière en France, plutôt le cas de la bière et de l'alcool de riz au VN ;

* (c) les jeunes présentent généralement une plus grande sensibilité aux prix que les adultes – une augmentation de la taxation et du prix réduit la consommation et limite la probabilité d'une consommation excessive (réduction du nombre de jeunes buveurs excessifs, réduction d'une consommation occasionnelle et massive) ; à l'inverse, une baisse de prix accroît la consommation et accroît la probabilité d'une consommation excessive ;

* (d) une baisse des taxes et des prix entraîne une hausse de la consommation d'alcool pur (phénomène observé en Norvège en 2002-2003), avec des effets différents à court et à moyen terme, éventuellement élevés au début, plus limités ensuite. Il sera intéressant de voir, lorsque ce sera possible avec le recul et les statistiques suffisants, ce qu'auront été les conséquences de l'augmentation des taxes sur la bière depuis janvier 2008 ;

36 - Les phénomènes de dépendance

* (e) pour l'alcool, comme pour le tabac, les phénomènes d'addiction ou de dépendance viennent perturber ce mécanisme ; un traitement particulier des individus gros buveurs s'avère indispensable ;

* (f) les spécialistes de finances publiques justifient la mise en place de taxes conduisant à une hausse de prix, voire à un prix élevé, par le fait qu'elles sont susceptibles d'une part de retarder l'entrée dans la boisson, ensuite de limiter une consommation massive et à risque ; autrement dit, on cherche à réduire la possibilité de passer de l'abstinence à une consommation modérée, puis d'une consommation modérée à une consommation excessive ; si un tel phénomène est vraisemblable pour de nouveaux consommateurs (en particulier les jeunes aux budgets limités), une hausse du prix peut simultanément impliquer un transfert de la consommation, et en particulier vers de la consommation à risque sur un autre produit de prix moins élevé. Ainsi, les gros buveurs sont également concernés par les modifications de prix et ils vont s'adapter en ayant tendance à acheter des produits moins chers dans la catégorie de boissons qu'ils préfèrent, produits éventuellement de moindre qualité.

* (g) les hausses de prix différenciées : si les prix relatifs baissent à l'intérieur d'une même catégorie de boissons, le consommateur a tendance à se tourner vers des boissons plus chères, soit à l'intérieur d'une même catégorie de boissons, soit à travers plusieurs catégories de boissons ; si les prix relatifs augmentent, on assiste à une réduction de la consommation globale et simultanément la consommation se tourne vers des boissons meilleur marché.

37 - Les comportements et les modèles de consommations des boissons alcoolisées

Il est important de suivre les comportements des jeunes et des nouveaux consommateurs à leur entrée dans l'univers des boissons alcoolisées : âge, circonstances, ... Les modèles de consommations des boissons alcoolisées en général, et de vin en particulier, ont fortement évolué au cours des 4 dernières décennies :

* (a) dans les pays producteurs historiques (France, Italie, Espagne), la consommation de vin est passée de régulière et traditionnelle à occasionnelle et festive, accompagnée d'une chute de la consommation de vin par tête mais aussi globale ;

* (b) une autre caractéristique du modèle de consommation en Occident et dans les pays où la consommation est en diminution, est la volonté des professionnels de la filière viti-vinicole de cibler les jeunes comme nouveaux consommateurs, à leur entrée dans le monde du vin. Un enjeu des recherches actuelles des économistes, des sociologues, des spécialistes de marketing est (a) de cerner l'image du vin chez les jeunes, (b) d'expliquer leurs habitudes de consommation ou de non consommation, (c) de préciser les contextes de consommation (périodes, fréquences, lieu, environnement, ...) ;

* (c) en France, globalement, en ce qui concerne le vin, l'âge de la première consommation est plus élevé qu'il ne l'était il y a 20 ou 25 ans. En 2005, il n'y a plus de consommateur régulier avant l'âge de 35 ans. En revanche, la consommation de bière et celle des spiritueux se fait à un âge plus jeune et quelquefois de manière massive (phénomène récent du "binge drinking", de la défonce alcoolique ou de la "biture expresse"). A l'inverse, dans les pays nouvellement consommateurs (Europe du nord en particulier), la consommation augmente rapidement ;

* (d) on assiste simultanément à une baisse de la demande de vins de consommation courante (vin de table) et à une hausse de celle de vins de qualité et vins fins (vins de pays, vins de cépages notamment, vins d'AOC) ; ceci renvoie à la segmentation de l'offre avec le modèle méditerranéen (segmentation réglementaire) et le modèle anglo-saxon (segmentation par les prix) ;

* (e) **dans la plupart des pays asiatiques**, la consommation par tête reste modeste. A noter que l'étude de séries longues sur un grand nombre de pays semble faire apparaître que très souvent la source d'alcool dominant cède du terrain au profit des autres sources. Ainsi des pays traditionnellement consommateurs de bière s'orientent-ils vers le vin (sans que leur consommation d'alcool n'augmente) et des pays traditionnellement consommateurs de spiritueux se tournent vers le vin et la bière ;

* (f) **la place et le rôle des femmes** – la croissance de la consommation mondiale de vin est pour une large part le fait des femmes. (a) Elles sont de plus en plus nombreuses à effectuer les achats alimentaires du ménage, dont le produit vin, et elles ont acquis petit à petit de l'expérience. (b) Dans la modification des modèles de consommation d'alcool, elles jouent un rôle non négligeable en se démarquant des modèles masculins.

- à travers le monde : aux USA, les femmes jeunes, actives, n'hésitent pas à se retrouver dans les bars à vin, après le travail, pour boire un verre, plus souvent un verre de vin qu'un cocktail, un comportement similaire est observé au Royaume Uni ; en Afrique du Sud, dans les rencontres sociales, les femmes préfèrent généralement du vin à des alcools tels que le whisky, le gin, la vodka, ... ;

- en Europe : en Europe du nord, en Russie et dans les pays de l'Est : de manière traditionnelle, les hommes consomment des alcools forts lorsqu'ils se retrouvent (schnaps, aquavit, vodka, ...), les femmes restent à la maison. De manière récente, les femmes, plus souvent actives que par le passé, exerçant des activités professionnelles et se libérant, prennent aussi l'habitude de se retrouver après le travail, dans des lieux publics ; c'est en ces occasions qu'elles sont amenées à boire du vin (tranquille ou effervescent) afin de se démarquer des comportements masculins ;

De telles évolutions sont-elles imaginables en Asie en général et au Vietnam en particulier ?

