



Quel partenariat d'innovation  
pour le secteur viticole ?



Maison des Arts et Métiers,  
Paris le 9 mars 2012

# Le rôle des réseaux dans l'innovation du secteur viti-vinicole

Jean-Marc Touzard

INRA, UMR Innovation, Montpellier



# Innovation et réseaux

## Innovation :

- Introduction d'une **nouveauté** (une technique, une règle, un produit...) **dans un système social** (un territoire, une entreprise...).
- Un changement structurel qui met en jeu des **connaissances, des apprentissages, des interactions entre individus, organisations**

## Réseau :

- **principe de coordination** : Innover c'est apprendre, partager (mais souvent sélectivement : protéger)
- **structure relationnelle +/- institutionnalisée** : influence la diffusion d'information, oriente l'innovation
- **représentation des liens construits par les acteurs de l'innovation**
- **outil d'analyse** pour révéler les mécanismes d'innovation
- **levier d'action** utilisé pour impulser l'innovation (réseautage)

# L'innovation dans le secteur viti-vinicole

## **Multiplicité des enjeux:**

différenciation qualité/coûts, ancrage territorial/compétitivité santé, réduction de l'usage d'intrants, changement climatique...

## **Imbrication des domaines d'innovation:**

génomique, agronomie, œnologie, marketing, service, sociales selon plusieurs régimes de qualité et d'innovation (4)

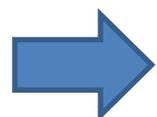
## **Économie de la connaissance:**

besoin sur chaque domaine, mais aussi pour leur intégration

## **Diversité d'acteurs (parties prenantes), ouverture sociale**

## **Globalisation/localisation et accélération des changements :**

l'innovation permanente, plusieurs temporalités



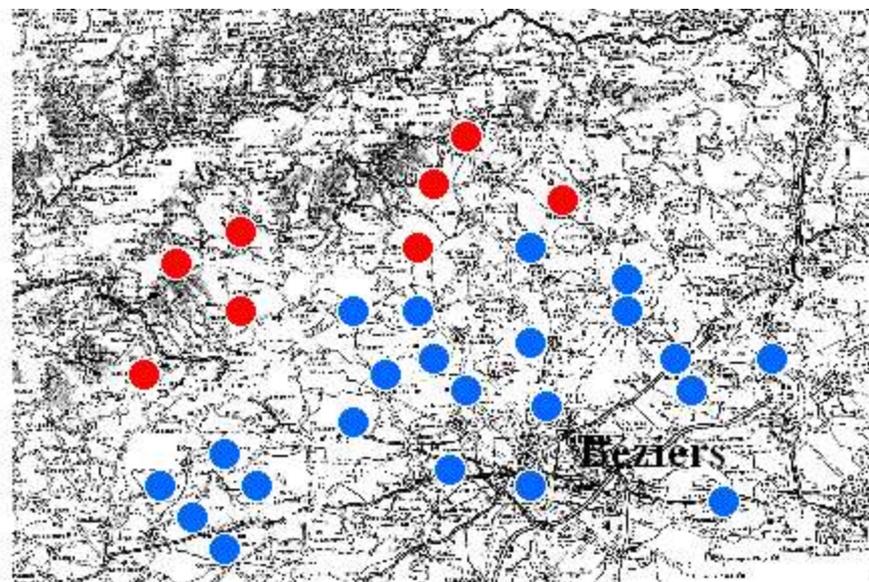
**Innovation facteur clé de la compétitivité...**



