

# MARCHE CHINOIS: LA STRATEGIE DE LUTTE DES VINS DE BORDEAUX CONTRE LA CONTREFAÇON

- **Le marché des vins de Bordeaux en chiffres en 2012 (source CIVB/ Douanes):**
- Commercialisation totale (sorties de chais) : 747 millions de cols (équivalent 75 cl), pour près de 4 300 millions d'€.
- Exportations totales: 314 millions de cols pour 2291 millions d'euros. (+ 9% en volume, + 16% en valeur sur un an).

- Chine + Hong Kong: 85 millions de cols, premier marché en volume et en valeur pour les vins de Bordeaux,
- = 27% des volumes exportés,
- = 11% des volumes de vins de Bordeaux commercialisés.

- Chine: 71.5 millions de cols, premier marché à l'exportation des vins de Bordeaux en volume, second en valeur.
- Bordeaux représente 39% des volumes de vins français exportés en Chine et 58% du chiffre d'affaire.

- A comparer avec les exportations vers la Chine des pays suivants :

Espagne : 94 millions de cols eq 75 cl

Chili : 81 millions cols

Australie : 56 millions de cols

Italie : 40 millions de cols

- En valeur, les exportations de vins de Bordeaux représentent 338 millions d'€ en 2012.
- A comparer avec les exportations en valeur suivantes (sources douanes, 2012):
  - Australie : 174 millions d'€
  - Chili : 155 millions d'€
  - Espagne : 86 millions d'€
  - Italie : 69 millions d'€

- **Le contexte**


- Au cours des dernières années la position des autorités chinoises sur la contrefaçon a évolué : Elle a longtemps été considérée comme un phénomène culturel et tolérée.
- Plusieurs crises sanitaires concernant des produits alimentaires (lait notamment) ont amené les autorités à intervenir de plus en plus souvent, sous la pression des consommateurs, pour faire traduire en justice les contrefacteurs.

- La contrefaçon des vins de Bordeaux est un problème en expansion, lié à l'importance des volumes de vins de Bordeaux exportés et à leur forte notoriété en Chine, associée à l'image des grands crus, mais elle reste impossible à quantifier.
- Le principal frein à la lutte contre la contrefaçon réside dans le caractère très relatif de la notion de propriété intellectuelle pour les distributeurs chinois (business first).



- Différents niveaux de contrefaçon sont constatés :
  - **Les contrefaçons grossières:** décelables par la lecture de l'étiquette, qui sont les plus nombreuses.
  - **Les contrefaçons habiles:** « vrais faux », très difficilement décelables à l'oeil, elles concernent surtout le haut de gamme (mais pas exclusivement).

Elles sont beaucoup moins fréquentes.



Château La  
Conseillante

APPELLATION BORDEAUX CONTRÔLÉE

2009

MIS EN BOUTEILLE AU CHATEAU ALAIN BONVILLI,  
PROPRIÉTAIRE A PUJOLS • GIRONDE - FRANCE



PRODUIT  
DE FRANCE  
**MICHEL**  
DEPUIS 1890

Château La  
Conseillante

2009

Château Roc de Grangeotte



LAFEI MANOR

2010

BORDEAUX

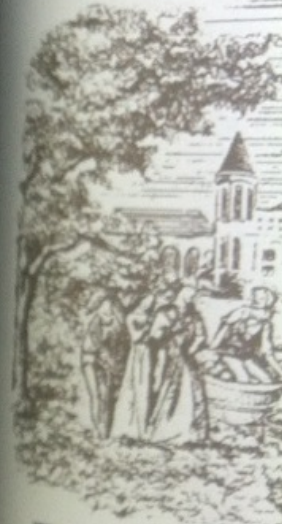
Appellation d'Origine Protégée

MIS EN BOUTEILLE PAR DMD F. 11170 RAISSAC-SUR-LAMPY

PRODUIT DE FRANCE

12.5% vol.

75 cl



LAFEI

12.5% vol.

BO

Appellat

MIS EN BOUTEILLE PA

- Ces contrefaçons présentent plusieurs niveaux de risque :
- Un risque en terme d'image pour les producteurs ou exportateurs concernés lorsque le contenu de la bouteille est déceptif (les analyses des vins prélevés effectués sur les points de vente montrent que les produits contrefaits ne sont fréquemment pas du vin issu de raisin).