Spécificité du Vietnam – L'occidentalisation des modes de vie pour une partie de la population, en particulier citadine, conjuguée avec des préoccupations récentes en matière de santé, incitent une partie des consommateurs à passer de la consommation de bière et d'alcool fort à celle de vin. De plus, dans certaines circonstances (réceptions, rencontres sociales, ...) il est devenu plus "élégant" et "tendance" de boire du vin plutôt que de la bière, et ceci malgré le niveau élevé des prix. Une question d'importance est de déterminer de quel type de vin il s'agit : vins de fruits, vins de raisins importés ou non, et en cas d'importations, de quels pays et de quelles régions du monde ? Quelle est la place prise par les vins produits au Vietnam ? Dans quelle mesure ces vins répondent-ils aux attentes de la clientèle ?

Résumé : On observe une tendance à la hausse de la demande et de la consommation de vins. La connaissance du marché passe par l'analyse des acheteurs, de leurs comportements et motivations, de leurs lieux d'achats et occasions de consommation, ... Une nouvelle clientèle apparaît avec l'accroissement du niveau de vie et le développement d'une classe moyenne ; elle souhaite un vin d'un bon rapport qualité/prix, en particulier dans les vins de milieu de gamme. Quels seront les modèles de consommation dans les prochaines années ? Dans quelle mesure la production locale est-elle ou sera-t-elle en mesure de répondre ?

4 - Santé publique et consommation d'alcool

Dans de nombreux pays à travers la planète, les pouvoirs publics sont confrontés à des problèmes de santé publique en raison de divers types de coûts associés à des consommations excessives d'alcool. Face à la consommation d'alcool par la population et aux conséquences

négligentes que cela peut avoir pour la santé, la sécurité et le bien-être de la collectivité, les pouvoirs publics cherchent à mettre en place des politiques visant à réduire la consommation d'alcool, en particulier celle des alcools forts, ce qui devrait avoir pour résultat de réduire la consommation d'alcool pur. Le Vietnam est ou sera confronté à ce phénomène et les pouvoirs publics ne peuvent pas échapper à des réflexions dans ce domaine, avec la prise en considération des évolutions en volume de la consommation des différentes boissons alcoolisées ainsi que de leur structure.

La consommation d'alcool résulte d'un arbitrage individuel entre 3 sources principales : la bière, le vin (produit fermenté) et les spiritueux (produits distillés), aux contenus en alcool pur différents, de l'ordre de 4 à 5° pour les bières, de 11 à 13° pour les vins, de 19 à 40°, voire 60° pour les spiritueux (alcool de riz, vodka, rhum, ...). Plusieurs pays à travers le monde, en Europe comme en Asie (Europe de l'Est, Amérique du Sud, ...) mettent en place des politiques de santé publique afin de réduire la quantité d'alcool pur consommée. Une telle situation a tendance à se généraliser à la suite de préoccupations de plus en plus grandes en matière de santé et de sécurité. Certaines des mesures prises relèvent de la volonté de détourner le consommateur des alcools forts (spiritueux) en faveur de la bière et/ou du vin moins titrés en alcool : taxations différentielles, réglementations restrictives, interdictions de certaines boissons dans certains lieux, mise en place d'incitations, de mesures promotionnelles pour réduire ou limiter l'accès aux boissons les plus fortement alcoolisées. Il s'agit là d'arriver à un « changement des modèles de consommation » et de trouver tout moyen pour y parvenir. De nombreuses études et expériences semblent mettre en évidence que les mesures sont d'autant plus efficaces qu'elles interviennent auprès de la population jeune, d'abord dans les zones urbaines, ensuite dans les zones rurales.

41 - La consommation d'alcool pur

Les dernières publications de l'Organisation Mondiale de la Santé [OMS - **Global Status Report on Alcohol 2004** - http://www.who.int/substance_abuse/publications/statusreportalcoholwpro/en/index.html] et les statistiques officielles révèlent que pour la population des plus de 15 ans, la consommation moyenne d'alcool pur par tête et par an se montait en 2001 à près de **1,4 l au Vietnam**. A la même époque, ce montant était de 14 l en France, de 4,5 l en Chine et de 8,5 l en Thaïlande. L'essentiel est issu des alcools forts (0,9 l) et de la bière (0,43 l). En France, l'essentiel vient du vin (9 l) puis des alcools forts et de la bière. Au Vietnam, il n'y a aujourd'hui que peu d'informations (même officielles) sur l'alcool provenant du vin dont la consommation semble limitée aux zones urbaines, aux réceptions, à une consommation plus ou moins régulière de la part des "Occidentaux", résidents ou touristes.

Entre les deux pays, les situations sont très différentes. Pour le Vietnam, plusieurs points méritent d'être précisés :

* **L'évolution** depuis 1961 fait apparaître une hausse des quantités ingérées jusqu'en 2000, avec une brève réduction en 1995 et 1996 ; la baisse de 2001 s'est-elle poursuivie ?

* **le problème de la qualité et de l'utilisation de l'information** : si la valeur officiellement enregistrée est de 1,4 litre, le défaut de précision et l'approximation de l'estimation se montent à 1 litre par tête et par an (ce qui représente un surplus de 71,43 %), d'où une consommation à retenir de **2,4 litres** ; ce supplément prend en compte la consommation des alcools illicites non taxés (d'origine locale et villages produits par le secteur non structuré), issus du commerce transfrontalier, de la contrebande, ...

