



Janvier 2005

ETUDE SECTORIELLE

**Vin et
conditionnement
du vin
en Pologne**

Sommaire

1. Le vignoble en Pologne
2. L'offre locale
3. Les importations de vins pétillants
4. Les obligations liées à l'importation
5. L'industrie locale
6. Les prévisions à moyen et long terme :
Vers une plantation de vignes dans le sud du pays ?
7. Les contacts
8. Les revues du secteur
9. Les salons du secteur

Cette étude sectorielle a été réalisée par **Mickaël Bouquet en poste à la Chambre de Commerce et d'Industrie Française en Pologne**

email : mickael.bouquet@ccifp.pl

tel : (+ 48 22) 696 75 80, fax : (+ 48 22) 696 75 90

Pour plus d'informations sur la Pologne consulter le "**Panorama Pays Pologne**" sur www.champagne-ardenne.cci.fr ou contacté **Jean-Bernard Masee de l'Euro Info Centre Champagne-Ardenne**

email : masee@champagne-ardenne.cci.fr

tel : +33 326 693 353, fax : + 33 326 693 369

1) Le vignoble en Pologne

Dans le passé, du vin a été produit en Pologne, au 11ème siècle par les moines bénédictins et les Cisterciens, en particulier dans la région de Zielona Góra, à l'ouest, où se trouve d'ailleurs un musée du vin. Le savoir-faire ne s'est pas propagé car la tradition polonaise est plutôt axée sur la vodka ou des alcools parfumés au miel (hydromel).

Zielona Góra est à vrai dire actuellement le seul centre viticole de Pologne, mais le climat n'est pas idéal et la production n'a jamais été très bonne. Aujourd'hui elle est surtout symbolique par un petit vignoble autour de la palmeraie et surtout la fête des vendanges organisée tous les ans en septembre depuis 50 ans.



2) L'offre locale

En l'absence de vignobles, la Pologne ne produit pas de vin. Toutefois une activité liée à l'embouteillage de vins en vrac (200,000 hl) et de production traditionnelle de vin de fruits (environ 270,000 hl) est à noter. L'offre locale de vins en Pologne correspond ainsi à des produits importés dont les volumes avoisinent annuellement 500,000 à 550,000 hl. Au cours des dernières années, les importations de vins ont connu une évolution globalement positive jusqu'en 2000, puis une baisse liée au recul

des achats de vins en vrac et de vins pétillants. A contrario, les importations de vins tranquilles embouteillés continuent leur croissance régulière, et ont atteint en 2002, un volume de 380,000 hl.

3) Les importations de vins pétillants

Le principal fournisseur est l'Italie avec 43 % de parts de marché en 2002, suivie de la France (20 %) et de la Russie (10 %). Les ventes de champagne ne représentent que 1,7 % de ce volume en 2002 mais les statistiques françaises ont montré toutefois un net recul des ventes de mousseux au bénéfice du champagne au cours des 10 premiers mois 2003. Les ventes des vins effervescents sont en baisse de 2% en 2003 par rapport à l'année 2002, du fait de la hausse des prix de ces vins-ci, et à un plus large panel des vins tranquilles importés d'Espagne, d'Italie ou de Bulgarie de moins en moins chers.

Une étude a révélé que les Polonais ne connaissent en général pas forcément les vins et ne les apprécient parfois que par leur étiquette. Un aspect marketing important mais quelquefois trompeur car " l'effet emballage " donne l'impulsion d'achat pour un vin qui n'est pas forcément le meilleur... Le prix est également un frein énorme à l'achat de vin. Soumis aux droits d'accises comme les autres alcools importés, le champagne est véritablement considéré en Pologne comme un produit de luxe. C'est pourquoi les vins mousseux provenant d'Europe de l'Ouest, beaucoup moins chers, sont parfois même appelés ici " Szampana ", alors qu'ils n'ont rien à voir avec le vrai champagne d'appellation contrôlée. Un vin effervescent, très bon marché, d'origine Ukrainienne et dénommé " Champagne " - mais écrit en cyrillique - a même fait son apparition depuis quelques années dans les rayons d'alcools des hypermarchés polonais...

Les bouteilles remplies directement chez le producteur sont réputées de meilleure qualité. Toutefois, les vins du " Nouveau Monde " moins chers au départ voient leur prix augmenter avec la répercussion des coûts de transport

sur le prix final de la bouteille. Ils sont donc importés directement en tonneaux ou en citernes, et sont ensuite embouteillés, étiquetés et emballés localement en Pologne.

