



# **Aides à la promotion :** **les cas de la Fédération française des industriels** **charcutiers, traiteurs et transformateurs** **de viande et des champagnes Perrier-Jouët** **et Mumm & Cie**

# Industrie charcutière : opération séduction au Japon

Transformant plus de 70 % de la production porcine française, la Fédération française des industriels charcutiers, traiteurs et transformateurs de viande (FICT) a investi plus d'un million d'euros pour conquérir le marché japonais. 80 % de ce budget ont été financés dans le cadre de la PAC.

La FICT regroupe 300 entreprises réparties sur tout le territoire national. Elles vont de la charcuterie de 30 employés à des sites de 7 000 salariés appartenant à des groupes industriels comme la Cooperl, Bigard, Jean Floc'h ou Monique Ranou<sup>61</sup>. Entre 2018 et 2020, elle a obtenu 901 714 euros de subventions de la Commission européenne afin de « renforcer la compétitivité du secteur agricole en ouvrant de nouveaux débouchés aux agriculteurs et à l'industrie agroalimentaire ». Ces nouveaux débouchés sont à explorer au sein de l'UE, mais aussi en dehors, comme au Japon, choisi par la FICT pour déployer une grande campagne de promotion. Cette campagne a été financée à 80 % par la PAC, via le budget dédié aux programmes de promotion.

## À l'assaut des promesses du marché nippon

Troisième économie mondiale, le Japon est une destination d'intérêt pour les industriels. Le pouvoir d'achat des Japonais est élevé, 10 % de la population ayant un revenu annuel supérieur à 100 000 euros. Et l'alimentation, précise la FICT, y compte pour 24 % des dépenses des foyers, contre 17 % en France<sup>62</sup>. Le choix du Japon s'explique aussi par l'image gastronomique dont la France y bénéficie : « Les Japonais ont une image positive de la France et il y a une mode actuelle autour des bistrot français », indique la FICT<sup>63</sup>. « J'aime la charcuterie française ! », s'exclame d'ailleurs une Tour Eiffel dessinée dans un dossier de communication à destination du pays. Les produits visés ? Les jambons cru et cuit, le saucisson sec, les

saucisses de Morteau et de Montbéliard, le pâté et les rillettes, les andouilles et andouillettes et le pâté en croûte.

La subvention européenne a financé différents outils de communication vers des importateurs, des restaurateurs, des distributeurs et des blogueurs japonais : création de sites web, publicités dans la presse écrite, numérique, les réseaux sociaux, organisation d'une dizaine de séminaires, réalisation de films de promotion des produits charcutiers, événements sponsorisés, comme un *food truck* lors de la Coupe du Monde de rugby.

Au terme de la deuxième année de la campagne, la FICT se félicite d'exportations en hausse de 25 %<sup>64</sup>. Le rapport est signé de Bernard Vallat, président de la FICT, mais aussi le vice-président de l'Inaporc (l'interprofession du porc), qui fut encore directeur général de l'Organisation mondiale de la santé animale et directeur général adjoint de l'alimentation au sein du ministère de l'agriculture, sous le gouvernement d'Édouard Balladur.

## Un modèle agro-industriel conforté

900 000 euros d'argent public pour exporter en Asie des charcuteries et, avec elles, une image marketing de la culture française, ne sert pas un enjeu de souveraineté alimentaire. L'aide conforte en revanche le modèle agro-industriel et ses stratégies d'expansion pouvant vaciller à la faveur d'une crise sanitaire ou économique.

61 <https://www.journalgeneraldeleurope.org/2019/05/15/m-bernard-vallat/>

62 <http://www.fict.fr/wp-sites/themes/wp-theme-fict-child/actions/download.php?file=1040>

63 *Ibidem*

64 <https://www.fict.fr/notre-industrie/chiffres-cles/>

Outre sa faible résilience, le modèle agro-industriel a de plus des coûts environnementaux et sanitaires non négligeables. À l'échelle nationale, de 1990 à 2017, la taille moyenne des exploitations porcines a été multipliée par 2,6. Aujourd'hui, 95% des élevages de porcs français sont en modèle conventionnel, dans lequel les animaux ne voient jamais la lumière du jour et vivent sur un sol en caillebotis, sans paille. Or les élevages intensifs de porcs représentent 38% des émissions d'ammoniac déclarées en France<sup>65</sup>. Et ces chiffres sont partiels, puisque seules 727 exploitations de porcs et de volailles déclarent leurs émissions d'ammoniac, sur environ 31 000 recensées en France, dans un contexte où l'agriculture est responsable de 93 % des émissions de ce gaz<sup>66</sup>.