* par ailleurs, une grande partie de la population ne boirait pas d'alcool, en particulier les jeunes, les femmes (Statistiques OMS avec 69,5 % d'abstinents). La prise en compte de cette situation fait monter la consommation moyenne (officielle !) à environ 4,66 l d'alcool pur par an (365 jours) et par buveur, soit 3.728 grammes d'alcool par an et 10,12 grammes par jour. En tenant compte de la correction évoquée ci-dessus, cela correspond à **8 l d'alcool pur soit 6.400 grammes par année et 17,53 grammes par jour pour les buveurs ; une telle quantité représente un peu moins de ½ litre de bière à 5° par jour [1/2 litre = 20gr], ou encore 5,47 cl d'alcool à 40°**. Ces valeurs moyennes cachent sans doute de fortes disparités entre les régions et provinces d'une part, entre les zones urbaines et les zones rurales d'autre part ;

* **le problème de la qualité du produit** : l'essentiel de l'alcool pur provient des spiritueux et vraisemblablement de l'alcool de riz (dont le degré alcoolique varie de 18 à 40 / 60°) avec plutôt des alcools de 40 à 60°. Pour cette boisson très populaire au VN, si une grande partie de la production domestique (nationale) est officielle et d'origine industrielle ou artisanale (dans les villages), une autre partie est sans doute liée à la contrebande, à la contrefaçon, pouvant conduire à une production d'alcool de mauvaise qualité, frelaté et dangereux pour la santé. Le rapport d'août 2006 de l'OMS estime que de 30 à 40 % de tout l'alcool vendu serait issu de la contrebande ;

* **contrefaçons** : elles se font aux dépens à la fois des firmes qui exportent des boissons alcoolisées au VN et des industries locales – les consommateurs locaux peuvent ne pas en être conscients en achetant en toute bonne foi des boissons de marques étrangères connues et de bonne réputation. La lutte contre de telles pratiques passe par la mise en place de réglementations strictes, de contrôles efficaces et limitant les possibilités de corruption ;

* **fraude** : dans quelle mesure les consommateurs ont-ils accès à des boissons alcoolisées illégales, alcool de fabrication domestique ou de "fabrication artisanale", production dans un secteur non structuré, produits de contrebande, ... ? De tels alcools sont fabriqués à un coût bien inférieur à celui des boissons qui le sont à des fins commerciales, et vendus sans taxes, donc à des prix moindres ;

* **contrebande** : pour contrer ce phénomène, on peut imaginer la mise en place de contrôles stricts aux frontières, la surveillance des points de ventes au détail ... , mais aussi une lutte contre le marché noir des timbres d'accise, une surveillance des produits dont l'estampille attestant que les droits d'accise ont été payés a été contrefaite ; à noter que dans les pays à revenus bas et intermédiaires, on observe une capacité limitée à prendre des mesures de répression contre la production illégale.

* **le phénomène d'alcoolisme** : une connaissance sérieuse et indispensable de la situation au Vietnam suppose que l'on puisse répondre à des questions telles que : quelle est la forme de la consommation à risque ? quels sont les phénomènes de dépendance à l'alcool (gros buveurs, alcooliques) ? quelles sont les catégories de la population concernées (sexe, âge, situation sociale, lieu de résidence, ...) ? L'alcoolisme est-il un phénomène urbain ou rural ou les deux ?

* **les facteurs culturels** et la place que l'alcool a dans la vie quotidienne et sociale d'une large part de la population (rôle dans les discussions et négociations, ...) ; l'alcool de riz est au VN une boisson traditionnelle, très populaire dans les zones rurales et bon marché en raison de la matière première utilisée et des conditions de production (alcool artisanal, production domestique). Un élément favorable à un transfert vers la consommation de vin pourrait apparaître avec la réduction des prix des vins et la possibilité d'acheter des vins produits localement. Toutefois, la bière restera sans doute pendant longtemps un substitut plus vraisemblable.

* **l'efficacité de la taxation** : si la proportion de produits fabriqués illégalement est importante, cela met en cause l'efficacité de la taxation de l'alcool en tant que mesure de santé publique ; une augmentation de la taxation (et donc des prix) entraîne généralement rapidement une augmentation de la production informelle et de la contrebande ; par ailleurs, les phénomènes de corruption rendent les opérations encore plus difficiles à mettre en place et aboutissent à une réduction de l'efficacité des décisions et des mesures prises ;

42 - Les coûts d'une consommation excessive d'alcool

Une consommation abusive d'alcool aura plusieurs types de conséquences dommageables et d'effets nuisibles. Un premier type concerne **la santé** à travers un mauvais état de santé et des maladies occasionnant des arrêts de travail, des accidents (travail, circulation) pouvant aller jusqu'à des infirmités, incapacités de travail temporaires ou permanentes, voire des décès. Une autre conséquence relève des **relations familiales et sociales** : comportements violents, mauvais traitements et violences familiales, coups et blessures, délinquances, agressions, homicides et criminalité et tous troubles à l'ordre public. Au niveau du **pays et de la collectivité**, ces phénomènes se traduisent par des baisses de productivité et de disponibilité de la main d'œuvre, ensuite des baisses de revenus des familles, de production nationale (PIB) et de manière plus générale une régression du bien-être de la population.

Une partie des recettes issues des taxations doit être consacrée au financement des services de santé, des services sociaux et soutien familial, et au maintien de l'ordre et de la justice ; ceci constitue une légitimité des systèmes de taxation. Quelle est aujourd'hui l'efficacité réelle de l'action de lutte contre les effets nocifs de la consommation d'alcool ?

* **Questions : est-il possible de remplacer une partie de la boisson d'alcool de riz par du vin, de fruits ou de raisin, moins élevé en degré d'alcool (de 12 à 14°) ?** Il est nécessaire de s'interroger sur les habitudes de consommation et les possibilités de substitution, par exemple à l'occasion des repas ou lors des réceptions. Mais cela pourrait toucher dans un premier temps essentiellement les populations urbaines. A quelle vitesse une telle situation peut-elle se diffuser en dehors des villes ?

* **quelles peuvent être les incitations pour opérer les substitutions des alcools forts (spiritueux) vers des boissons moins alcoolisées (vins, bières selon les circonstances : repas, réceptions, ...)?** Une action à travers les prix et les taxes peut-elle être efficace ? Une occidentalisation partielle des comportements dans les zones urbaines est-elle marginale ? Peut-elle se diffuser et dans quelles conditions ? Peut-elle constituer une réponse et une solution possibles ?

* **dans les zones urbaines**, dans les cocktails, une habitude apparaît de remplacer l'offre de bière par celle de vin ; peut-on imaginer le remplacement de l'alcool de riz par du vin pour l'accompagnement du repas ? Un commencement serait possible dans les restaurants, par exemple en interdisant la consommation d'alcool de riz durant les repas. Quid de l'alcool vendu dans les petits commerces ?

* **dans les zones rurales**, là où peut-être il y a de l'alcoolisme, comment intervenir ? D'autant plus que c'est sans doute dans ces zones qu'il y a le plus d'alcool de riz produit de manière artisanale et domestique, voire de contrebande ou de produits frelatés et nocifs pour la santé.