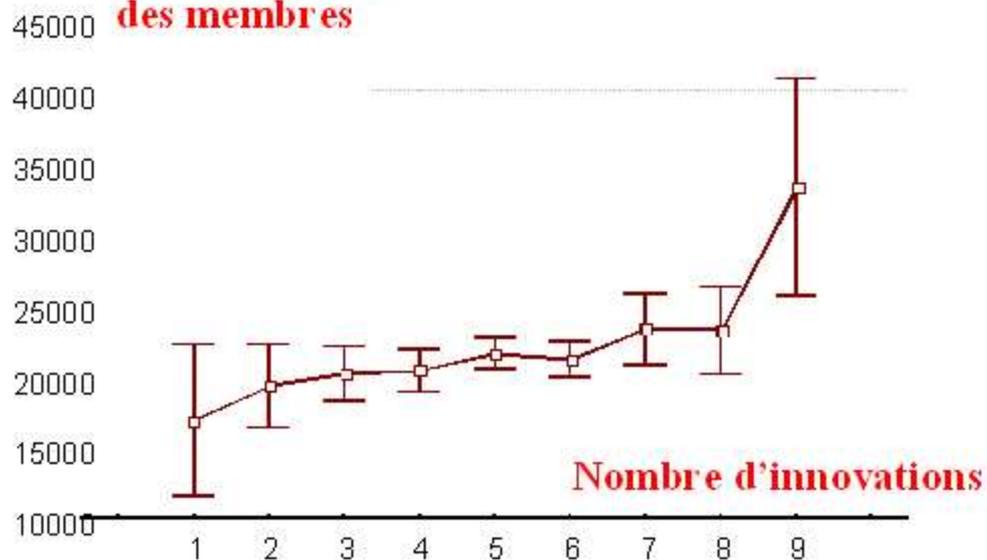
**Réseaux multiplexes, intensif en connaissance, ouverts aux changements et à protéger, plus réactifs, interactifs...**



# Innovations et performances économiques dans les caves coopératives du Languedoc et du Biterrois



Rémunération  
des membres

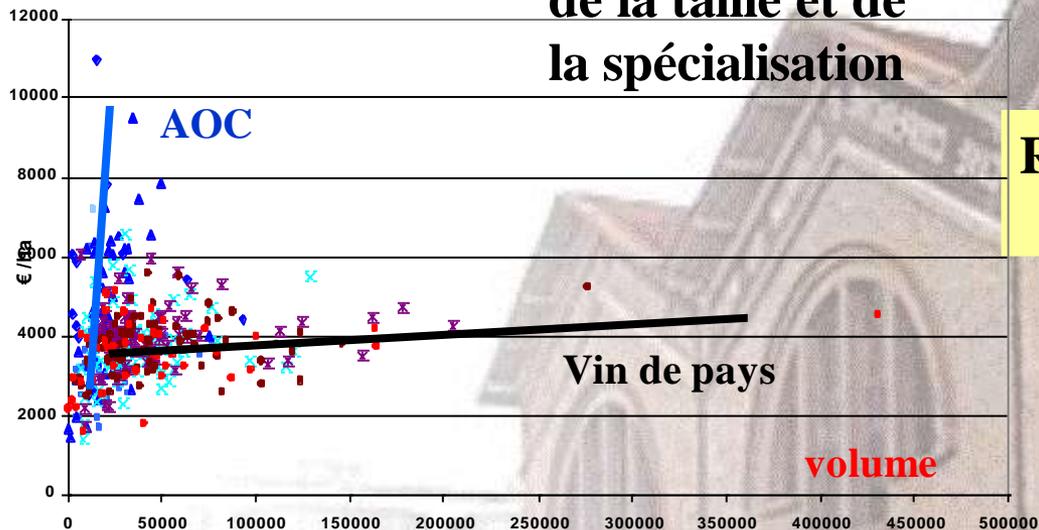


(réencépagement, cuverie inox,  
rémunération différenciée,  
contrats GMS, ventes directes)  
explique 90 % de la variance de la  
rémunération hectare

La combinaison des innovations techniques et organisationnelles aux différentes étapes de la chaîne de production influence favorablement le chiffre d'affaires et la rémunération des adhérents