- Un risque sanitaire potentiel pour les consommateurs en cas de contenu dangereux pour la santé, avec des conséquences très négatives et potentiellement durables sur l'image et sur la commercialisation des vins de Bordeaux s'il se réalisait (perte de confiance).
- Pour prévenir ces risques, la filière viticole girondine a défini en 2010 une stratégie reposant sur **6 volets complémentaires**.

- **1 – Obtenir la reconnaissance de l’IG Bordeaux par les autorités Chinoises (ACSIQ)**

- Cette reconnaissance a pour objectif de faciliter l'intervention des autorités chinoises contre les contrefacteurs.
- Phase transitoire: le CIVB a obtenu la reconnaissance de Bordeaux comme « marque notoire » par la SAIC début 2012, ce qui facilite l'intervention des autorités chinoises sur la base du droit des marques, mais n'est pas satisfaisant du point de vue de la protection juridique des Indications géographiques. Ce n'est qu'une première étape.

- Une demande de reconnaissance de l'Indication Géographique Bordeaux a été transmise par la Commission Européenne à la Chine il y a dix-huit mois.
- Nous avons évoqué cette question avec le Commissaire Dacian Ciolos récemment : il s'agit d'un dossier difficile car la négociation, qui porte sur la reconnaissance mutuelle des IG, est complexe (elle concerne une centaine d'IG en Europe), en particulier dans le contexte de renouvellement en cours de l'équipe dirigeante et de l'administration chinoise.



- Nous espérons une issue favorable à l'automne 2013.
- Evolution du contexte politique: la fusion SAIC et ACSIQ serait prévue par la nouvelle équipe dirigeante, ainsi que la création d'un ministère des affaires sanitaires aux pouvoirs renforcés.

- **2 – Inciter les opérateurs bordelais, viticulteurs et négociants, à déposer leurs noms commerciaux en tant que marques en Chine**

- Nous avons fait le constat en 2009-2010 que bon nombre d'opérateurs ne déposaient pas systématiquement leurs marques sur le marché chinois.
- Conséquence: la perte fréquente, lorsqu'ils se sont lancés sur ce marché, de l'usage de leur nom commercial déposé antérieurement par des opérateurs chinois en application du principe « first in time, first in law » .

- Cette situation a favorisé la création d'un marché du dépôt et de la revente de marques viticoles par les importateurs chinois (moyens de négocier l'exclusivité de distribution et/ou de gains financiers non négligeables).
- Le CIVB a mené une intense campagne de communication interne depuis trois ans pour inciter au dépôt des marques exportées.
- Aujourd'hui les opérateurs sont sensibilisés aux risques découlant de la non protection de leurs marques.

- Difficultés pratiques cependant car il y a près de 12 000 noms commerciaux à Bordeaux dont environ 10 000 noms de châteaux (exploitations viticoles).
- La phase de problèmes aigus sur les marques est probablement aujourd'hui derrière nous.

- **3 – Former les responsables des administrations en charge du contrôle mais également les importateurs, distributeurs et prescripteurs aux spécificités des vins de Bordeaux**

- Il s'agit d'une formation à connaissance des Appellations d'Origine, des règles d'étiquetage, et des caractéristiques organoleptiques des produits.
- L'objectif est de faciliter la détection des contrefaçons flagrantes, aisément détectables sur les étiquettes, qui sont les plus nombreuses (ex : «Chatréal Margaux », ...), mais aussi des contrefaçons plus habiles détectables à la dégustation.

- Cette formation est mise en œuvre par l'Ecole du Vin de Bordeaux, créée par le CIVB, qui sélectionne et forme les professionnels chinois et leur propose un contenu pédagogique et des outils (présentations, supports vidéos, ...).
- Près de 23 000 chinois ont ainsi été formés aux spécificités des vins de Bordeaux depuis 2009, dont 5900 en 2012.



- **4 – Faire relever les contrefaçons dans les points de vente et faire intervenir les autorités chinoises**

- Cette stratégie s'appuie:
- 1 / sur les opérateurs girondins qui se rendent sur place et prélèvent des échantillons ou envoient au CIVB des photographies des étiquettes contrefaites.