43 - Santé publique et alimentation – le marché du riz au Vietnam

En raison de la place prise par l'alcool de riz, il peut être utile d'avoir un éclairage sur ce qui se passe sur le marché du riz. Le Vietnam est parmi les principaux producteurs de riz ; lors de la

campagne 2007-2008 (Les Echos – 18/04/2008), il est le 2^{ème} exportateur (4 millions de tonnes), derrière la Thaïlande (9 millions de tonnes) et devant les USA (3,5 millions de tonnes). La production de riz nouveau est consacrée à la nourriture et aux exportations. L'alcool de riz est fabriqué à partir de riz plus ancien, avec le risque de pertes dues à de mauvaises conditions de conservation. Deux questions :

* l'utilisation pour fabriquer (officiellement ou frauduleusement) de l'alcool entre-t-elle en concurrence avec une autre utilisation, comme la nourriture humaine, la fabrication de produits alimentaires, ou bien encore les exportations ? Assiste-t-on à un détournement de produits alimentaires ?

* y a-t-il un problème d'alimentation au VN, en particulier dans les zones rurales ? L'analyse passe par l'étude de la ration alimentaire qui représente la quantité d'aliments à ingérer chaque jour pour couvrir la totalité des dépenses et assurer l'équilibre nutritif de l'individu ('aspect quantitatif du problème).

D'après le rapport de la FAO (2006), la ration alimentaire moyenne était de 2.180 kcal/personne/jour sur la période 1990-1992 ; elle est passée à 2.580 kcal/personne/jour sur la période 2001-2003 <ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/009/a0750e/a0750e00.pdf> (tableau 2 p.35 à 37). Toujours selon ce même rapport, sur une population totale de 80,3 Millions en 2001-2003, la population insuffisamment nourrie représentait 13,8 millions individus, soit $13,8 / 80,3 = 17,18 \%$. Pour information, pour la même période, la ration était de 3.400 à 3.500 kcal dans les pays ayant moins de 5 % de population sous-alimentée (cas de la Turquie par exemple).

Il s'agit là d'informations sur des moyennes, à utiliser avec précautions en l'absence de connaissance sur la dispersion qui est sans doute grande entre villes et campagnes. Il semble exister encore aujourd'hui un **problème d'insuffisance alimentaire**, sans doute plus important dans les régions rurales que dans les régions urbaines. Les conséquences de l'alcoolisme sur des individus dont la consommation d'alcool est excessive et la ration calorique alimentaire faible (organismes malnutris) n'en sont que plus pernicieuses.

* par ailleurs, tout récemment (2007- printemps 2008), les effets du réchauffement et des dérèglements climatiques au niveau mondial ont entraîné des baisses des récoltes et de la production, inégalement réparties à travers le monde. Si les quantités de riz produites restent encore suffisantes aujourd'hui au niveau de la planète, des stratégies de rétention et de spéculation sont apparues, au niveau des producteurs comme du négoce. Les pays producteurs sont tentés de développer des stratégies de réduction des exportations afin de préserver la nourriture domestique (homme et animaux). Au VN, après une période de réduction voire d'arrêt des exportations au printemps 2008, la situation s'est détendue et les exportations ont repris afin de respecter les engagements de livraison pris antérieurement.

* en outre, l'accroissement du prix du pétrole à partir de 2004 et son accélération depuis l'été 2007 ont entraîné une augmentation des coûts du transport du riz des pays producteurs vers les pays qui sont dans l'obligation d'importer cette marchandise pour nourrir leur population (Afrique notamment). Il s'en est suivi au printemps 2008 une formidable hausse du prix du riz sur l'ensemble des marchés nationaux et internationaux (cours du riz à Chicago -Euromonitor - http://www.fao.org/es/ESC/en/15/70/highlight_533.html). Même si les pressions sur les prix ont été réduites depuis l'été 2008, on imagine sans peine qu'une concurrence risque d'apparaître entre les différentes utilisations du riz et qu'une tension de plus en plus forte est susceptible de se développer sur les marchés.

* le phénomène de renchérissement du riz, produit ayant une place importante dans l'alimentation au VN, entraîne une hausse du coût de la vie et une baisse du pouvoir d'achat. Y a-t-il un risque de révolte des populations ? Ou peut-être une accentuation de la malnutrition ?

* une question d'importance est alors la suivante : dans la situation qui est en train de se développer, le riz produit ne serait-il pas mieux utilisé pour l'alimentation de la population plutôt qu'en fabrication d'alcool ? Les pouvoirs publics peuvent-ils être incités à prendre des mesures visant à réduire la part de riz consacrée à la fabrication d'alcool pour la consacrer à l'alimentation ? (cf. politique développée en Chine). Quelles sont les possibilités de mise en place et de contrôle de mesures allant dans ce sens ?

Résumé : Dans de nombreux pays apparaissent des préoccupations en matière de santé publique et de coûts liés à une consommation excessive d'alcool ou à l'ingestion d'alcool frelaté ou de mauvaise qualité. Si de plus des phénomènes de malnutrition restent présents, on peut raisonnablement s'interroger sur la concurrence entre les utilisations du riz (nourriture / fabrication d'alcool) dont le prix et ses fluctuations risquent d'être fortement influencés par des dérèglements climatiques de plus en plus fréquents.

5 - Offre et Production

D'une manière générale, il y a un essor de la production viticole en Asie (cf. statistiques OIV - 2005) en particulier en Chine ; une homogénéisation des informations recueillies par l'OIV est en cours, ralentie par le besoin d'harmoniser les définitions, les modes de recueil des statistiques, ... Par suite, il n'y a pas ou très peu d'informations disponibles sur de nombreux points (surfaces plantées, productions de raisin et de vin, consommations globales et par tête, ...). Seuls quelques éclairages et éléments de réflexion sont abordés ici ; ils pourraient faire l'objet ultérieurement de présentations plus approfondies.

