

l'union

CHAMPAGNE ARDENNE PICARDIE

 **L'Ardennais** Publié sur *L'Union* (<http://www.lunion.presse.fr>)[Accueil](#) > Trois questions... Une crise comme en 1991

Trois questions... Une crise comme en 1991

Par *Anonyme*

Créé le 27/11/2012 09:23

David Ménival est enseignant chercheur titulaire à Reims Management School, associé à la chaire en management du champagne.

La crise actuelle en Champagne liée à celle du monde économique mondial ressemble-t-elle à celle de 2008-2009 ?

« Comme pour toutes les crises de méventes précédentes, la question est de savoir combien de temps la crise économique va durer. La récession de 2008 a finalement été assez brève grâce à l'Asie, qui soutient une bonne partie de l'économie mondiale. Dans cette logique, l'industrie champenoise a eu la bonne intuition de se diriger vers ce pôle d'attraction. Cela étant, le champagne reste encore extrêmement dépendant de l'évolution européenne, c'est donc là que nous trouverons la réponse. La récession européenne, qui tend à se généraliser, durera combien de temps ? Nous n'avons pas de boule de cristal mais au vu de 2012, il est peu probable que l'Europe retrouve son essor économique en 2013. Actuellement, les économistes parlent plutôt de 2014, voire 2015. Voilà où se trouve le champagne. Si nous nous référons au passé, les difficultés ressenties en 2012 sont loin d'être finies et laissent présager plutôt le début de méventes ressemblant davantage à celles de 1991. »

Peut-on dire que ces crises accélèrent la présence de bouteilles à moins de dix euros ?

« Bien sûr ! Cela s'explique à la fois par les actions des grandes surfaces et celles d'acteurs champenois. Les grandes surfaces traditionnelles sont directement liées à l'évolution de la consommation. En période de crise, elles voient leur part se réduire au profit des hard discount. Face à cela, leurs politiques d'attraction se multiplient, le champagne en faisant partie. Cette politique rejoint celle des acteurs économiques champenois qui cherchent des liquidités financières et qui engagent des déstockages auprès des grandes surfaces, à des prix bas. Les deux comportements cumulés expliquent le développement des bouteilles à 10 euros. »

Pensez-vous que l'horizon champenois à long terme risque d'évoluer devant ces successions de crises ?

« Cela me semble logique. Les Champenois savent qu'il faut diversifier les exportations, ce qui explique le développement des pays tiers. Cette diversification ne peut cependant pas être faite par tous, et nombre devront régler les problèmes croissants sur les marchés européens. En l'espèce, l'image du champagne tend à se dégrader progressivement sur ces marchés alors que d'autres vins effervescents montent en gamme. À long terme, nous

pourrions très bien imaginer le développement d'une véritable concurrence pour le champagne, concurrence qui remettra nécessairement en cause notre façon de fonctionner.

»

Photos / vidéos

Auteur :

Légende : Les politiques d'attraction de prix se multiplient en période de crise, selon David Ménival, chercheur à Reims Management School.

Visuel 1:



URL source: <http://www.lunion.presse.fr/article/autres-actus/trois-questions-une-crise-comme-en-1991>