# Quels facteurs influencent les innovations ?

Rémunération/ha



Influence limitée de la taille et de la spécialisation

Vin de pays

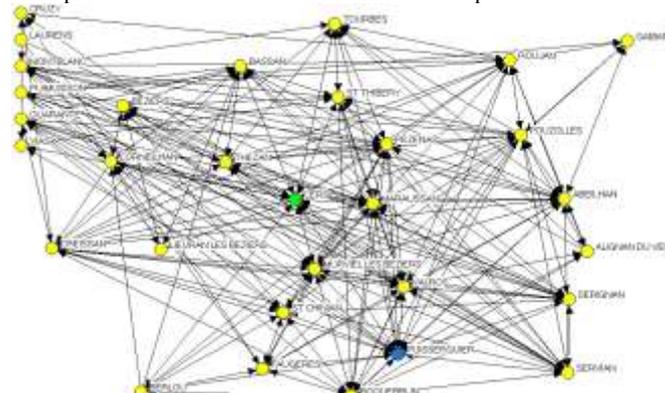
volume



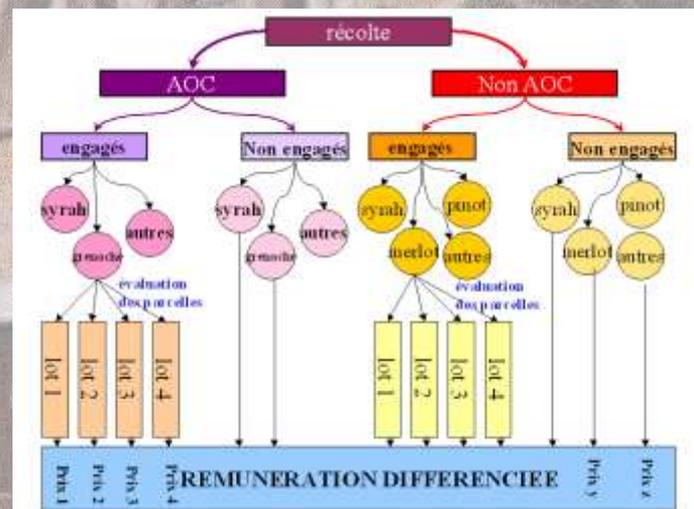
Projet stratégique et discipline

Compétences des dirigeants et membres  
Convergences des jugements sur qualité et projet

Représentation du réseau de conseil des caves pour l'Innovation



Relations de conseils entre dirigeants au sein d'un cluster



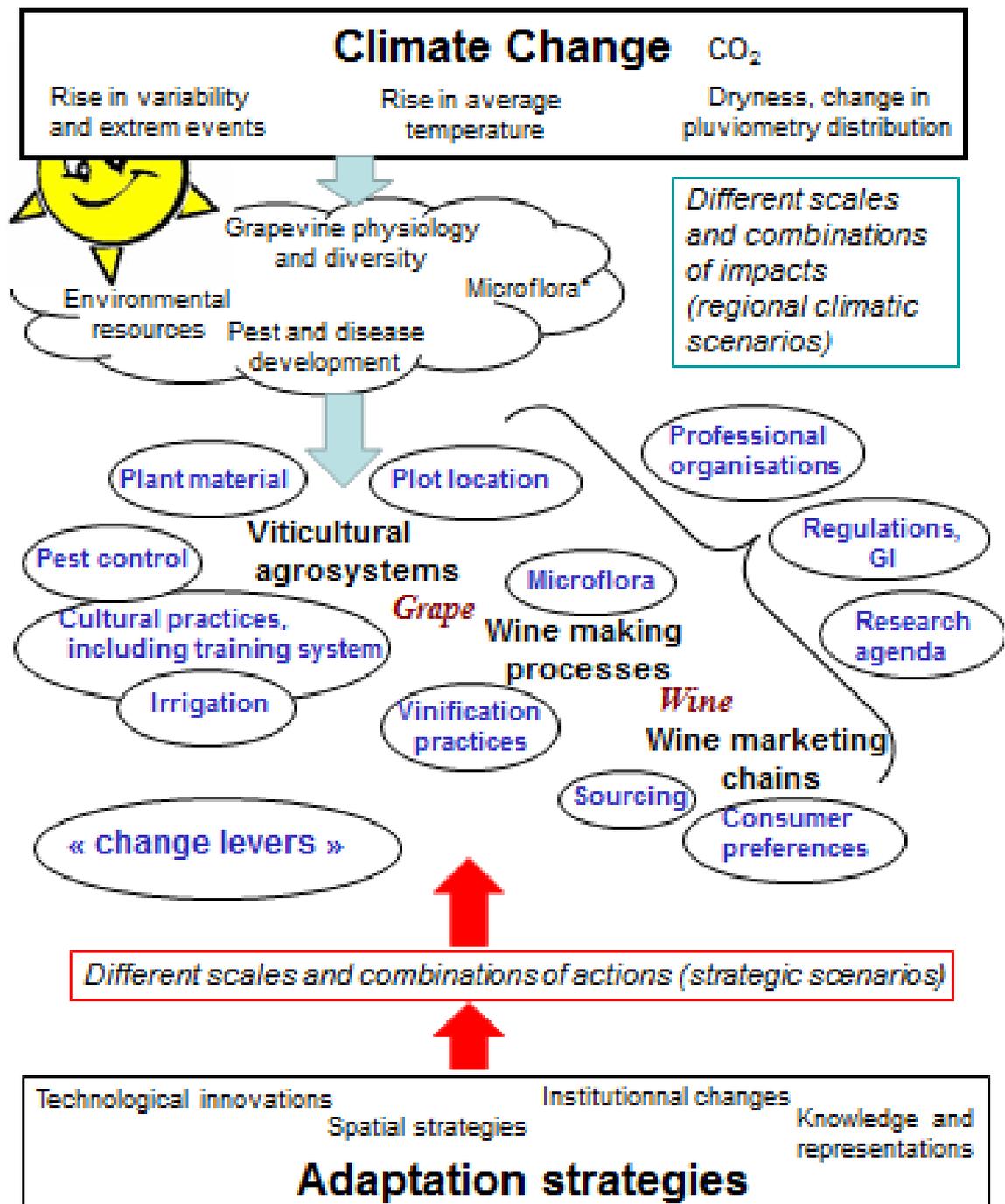
Succession d'épreuves pour la mise en place de la rémunération différenciée