51 - La production

Une dizaine de firmes produisent des vins de fruits, de raisin de table avec une production de l'ordre de 10 Millions de litres. Les deux plus importants producteurs sont "*Thang Long Wine and Beverage Company*" et "*Ladofoods - Lam Dong Foodstuff - Joint Stock Company*" (Mission économique). Les vins (de raisin) locaux sont destinés à satisfaire une demande de produits d'entrée de gamme par des consommateurs locaux qui n'ont pas accès ou très peu, pour des raisons financières aux produits d'importations. L'accroissement du pouvoir d'achat d'une partie de la population et les baisses de prix consécutives à la diminution des taxes sur les alcools devraient exercer une pression sur les producteurs locaux qui vont devoir s'ajuster aux standards internationaux en termes de qualité notamment. Toutefois, des modifications des taux de change et la dévalorisation du dong vis-à-vis de l'euro et du dollar anéantissent l'effet des baisses de prix des produits importés.

52 - L'organisation de la filière

La production de vins est le fait d'entreprises "industrielles" qui généralement ne possèdent pas de vignobles. On est donc en face d'une structure de la filière qui distingue nettement le producteur de raisin du producteur de vin et il en résulte une importance primordiale du prix du raisin dans le processus de production et dans les processus de décision des partenaires. En France, cette situation se rencontre en Champagne ; elle est relativement courante aux Etats-Unis et dans certains "Nouveaux Pays Producteurs" tels que l'Australie, l'Afrique du Sud, ... Elle a donné lieu à une vaste littérature théorique et empirique.

Le producteur de raisin : il s'agit généralement de petites propriétés (familiales ?), de type "TPE - Très Petite Entreprise" de 0,1 à 0,4 ha (Le Quang et alii – 2001) ; cette structure est intéressante pour les stratégies de niche et donc une vente du raisin à des acheteurs très ciblés et à un segment de clients très particuliers mais qui ne donne pas un pouvoir de négociation très grand ; le producteur cherche la rémunération maximale de son raisin ; trop souvent il s'agit ici de cépage propre au raisin de table (cardinal) et non propice à la production de vin. L'avantage de cette variété est d'être bien rémunérée par rapport à la syrah ou au sauvignon blanc. Le "paysan" a trois décisions à prendre qui vont avoir une influence sur la production de raisin. La première concerne le choix de la culture compte tenu des caractéristiques de la région (raisin, fruits, ...), la deuxième est relative au choix du type de raisin (raisin de cuve ou raisin de table), la troisième relève du cépage choisi, par exemple pour produire du vin, la syrah ou le cabernet sauvignon (Cutts et alii – 2007).

Le producteur de vin : il achète ce qu'on lui propose et n'a pas encore suffisamment d'exigences vis-à-vis de la matière première, liées aux soins apportés à la vigne, au rendement, aux caractéristiques du raisin (maturité, teneur en sucre, acidité, ...). Il n'a pas encore pris l'habitude d'exiger un cépage adapté à la fabrication de vin ; la technique de fabrication doit pallier aux défauts, d'où souvent des vins aromatisés par ajout d'épices (cannelle) ou d'herbes. En outre, il n'a pas encore suffisamment le souci de la qualité de la matière première indispensable pour produire un vin de bonne qualité. Enfin, une étape importante dans la détermination de la qualité finale tient au transport de la matière première si l'industriel ne se trouve pas sur le lieu de production de raisin (raisin ou moût) dans de bonnes conditions d'hygiène, de température, ...

Dans de nombreuses régions du monde, des contrats d'approvisionnements sont passés entre producteurs de raisin et producteurs de vins. Ils précisent diverses caractéristiques telles que les quantités et les caractéristiques des raisins proposés (maturité, sucrosité, acidité, ...), le prix, les dates de livraisons, ... Les producteurs de vin vietnamiens ne semblent pas encore avoir intégré de telles pratiques. Et en particulier, il ne semble pas y avoir de contrôle de qualité ni de procédures d'incitations à produire des raisins de qualité, à travers les prix notamment. Pourtant, la qualité des vins produits dépend fortement de la qualité des raisins utilisés.

53 - Les dotations en facteurs

Les perspectives de productions doivent être analysées compte tenu des avantages et contraintes sur les facteurs de productions (terre, ressources humaines, moyens de financement, techniques) ; un élément qui prend de plus en plus d'importance aujourd'hui concerne la nature et le climat qui renvoie aux vignobles des zones tropicales.

1 - La vigne est une plante pérenne qui nécessite des investissements lourds : préparations des terres, encépagement, rentabilité absente ou faible lors des premières années ; en Europe, il n'y a pas de récolte utilisable pendant 3 années, puis il faut attendre deux années supplémentaires avec des petites récoltes avant d'obtenir des raisins en qualité et quantité satisfaisantes pour faire du vin commercialisable. En France, les calculs de rentabilité sont effectués sur une base de durée de vie moyenne de 30 ans, même si la plante est productive sur un plus grand nombre d'années. Les investissements dans ce domaine se font sur du long terme et ne sont pas engagés à la légère. Le retour sur investissement est long.

Questions ayant des répercussions sur les coûts de production des vins - Au VN, la durée moyenne de vie d'un cep (durée productive) dans les conditions de culture et de récoltes spécifiques à ce pays et à cette région du monde est d'une dizaine d'années. Si il y a 3 récoltes par an pour le raisin de table, est-ce la même chose pour le raisin de cuve ? Y a-t-il alors un épuisement rapide de la plante ?

Plusieurs aspects techniques relatifs à la plante, au climat, ... ont des retombées économiques (Marielle ADRIAN, 2008 ; Jocelyne PERARD, 2008) et devront être analysés, comme par exemple les adaptations de la plante, les dates, la qualité des récoltes et des raisins les plus appropriés pour faire du vin. Quels sont les rendements ? Quelles sont les informations disponibles sur les rendements et les productivités qui diffèrent selon la saison de récolte en lien avec les conditions climatiques ? (FAO-2001)

2 – L'espace agricole disponible : contraintes physiques et coûts d'aménagement

Les zones de la production actuelle sont de surfaces réduites ; les principales sont dans les provinces de **Ninh Thuận** et de **Binh Thuận** (sud est du Vietnam) ; des essais et expérimentations sont développés depuis quelques années dans le nord (province de **Lào Cai**, en collaboration avec la région Aquitaine). Les réflexions présentées ci-dessous seront principalement des questions auxquelles il serait bon d'apporter des réponses dans les années à venir.