---

Pendant ce temps, un nouveau candidat de la filière porcine aux aides de la PAC est né, le 7 avril 2020, dans l'ouest de la France. Dix organisations de producteurs, dont Agrial et Eureden, les deux plus grandes coopératives agro-alimentaires de Normandie et de Bretagne, ont créé la première Association d'organisations de producteurs (AOP) en Europe dédiée au porc. Baptisée AOP Porc Grand Ouest, elle deviendrait éligible à un éventuel nouveau programme en faveur de la filière porcine en France. Elle espère ainsi prétendre à des financements publics, « dans le but d'obtenir des programmes opérationnels permettant le cofinancement de projets structurants, notamment pour la modernisation des élevages<sup>67</sup> ». Modernisation ramera-t-elle encore avec agrandissement et concentration des élevages ?

---

65 <https://prtr.eea.europa.eu/#/pollutantreleases>

66 <https://www.citepa.org/fr/2020-nh3/>

67 <https://www.letelegramme.fr/economie/une-association-d-organisation-de-producteurs-de-porc-dans-loue-st-07-04-2021-12731989.php>

# Le champagne de Pernod Ricard arrosé de 5 millions d'euros

En 2019, deux maisons de champagne du groupe Pernod Ricard ont reçu plus de 5 millions d'euros de Bruxelles pour promouvoir leurs marques en dehors des frontières de l'Europe. Dans l'ombre de ces titans à la santé florissante, les viticulteurs en agriculture biologique sont peu soutenus. La filière viticole est pourtant une des plus consommatrices de pesticides.

Pour de simples campagnes de promotion, la maison Perrier-Jouët, basée à Épernay et disposant de 65 hectares de vignes, a reçu en 2018-2019 quelque 2 503 921 euros au titre du programme de la PAC pour la vitiviniculture ; à Reims, Mumm & Cie, propriétaire de 218 hectares, a touché de son côté 2 985 992 euros. En faisant la somme avec les aides perçues l'année précédente, les deux maisons de champagne ont touché 11 millions d'aides en deux ans.

Toutes deux sont rattachées à la société Martell Mumm Perrier-Jouët, elle-même filiale du groupe Pernod Ricard, le deuxième acteur mondial sur le marché des vins et spiritueux. Elles sont dirigées par César Giron, petit-fils du fondateur du groupe, Paul Ricard, et cousin du dirigeant actuel, Alexandre Ricard. La famille Ricard est la 14<sup>e</sup> fortune de France<sup>68</sup>, et son groupe annonce un chiffre d'affaires de 8,4 milliards d'euros en 2020. Avant la pandémie de Covid-19, en septembre 2019, il enregistrait une valeur record en bourse, à la suite de résultats financiers et d'un rendement de capital excellents, « bien meilleurs que prévu pour l'exercice 2018/19 », selon son rapport d'activité<sup>69</sup>. Mais s'il atteint des sommets de performance dans une myriade de contrées, Pernod Ricard peine dans son propre pays, dont le marché représente seulement 6 % de son chiffre d'affaires.

C'est pourtant afin de poursuivre ses exportations vers des pays-tiers que FranceAgriMer, l'établissement dépendant du ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation en charge des programmes de la PAC tels que celui pour la vitiviniculture, a alloué 5,5 millions d'euros à ses filiales champagne pour 2018-2019, comme elle l'avait déjà fait pour 2017-2018.

## Opération séduction en Asie et aux États-Unis

Ces enveloppes ont permis aux sociétés de financer « le développement des actions de relations publiques et relations presse, de promotion, de publicité, de participation à des manifestations internationales et à des salons professionnels par des opérateurs français à l'international, ainsi que l'acquisition d'informations économiques, techniques et de marketing sur ces marchés export », nous explique Philippe Macquet, directeur financier chez Martell Mumm Perrier-Jouët, sans nommer les pays cibles.