Quelques importateurs polonais :

- Festus (Sopot)
- Win-Cin Alkohole Swiata (Torun)
- Sans oublier les magasins spécialisés dans les alcools

4) Les obligations liées à l'importation

La commercialisation des denrées alimentaires en Pologne est régie principalement par les textes suivants :

- ✓ La loi du 11 mai 2001 sur les conditions sanitaires de l'alimentation et de la nutrition (J. O. de 2001, no 63, pos. 634) et ses amendements
- ✓ La loi du 21 décembre 2000 sur la qualité commerciale des denrées alimentaires (J. O. de 2001, no 5, pos. 44) et ses amendements
- ✓ La loi du 7 octobre 1999 sur la langue polonaise (J. O. de 1999, no 90, pos. 999) et ses amendements

L'étiquetage devra en effet être fait en langue polonaise.

- ✓ Le règlement du 16 décembre 2002 concernant l'étiquetage des produits alimentaires et des additifs autorisés (J. O. de 2002, no 220, pos. 1856) et ses amendements

L'étiquetage des denrées alimentaires en emballage unitaire doit comporter au moins les informations suivantes :

- ✓ La dénomination de vente
- ✓ La liste des ingrédients (non obligatoire pour les boissons alcoolisées (bières, vins, spiritueux), sauf si elles contiennent des additifs autorisés. Ceux-ci doivent être énumérés sur l'étiquette (sauf l'anhydride sulfureux pour les vins)

- ✓ La date d'utilisation optimale ou la date limite de consommation (sauf pour les vins et boissons titrant plus de 10% d'alcool en volume)
- ✓ Le mode de préparation ou d'emploi au cas où son omission ne permettrait pas de faire un usage approprié du produit
- ✓ Des informations sur le producteur (les informations sur le fabricant indiquent le nom ou la raison sociale et l'adresse du fabricant ou du conditionneur, ou d'un vendeur installé dans l'Union Européenne) et le lieu d'origine dans le cas où l'omission de cette mention serait susceptible d'induire le consommateur en erreur
- ✓ La quantité nette ou le nombre de pièces dans un emballage
- ✓ Les conditions de conservation si l'étiquette indique la date limite de consommation et si la qualité du produit dépend des conditions de stockage
- ✓ L'identification du lot de production
- ✓ La classe de la qualité commerciale

D'autre part, les mentions suivantes doivent figurer sur l'**emballage collectif** des produits alimentaires destinés au consommateur :

- ✓ La dénomination de vente
- ✓ La liste des ingrédients
- ✓ La date d'utilisation optimale ou la date limite de consommation
- ✓ Le poids net total de produit et le poids net dans chaque emballage unitaire, ainsi que le nombre de ces emballages si cela n'est pas visible de l'extérieur
- ✓ Les informations sur le producteur et le lieu d'origine dans le cas où l'omission de cette mention serait susceptible de tromper le consommateur
- ✓ L'identification du lot de production
- ✓ La classe de la qualité commerciale, si nécessaire

Le titre en alcool du vin doit être précisé à une décimale près et il faut ajouter le symbole " % obj. " - " % objetosc " Cette mention peut être précédée de l'abréviation " alk. " Il est également possible d'inscrire le symbole " % vol. ", qui est équivalent au symbole " % obj. " Les tolérances pour le titre en alcool sont précisées dans l'annexe 4 du règlement du 16 décembre 2002 mentionné ci-dessus.

5) L'industrie locale

A noter la présence sur le marché du groupe Kronos (www.kronos.pl), d'origine allemande qui propose une solution complète d'embouteillage, d'étiquetage et d'emballage pour les vins effervescents... Les entreprises d'emballages et autres imprimeries proposant des étiquetages automatisés sont également présentes telles Modelgroup ou Knauf Pack Sp Zoo.

6) Les prévisions à moyen et long terme : Vers une plantation de vignes dans le sud du pays ?