* compte tenu de la configuration géographique, les terres agricoles représentent 74,2 % de la surface du pays, dont 17 % sont consacrées à la culture du riz et 12,4 % aux plantes pérennes (vignes, arbres fruitiers, café, ...) (GSO 2006) - Quelles sont les surfaces consacrées aux vignobles qu'il s'agisse de raisin de table ou de cuve ? Est-il envisagé aujourd'hui des substitutions de produits agricoles en faveur de la vigne ? A la fin des années 90, des stratégies de reconversions de certaines exploitations, de diversifications pour d'autres, ont été menées en faveur de la viticulture, pouvant aller jusqu'à des plantations dans des sols inadaptés (FAO 2001 §.9) d'où des investissements coûteux, voire peu raisonnables ; quel est le bilan de cette opération ?

* quelles sont les perspectives d'accroissement des surfaces plantées en vue d'une production future ? Les aménagements des terres non cultivées aujourd'hui mais potentiellement utilisables sont lourds (zones montagneuses et pentues nécessitant des aménagements par exemple sous forme de terrasses, ...) ; qui acceptera de financer ? Quels sont les centres de décisions ?

* **les coûts d'opportunité** : dans l'hypothèse où les aménagements sont entrepris afin d'accroître les terres cultivables, quels sont les choix de cultures qui seront faits ? Quelles sont les opportunités alternatives pour l'utilisation des terres dans le domaine agricole ? Quelles sont les cultures de substitution (arboriculture, ...) ? Y a-t-il des cultures qui peuvent être considérées comme plus prioritaires que d'autres, afin de répondre à des besoins : cultures vivrières pour l'alimentation humaine et/ou animale, les exportations, ...? Quelle est la rentabilité attendue de la vigne par rapport à d'autres cultures ? Qui décidera ?

* est-il possible d'envisager une double culture ? Par exemple, dans le cas où la vigne est en treille, possibilité de planter au pied une deuxième plante, légume, ... ainsi qu'on le rencontre fréquemment par exemple au Portugal ou au Brésil. Quelles sont les plantes compatibles ?

* **les utilisations alternatives des terres** : dans les zones potentiellement agricoles, y a-t-il une concurrence possible avec des utilisations résidentielles, commerciales, touristiques ? Dans

certaines régions d'Europe (France, Espagne), une partie de la réduction des surfaces plantées en vigne à vin est due à des reconversions des terres qui donnent lieu à des zones résidentielles et commerciales dans les zones périurbaines des grandes agglomérations (Sud-est et région Languedoc-Roussillon par exemple). Quelle est la pression qui s'exerce sur les terres agricoles autour des zones urbaines ?

* **coût de construction des vignobles** : il s'agit essentiellement d'abord de coûts d'aménagements des terrains, du sol et des surfaces ; il est ensuite nécessaire de travailler le sol avant la plantation (ameublement, nivellement, drainage, ...) ; quelles sont les nécessités de micro-irrigation, de drainage ou d'autres installations ? Il faut ensuite prévoir les installations des structures (treilles, piquets, fils, ...), déterminer les densités de plantations (généralement 2.000 pieds à l'hectare au Vietnam), choisir des cépages dont l'enjeu est crucial pour le producteur de raisin et ses revenus (cf. FAO 2001)

* **coût d'entretien du vignoble** : aération des terres, amendements et engrais, désherbage (à la main ou mécanique ou par utilisation de désherbants chimiques), ... Y a-t-il des préoccupations en matière de pollution, d'environnement et de développement durable ?

* **financements** – quels sont les financeurs, publics et/ou privés, locaux et/ou étrangers ? Quelles sont la forme et la part du soutien des pouvoirs publics (Etat – régions ou provinces – autorités locales) pour le développement de la viticulture ? Quelles sont les opérations couvertes par ces participations : prêts à taux d'intérêts faibles, aménagements de réserves d'eau, développement de canaux d'irrigations, ..., investissements dans la recherche agricole et agronomique ? (LE QUANG-2001 - §8 et 10)

3 – Main d'œuvre

* l'activité dans la filière viti-vinicole est exigeante en travail (30 à 35 % du coût de production au départ de la cave en Bourgogne et Bordelais), dont une partie de faible qualification pour le travail sur la plante ; ceci constitue un avantage en termes de coûts pour les pays à bas salaires, en particulier en Asie ;

* existe-t-il du chômage déguisé et une population rurale disponible pour cette nouvelle activité ?

* existe-t-il du personnel qualifié en quantité suffisante ? quels sont les besoins de formations et dans quelles spécialités tout au long du processus de fabrication ?

* quelles sont les qualifications des responsables d'exploitations dans les zones actuelles de production de raisins de cuve (LE QUANG – 2001 - §8).

54 - Les coûts de production

L'économiste porte toujours un grand intérêt aux coûts de production. Dans le domaine des boissons alcoolisées, ils sont généralement plus élevés pour le vin et la bière que pour les eaux de vie distillées (coût par litre d'alcool pur en particulier) ; le prix hors taxe des alcools forts est par suite plus faible, et les prix des alcools de contrebande (par nature peu ou pas taxés) sont bien moins élevés que ceux du vin ;

La structure des coûts est une autre dimension pertinente dans les stratégies et les prises de décisions des producteurs de raisin et des industriels du vin ; en France, en Bourgogne et en Bordelais en particulier, des études fines sur les coûts de production du raisin, du vin et de la bouteille, prenant en compte l'ensemble des dépenses occasionnées, mettent clairement en évidence deux résultats importants. Le premier est que pour des vins d'entrée de gamme (Bordeaux ou Bourgogne, vins régionaux) près de 20 % du prix de la bouteille de vin, à la sortie de

l'exploitation, relève de la production du raisin. Cette proportion peut aller jusqu'à près de 38 % pour des vins de qualité supérieure comme les vins des Côtes de Beaune et de Nuits-Saint-Georges en Bourgogne ou du Médoc en Bordelais (cf. la grille d'analyse et les tableaux donnés en annexe). Un tel résultat montre la place prise et l'importance de la matière première dans le produit, et surtout l'enjeu portant sur la qualité de cette matière première. Le deuxième enseignement de ces études est que la main d'œuvre représente 30 à 40 % du coût total ; ce facteur de production est difficilement compressible, et les pays à bas salaires apparaissent avantagés, ce que de nombreux domaines français ont bien compris quand ils décident de s'installer au Chili, au Brésil et dans l'hémisphère sud en général. L'Asie représente également une zone de production recherchée, une fois les problèmes techniques réglés.