Le rapport d'activité du groupe Pernod Ricard<sup>70</sup> informe d'opérations menées en 2019 en Chine, au Japon et aux États-Unis. À l'occasion d'un festival d'art et de design à Shanghai, Perrier-Jouët a ainsi mis en scène « une expérience multi-sensorielle originale : à travers l'objectif de la photographe chinoise Chen Man, les visiteurs ont pu plonger au cœur des vignobles et des caves de la Maison, avant de profiter d'accords mets-champagne inspirés des créations du chef Alain Passard ». À Tokyo, un « banquet de la Nature » était organisé lors d'une foire internationale de design : « une expérience à mi-chemin entre rituel de dégustation et performance artistique. À cette occasion, une collection de verres à champagne signée du designer italien Andrea Mancuso a sublimé l'histoire et la personnalité de chacune des six cuvées de la Maison ». Un enjeu public de premier ordre...

68 [https://www.challenges.fr/classements/fortune/daniele-ricard-et-sa-famille\\_512](https://www.challenges.fr/classements/fortune/daniele-ricard-et-sa-famille_512)

69 <https://www.pernod-ricard.com/fr/download/file/fid/10774/>

70 Ibidem

## Des chiffres d'affaires vertigineux

Philippe Macquet ne le cache pas : « Nous aurions sans doute conduit des actions de promotion sur les marchés, mais probablement avec une moindre ampleur ou sur un nombre de pays plus restreint ». De fait, ces maisons n'avaient pas besoin d'une telle enveloppe pour être et rester en bonne santé.

Pourquoi accorder en deux années, 2,3 puis 2,9 millions d'euros à Mumm, quand son chiffre d'affaires survole depuis 2014 les 120 millions d'euros<sup>71</sup> ? Des enveloppes qui l'ont d'ailleurs aidé à augmenter encore ce chiffre de 12 %, entre 2018 et 2019, avec seulement 1 % de volumes vendus en plus. Justement grâce à une « croissance aux États-Unis, en Chine et au Japon<sup>72</sup>», où elle est à deux chiffres. Performances que sa marque sœur, Perrier-Jouët, réalise déjà dans les 87 pays où elle est présente<sup>73</sup>.

Perrier-Jouët n'a également cessé, depuis vingt ans, d'augmenter sa production : celle-ci a fait un bond de l'ordre de 80 % entre 2010 et 2019. Son chiffre d'affaires a doublé sur cette période<sup>74</sup>. L'enveloppe de 2,5 millions d'euros issue des crédits de la PAC lui a sans doute permis de poursuivre sa course, puisque sur le bilan de l'année 2018/2019, son chiffre d'affaires progresse encore de 2 %, avec 5 % de volumes vendus en plus grâce à un « franc succès » au Japon. Et si la pandémie a privé le groupe de certains marchés d'exportation, Pernod Ricard a par ailleurs augmenté de 63 % le commerce sur internet. Que le contribuable finance ainsi l'image de marque d'un groupe côté en bourse, qui affiche depuis des années une croissance galopante, laisse songeur.

## Une filière très gourmande en pesticides

Pendant que les grandes maisons de champagne sont aidées à exporter davantage, des viticulteurs doivent

quémander un peu de soutien pour poursuivre leurs efforts pour réduire l'utilisation de pesticides dans les vignobles, voire pour engager une transition vers l'agriculture biologique, ce dont la filière a pourtant grand besoin. La Fédération internationale des mouvements d'agriculture biologique (IFOAM Europe) a conduit une étude comparative entre les 28 États membres de l'Union européenne, pour la programmation PAC de 2014 à 2020<sup>75</sup>. Constat : la France fait partie des trois pays dans lesquels les montants d'aides à l'hectare pour les viticulteurs en bio sont les plus faibles. Les aides à la conversion s'élèvent à 350 euros l'hectare contre 2 855 euros dans certaines régions allemandes. Les aides au maintien en bio sont encore plus maigres : 150 euros l'hectare, presque ex-æquo avec la Pologne, quand elles vont encore jusqu'à 2 855 euros en Allemagne.

Diminuer l'usage des produits phytosanitaires est pourtant un véritable enjeu pour la filière. En 2019, Emmanuel Macron lançait justement un appel au Salon international de l'agriculture : faire de la France « le premier vignoble au monde sans glyphosate ». Le pays est en effet deuxième consommateur européen de produits phytosanitaires et la vigne en est le premier marché. Les viticulteurs consomment à eux seuls 20 % de ces produits<sup>76</sup>, alors que les vignobles ne représentent que 3 % de la surface agricole utile du pays ! Et c'est justement le champagne qui remporte la palme, avec 23 traitements en moyenne en 2016<sup>77</sup>.