Seyval blanc, Bianca, Muscat Odessa ou Rondo, sont les cépages des vins produits par Roman Mysliwiec, un viticulteur polonais à la pointe d'un combat pour lancer le pays dans la commercialisation d'un vin national. Il réussit à tirer quelques 3.000 litres de vin de ses plants répartis sur les 2 hectares de terre sur son domaine, Golesz, du nom d'un château du sud-est polonais (à 50 km de la frontière slovaque et à 100 km en ligne droite des premières vignes). La théorie du vin stipule que ce produit n'est rentable que jusqu'au 50e parallèle ; et en Pologne, cela passe juste au sud de Cracovie. En Pologne, l'automne est très humide et le gel en hiver endommage les vignes. C'est pourquoi il s'emploie depuis plus de 20 ans, date de ses premières plantations de vignes à vin avec le concours de chercheurs de l'ex-URSS, de Moldavie et du Canada, à une théorie qu'il soutient avec " l'introduction de nouveaux cépages rendus plus résistants " (document de 80 pages disponible en polonais). Il y a des cépages qui résistent aux rudes conditions climatiques dans d'autres pays. Aussi a-t-il testé 300 sortes de grappes pour parvenir à produire du vin avec une série de cépages essentiellement issus de l'Europe de l'Est mais aussi ce qu'il appelle le " cépage primitif américain ".

Depuis quelques années, nombre de Polonais partis faire les vendanges à l'étranger cherchent à produire du vin. Ce sont les principaux clients de M. Mysliwiec, qui vit de la vente de plants de vigne pour le fruit ou pour le vin et a contribué avec quelques compatriotes passionnés à créer

une académie spécialisée à Cracovie. Avec ces férus du vin, ses plants ont déjà permis la production du précieux élixir, certes en toutes petites quantités, dans plusieurs régions du pays, à Lublin (à l'est), Wroclaw (ouest), mais aussi à Kazimierz Dolny, à une centaine de kilomètres au sud de Varsovie.



En Pologne, sa réputation n'est plus à faire. Mais il ne peut commercialiser son vin et donc développer sa production, car il n'y a pas de législation adéquate. Un vide juridique rend très difficile voire impossible la commercialisation de vins produits sur place, faute de procédures définies de contrôle sanitaire, confirme le député libéral Bogdan Zdrojewski, promoteur d'un projet de loi pour régler ce problème. Un projet, sur lequel a planché le Bacchus polonais, a été déposé au printemps dernier au ministère de l'Agriculture. Selon M. Zdrojewski, la loi envisagée " doit en premier lieu définir les devoirs réciproques des producteurs et des pouvoirs publics, mettre en place des laboratoires d'analyse pour contrôler les vins, préciser les modalités de stockage et de distribution ".

" Avec des conditions climatiques comparables avec celles de l'Allemagne, la Pologne a toutes les chances de produire des vins blancs de bonne qualité. Les vins rouges sont plus exigeants ", a-t-il souligné. Une affaire à suivre...

7) Les contacts

Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi
Ministère de l'Agriculture et du développement rural

Ul. Wspólna 30,
00-930 Varsovie - Pologne
Tel : 00 48 22 623 10 00
Fax : 00 48 22 623 27 50/51 ou 00 48 22 623 15 17
Site web : <http://www.minrol.gov.pl>

La Mission Economique de Varsovie
Ul. Piekna 1,
00-477 Varsovie
Tel : 00 48 22 529 31 00
Fax : 00 48 22 529 31 01
Email : varsovie@dree.org

8) Les revues du secteur

Le magazine Rynki Alkoholowe (Mensuel) - www.rynki.pl
Le magazine Swiat Alkoholowi (Mensuel)

9) Les salons du secteur

Pas de salon directement dédié à la vitiviniculture en Pologne, mais un salon de l'emballage en général : TAROPAK, qui aura lieu du 20 au 23 septembre 2005 à Poznan.

Le salon IN VINO VERITAS à Cracovie (qui a lieu en même temps que le salon HORECA et GASTROFOOD) rassemble quand à lui de nombreux producteurs de vins du monde entier (et distributeurs locaux) Une trentaine d'exposants mais pas de champagne ni de vin effervescent présenté en 2004... Prochaine édition les 17,18 et 19 novembre 2005.

Bibliographie / Sources

Veille sectorielle de la CRCI Champagne-Ardenne sur les Industries Connexes au Champagne

<http://www.tourisme.pologne.net>

Rynki Alkoholowe - mai 2004

<http://www.winnica.golesz.pl>

Swiat Alkoholowi - janvier 2004

Fiches de synthèse de la Mission Economique à Varsovie sur le marché des vins et spiritueux en Pologne (janvier 2004), la commercialisation des boissons alcoolisées en Pologne (mai 2004) et l'étiquetage des denrées alimentaires destinées au consommateur (novembre 2004)