Dispose-t-on des coûts de production actuels dans le sud du VN ? Peuvent-ils servir de références ? Le souci des professionnels dans les années à venir et à travers le monde est d'évaluer l'influence de la hausse des prix de certains facteurs comme l'énergie notamment (électricité, carburant) et de modifier leurs techniques de production (viticulture, pratiques œnologiques) afin d'en maîtriser la consommation.

55 - Contraintes et implications de l'adhésion à l'OMC

Une dernière information rapide rappelle certaines des contraintes qui doivent être respectées dans la production des produits alimentaires à la suite de l'adhésion à l'OMC.

(a) L'adhésion impose aux vins de se conformer aux critères internationaux en matière de technologie de production, de qualité et de goût ; améliorer le savoir-faire œnologique devient une nécessité ;

(b) L'intégration dans l'OMC contraint au développement de contrôles concernant la sécurité alimentaire, le respect de normes internationales, les grades de qualité. Comment gérer la fraude et les contrefaçons encore présentes sur le marché intérieur ? Dans quelle mesure concernent-elles le vin ?

(d) L'adhésion oblige à se conformer aux obligations légales en matière d'information sur la composition des produits sur l'étiquette, sur la teneur en alcool ainsi qu'à la réglementation en matière d'assemblages et de mélanges ;

(e) L'adhésion entraîne la reconnaissance et la protection des indications géographiques dans le cadre de l'ADPIC – Accord sur les aspects des Droits de Propriété Intellectuelle touchant au Commerce. L'Indication Géographique (IG) est un signe qui permet d'identifier l'origine géographique du produit et qui a pour but de le protéger juridiquement. C'est un moyen de gérer collectivement un patrimoine commun en liaison directe avec le lieu de production, le territoire et surtout le terroir qui associe les facteurs naturels (sol, sous-sol, climat) et humains (culture, pratiques viticoles et œnologiques)). Des systèmes plus ou moins contraignants ont été mis en place à travers le monde, des AVA (American Viticultural Areas) aux USA à la labellisation IGP (Indication Géographique Protégée) créée en 1992 au sein de l'Union Européenne, jusqu'à des systèmes plus contraignants tels que l'AOC (Appellation d'Origine Contrôlée) en France, le DOC (Denominazione di Origine Controllata) en Italie et le DO (Denominaciones de Origen) en Espagne. Cette reconnaissance et cette protection du produit permettent de valoriser le vin à travers le sol qui a produit le raisin.

Sur le marché intérieur : quelle est la portée de telles contraintes ? Quelles sont les incitations à les mettre en œuvre afin de les respecter ? Pour le marché extérieur et les exportations, il y a nécessité de se conformer aux règles en usages, sous peine de ne pas pouvoir entrer sur certains marchés (cf barrières à l'entrée) ou de se voir contraint de se retirer de certains marchés pour non respect de la réglementation.

La participation à l'OCM est aussi, à terme, une incitation à constituer une association professionnelle de l'industrie vinicole chargée de servir de lien entre les pouvoirs publics ou les autorités gouvernementales d'une part et les entreprises d'autre part. Elle peut aussi être un interlocuteur reconnu dans les discussions internationales. Par ailleurs, la profession sera rapidement amenée à réfléchir à son mode d'organisation et de gouvernance afin d'assurer la promotion collective d'un secteur en développement et de faire des propositions de labellisations (cf. point (b)) et de positionnement (IGP – vins de marques – vins de cépages, ...) afin de protéger certaines indications géographiques.

Résumé : Aujourd'hui, la production au VN est peu importante et d'entrée de gamme. L'étude des facteurs de production fait apparaître que de nombreux problèmes techniques, imparfaitement maîtrisés, ne permettent pas suffisamment de mettre des produits de qualité sur le marché tant intérieur qu'extérieur. Si les appuis des différentes autorités territoriales (province, région, localités, ...) et dans différentes directions (recherche agronomique, aménagement de territoire, facilités financières, ...) existent, ils sont restés jusqu'à récemment faibles par rapport aux besoins nécessaires pour assurer une production de qualité. Enfin, l'adhésion à l'OCM va imposer différentes contraintes et peut susciter la création d'une organisation professionnelle.

Conclusion

Bien d'autres points auraient mérité d'être abordés et pourront faire l'objet de documents et réflexions ultérieurs. Les éléments réunis dans cette présentation ont mis l'accent sur l'environnement du marché vietnamien et sur un certain nombre de phénomènes liés à l'entrée du VN dans l'OMC. Deux phénomènes sont observés : d'abord une baisse de la plupart des taxes sur les produits alcoolisés avec des effets sur les prix et les recettes de l'Etat, ensuite une tendance à la hausse de la demande et de la consommation de vins. Mais les boissons alcoolisées favorites restent la bière et l'alcool de riz ; le vin de raisin occupe peu de place à côté des vins de fruits. La connaissance du marché passe alors par l'analyse des acheteurs, de leurs comportements et motivations, de leurs lieux d'achats et occasions de consommation, ...

Une préoccupation des pouvoirs publics en matière de santé publique reste de limiter la consommation d'alcool pur et les coûts liés à une consommation excessive d'alcool ou à l'ingestion d'alcool frelaté ou de mauvaise qualité. Des phénomènes de malnutrition restent présents, obligeant à s'interroger sur la concurrence entre les utilisations du riz (nourriture / fabrication d'alcool) dont le prix et ses fluctuations risquent d'être fortement influencés par des dérèglements climatiques de plus en plus fréquents.

Aujourd'hui, la production au VN est peu importante et d'entrée de gamme. La filière n'est pas réellement organisée, et de nombreux problèmes techniques, insuffisamment maîtrisés, ne permettent pas de mettre des produits de qualité sur le marché tant intérieur qu'extérieur. Si le développement de la viticulture est soutenu par les autorités territoriales (province, région, localités, ...) et dans différentes directions (recherche agronomique, aménagement de territoire, facilités financières, ...), les moyens sont restés faibles par rapport aux besoins nécessaires pour assurer une production de qualité. L'analyse de la situation et de l'organisation de la filière ont permis de souligner l'enjeu lié à la fixation du prix du raisin entre le producteur et l'industriel.