La carte de France des pesticides, réalisée par Mediapart, montre que la Marne, département viticole destiné au champagne, était parmi les plus gros consommateurs de France en 2017<sup>78</sup>. La plupart des domaines de Mumm et Perrier-Jouët, surtout pour le chardonnay, sont situés dans les zones les plus concernées, notamment à Ambonnay, Bouzy et Craman. En 2017, il est vrai que les deux maisons expérimentaient un prototype de tracteur limitant la dispersion des produits chimiques lors de la pulvérisation dans leurs vignobles<sup>79</sup>, mais le responsable viticulture durable du

71 <http://entreprises.lefigaro.fr/g-h-mumm-et-cie-51/entreprise-562084129>

72 <https://pernod-ricard.com/fr/download/file/fid/10286/>

73 [https://www.la-marne-agricole.com/Article/2210/Croissance\\_en\\_valeur\\_pour\\_Mumm\\_Perrier\\_Jouet](https://www.la-marne-agricole.com/Article/2210/Croissance_en_valeur_pour_Mumm_Perrier_Jouet)

74 <http://entreprises.lefigaro.fr/champagne-perrier-jouet-51/entreprise-095750261>

75 <https://www.produire-bio.fr/articles-pratiques/pac-2014-2020-soutiens-a-bio-vignerons-europeens/>

76 <https://www.euractiv.fr/section/agriculture-alimentation/news/la-viticulture-francaise-au-pied-du-mur-face-a-lenjeu-des-pesticides/>

77 [https://agreste.agriculture.gouv.fr/agreste-web/download/publication/publie/ChdAgri2004/cd2020-4\\_PK%20Viti2016.pdf](https://agreste.agriculture.gouv.fr/agreste-web/download/publication/publie/ChdAgri2004/cd2020-4_PK%20Viti2016.pdf)

78 <https://www.mediapart.fr/journal/france/040719/commune-par-commune-la-carte-de-france-des-pesticides?onglet=full>

79 <http://www.champagne-info.net/article/2017/mumm05.pdf>

groupe ne le cachait pas : « L'objectif reste la productivité et la rapidité d'intervention. » En ce qui concerne les efforts environnementaux, « nous n'en sommes qu'aux balbutiements ». <sup>80</sup>

## **Dans l'ombre des grandes maisons, le champagne biologique peu soutenu**

Dans la Marne toujours, un viticulteur, qui a souhaité rester anonyme, exploite quant à lui 3 hectares de vignes en biodynamie depuis 1998. « De grands groupes champenois reçoivent des subventions démesurées pour exporter leurs vins, alors que nous, viticulteurs en bio, nous avons si peu d'aides, bien que nous ne demandions pas grand-chose. Nous pourrions aussi participer à des salons à l'étranger pour faire rayonner le champagne bio et biodynamique ». Lui souhaite que les aides de la PAC soient allouées non pas en fonction du nombre d'hectares, mais vers « des viticulteurs qui respectent la nature en travaillant le sol sans produit chimique. Autrement la terre ne respire plus, elle ne fait plus son travail habituel, et ces phénomènes participent au réchauffement climatique ».

Le viticulteur est membre de l'association des Champagnes Biologiques. En 1998, ils étaient 15, aujourd'hui les voilà 70. Depuis vingt ans, ils frappent aux portes de la Région Champagne-Ardenne – aujourd'hui devenue Grand Est –, du Centre Vinicole Champagne Nicolas Feuillatte et du Syndicat Général des Vignerons de la Champagne pour solliciter des aides, notamment sur des budgets européens. « Nous leur demandions simplement de financer une étude explorant quelles plantes pouvaient être intéressantes pour lutter contre le mildiou, ce champignon qui nous préoccupe tant ». Sans un centime accordé, ils ont dû financer l'étude de leur poche et les résultats ont mis 15 ans pour émerger.

Orientés vers la performance économique, les programmes de promotion privilégient nécessairement les plus grandes maisons. Cotées en bourse, dans notre cas, elles ont intérêt à rester compétitives en produisant davantage, mais ce jeu entretient leur dépendance aux produits chimiques. Plutôt que de faire gagner des parts de marché à l'export, les aides à la viticulture auraient bien plus de sens si elles servaient l'intérêt général, notamment par le soutien aux conversions à l'agriculture biologique.

---

80 <https://www.lunion.fr/art/30541/article/2017-05-14/experimentation-inedite-en-viticulture-chez-mumm-perrier-jouet>