- 2 / sur des sociétés spécialisées dans ce type de prestation, mandatées par le CIVB pour relever les contrefaçons (réalisation de relevés de l'offre dans les points de vente à intervalle régulier) ce qui permet ensuite de saisir les autorités chinoises.

- Ces actions sont en général efficaces malgré l'inertie parfois importante de l'administration chinoise, selon les provinces et les administrations concernées.
- A l'issue des relevés et constats, le CIVB porte plainte devant les autorités chinoises contre les responsables de contrefaçons manifestes.

- 3 / Sur l'échange d'information entre le CIVB et les autorités chinoises (notamment les services des douanes) :
  - Quand il s'agit de contrefaçons, les échantillons prélevés sont analysés par le laboratoire de la DGCCRF à Bordeaux, en utilisant des techniques permettant de déterminer s'il s'agit bien de vin et, dans l'affirmative, quelle est son origine géographique (par analyse des rapport isotopiques). Les informations sont ensuite transmises aux autorités chinoises.

- L'efficacité de ce dispositif sera optimisée dès lors que l'IG Bordeaux sera reconnue par les autorités chinoises.

Elle repose sur une collaboration sur le long terme avec les autorités chinoises en charge du contrôle.

- **5 – Mettre à la disposition des consommateurs un outil permettant de détecter les contrefaçons les plus évidentes (étiquettes)**

- Le CIVB a créé en 2010 une base de données de l'ensemble des étiquettes de vins de Bordeaux, consultable avec les tous les types de smartphones en téléchargeant l'application « smartbordeaux ».
- Cette application permet, en photographiant une étiquette dans un point de vente, de s'assurer que celle-ci correspond à celle du vin figurant dans la base de données.



- Aujourd'hui c'est également un outil de veille : la photographie des étiquettes permet de faire remonter vers le CIVB les étiquettes non reconnues, en général des contrefaçons, et de les géo-localiser, ce qui facilite ensuite les relevés dans les points de vente concernés.
- Cette application a été lancée dans 7 langues, dont le mandarin, fin 2010.
- Elle a été téléchargée 15 000 fois au cours des 12 derniers mois en Chine, qui est devenue le premier pays d'utilisation.

- **6 – Inciter à la mise en place sur les bouteilles de “timbres de garanties” afin de garantir l’origine et la traçabilité des vins exportés**

- A l'issue d'un travail d'expertise des dispositifs anti-contrefaçons existants menée fin 2012, une sélection par le CIVB des systèmes les plus performants, qui offrent un double niveau de sécurité, est en cours.

- Exemples de timbres de garantie:



- **Premier niveau de sécurité** (visible et invisible): il comprend code unitaire par bouteille, sur support indéchirable, associé à un système de sécurité (hologramme, encre invisible, code intégré au matériau support... ) et à un QR code.

- **Second niveau de sécurité:** la saisie du code unitaire sur un smartphone ou un ordinateur renvoie à une interface qui permet de vérifier qu'il ne s'agit pas d'une contrefaçon, par consultation cryptée d'une base de données.

- Le CIVB vient de sélectionner 4 systèmes offrant un haut niveau de sécurité et un rapport qualité prix satisfaisant.
- Il va maintenant inciter les opérateurs à les utiliser systématiquement à l'exportation.

- Certains opérateurs importants (ex: négociant Castel) ont mis en oeuvre ce type de technologie depuis plusieurs mois pour tous leurs vins exportés en Chine.
- Ils ont reçu de très bon retours des importateurs et des circuits de distributions chinois, et des consommateurs qui cherchent à être rassurés dans le contexte de crise de confiance sur la qualité sanitaire des produits.



- Le succès de tels dispositifs implique cependant lors de leur lancement une forte campagne de communication auprès des distributeurs et des consommateurs.
- Il faut préciser que les crus classés qui sont les plus copiés sur le marché chinois utilisent tous, souvent depuis plusieurs années, ce type de dispositif.

- **En conclusion** : la lutte contre la contrefaçon des vins de Bordeaux, et des vins exportés en CHINE en général, ne sera efficace que si nous utilisons l'ensemble des leviers que nous avons présentés pour la prévenir ou au moins en atténuer les effets.
- Elle implique la mobilisation de moyens importants à long terme et de tous les acteurs de la filière viticole afin de faire face aux capacités d'adaptation sans limite des contrefacteurs.

- Je vous remercie de votre attention.