De nouvelles préoccupations sont apparues récemment en Amérique du nord et en Europe avec un degré d'alcool des vins de plus en plus élevé, voire trop élevé à la suite du réchauffement du climat pendant la période de croissance de la plante ; deux réponses sont apportées : récolter le raisin avant sa pleine maturité afin de limiter sa richesse en sucre ou procéder à des opérations de désalcoolisation partielle, techniquement au point mais financièrement coûteuses (Masson, 2008). Enfin, d'autres analyses devront être menées dans les prochaines années, en particulier sur la situation du marché en termes de concurrence entre les différentes boissons alcoolisées ainsi que sur les aspects liés à la logistique des transports de la récolte lorsque les vignobles sont éloignés des centres de traitement du raisin.

Références bibliographiques

ADRIAN Marielle, 2008, "Vignes et vin au Vietnam.Pratiques viticoles au service de la qualité du vin", *Actes de l'atelier « Vignes et Vin au Vietnam : Potentialités et Perspectives »*, Hanoi, 23-25 juin.

M. CUTTS M., S. REYNOLDS, F MEYER, N. VINK, 2007, "Modelling long-term commodities: the development of a simulation model for the SouthAfrican wine industry within a partial equilibrium framework", American Association of Wine Economists (AAWE), *Working Paper*, n° 12, December.

<http://www.wine-economics.org/workingpapers/>

http://www.wine-economics.org/workingpapers/AAWE_WP12.pdf

DO Vinh Bao, Bruno PATRIS, Tu HA DUYEN, Dominique VALENTIN, 2008, "Perception du vin dans la culture vietnamienne : comparaison avec la France", *Actes de l'atelier « Vignes et Vin au Vietnam : Potentialités et Perspectives »*, Hanoi, 23-25 juin.

LE QUANG Quyen, Vu Xuan LONG, et alii, 2001, "Grape production in Vietnam", in M.K. Papademetriou, F.J. Dent (eds), *Grape production in the Asia-Pacific Region*, FAO, Bangkok

<http://www.fao.org/DOCREP/003/X6897E/x6897e00.htm#Contents>

MASSON J., Philippe AURIER, François d'HAUTEVILLE, 2008, "Measuring consumers acceptability of a new product through daily exposure:the case of a low alcohol content wine", *Colloque Enométrie XV*, Collioure, 29-31 mai.

RICHUPAN Somchai et alii, 2005, "Alcohol products taxation: international experiences and selected practices in Asia", disponible sur le site

http://apapaonline.org/data/Regional_Data/Other/International_Alcohol_Taxation.pdf

SAFFER Henry, 1989, "Alcohol consumption and tax differentials between beer, wine and spirits", NBER, Working paper, n°3200, <http://www.nber.org/papers/w3200.pdf>

Sites internet consultés

Euromonitor pour différentes statistiques, dont celles du prix du riz <http://www.euromonitor.com/> ainsi que <http://www.euromonitor.com/Vietnam>

FAO, (Food and Agriculture Organization of the United Nations), http://www.fao.org/index_fr.htm ainsi que http://www.fao.org/es/esc/en/15/70/highlight_71_p.html

FAO, 2006, The State of Food Insecurity in the World, disponible sur le site <http://www.fao.org/docrep/009/a0750e/a0750e00.htm>

GSO (General Statistics Office) of Vietnam - Institut de statistique, Rubrique "statistical data" http://www.gso.gov.vn/default_en.aspx?tabid=491

Ministère de la santé – Ministry of Health - <http://www.moh.gov.vn/>

Mission économique Hanoï – 17/03/2008 – La fiscalité des boissons alcoolisées au Vietnam – Ubifrance

OIV (Organisation Internationale de la Vigne et du vin - <http://www.int/>
Note de conjoncture mars 2008 - Situation et statistiques du secteur vitivinicole mondial 2005

OMS (Organisation Mondiale de la santé) - WHO (World Health Organization) - <http://www.who.int/fr/>

OMS - Bureau régional pour le Pacifique occidental - Centre for Social and Health Outcomes Research and evaluation – Août 2006 – La taxation de l'alcool dans le Pacifique occidental

Global Information System on Alcohol and Health (GISAH) - Country profiles <http://www.who.int/globalatlas/default.asp>

Global Status Report on Alcohol 2004, 2004 - fournit les définitions associées aux graphiques des profils pays en consommation alcool pur

http://www.who.int/substance_abuse/publications/alcohol/en/index.html

http://www.who.int/substance_abuse/publications/statusreportalcoholwpro/en/index.html

PNUD (Programme des Nations Unis pour le développement), 2007 - Rapport mondial sur le développement humain 2007/2008 – La lutte contre le changement climatique : un impératif de solidarité humaine dans un monde divisé, Édition la Découverte, Paris, 391 p.

<http://hdr.undp.org/en/reports/global/hdr2007-2008/chapters/french/>

<http://hdr.undp.org/en/francais/>

http://hdr.undp.org/en/media/hdr_20072008_fr_indictables.pdf

http://www.spc.int/AC/Healthy_Lifestyle/alcohol/La%20taxation%20de%20l'alcool%20dans%20le%20Pacifique%20Occidental.pdf

ANNEXE

Bourgogne - Côtes de Beaune et de Nuits 1994 - Bordeaux Supérieur 2002
Coût de production : respectivement 5,95 euros et 3,90 euros la bouteille

Centres	Produits obtenus	Pourcentages 1994	Pourcentages 2002
Vigne	Raisin sur pied	38 %	20 %
Récolte	Raisin coupé	6 %	
Vinification vin rouge	Moût rouges	15 %	8 %
Elevage vin rouge	Vin rouge vrac		12 %
Mise en bouteilles	Bouteille nue	10 %	12 %
Stockage des bouteilles nues	Bouteille nue et stockée	7 %	---
Habillage et emballage	Bouteille conditionnée	8 %	11 %
Bureau et commercialisation	Bouteille mise en marché	16 %	37 %

Côtes de Bourgogne 1994 – Bourgogne régional 1995
Coût de production : respectivement 5,95 et 3,66 euros la bouteille

Nature des charges	1994	1995
Main d'œuvre	38 %	32 %
Achats de produits, fournitures	18 %	26 %
Frais financiers	14 %	14 %
Services extérieurs	19 %	18 %
Amortissement	10 %	9 %
Impôts et taxes	1 %	1 %
Gestion courante	ε	ε