# Projet LACCAVE

## INRA Metaprogramme

Innovier pour  
S'adapter au  
Changement  
climatique :

Quels réseaux  
construire entre  
chercheurs, et  
avec les acteurs  
du secteur vigne  
et vins



# Les recherches sur les réseaux et l'innovation dans le secteur viti-vinicole

Comment évoluent les réseaux que construisent les **acteurs du secteur viticole**, et quelles influences ont ces réseaux sur les innovations de leurs entreprises ?

Travaux encore **peu nombreux** :

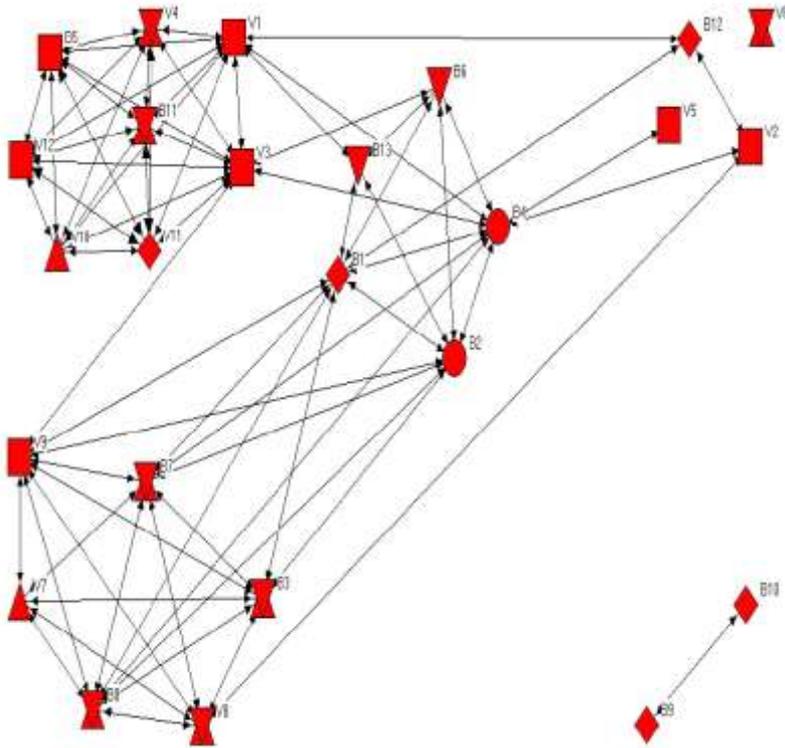
- Changements de pratiques agronomiques
- Construction de nouveaux vins/marchés
- Réseaux d'entrepreneurs à l'échelle d'un territoire, d'une filière
- Relations avec les institutions de recherche et développement

**Trois grands types de recherches** :

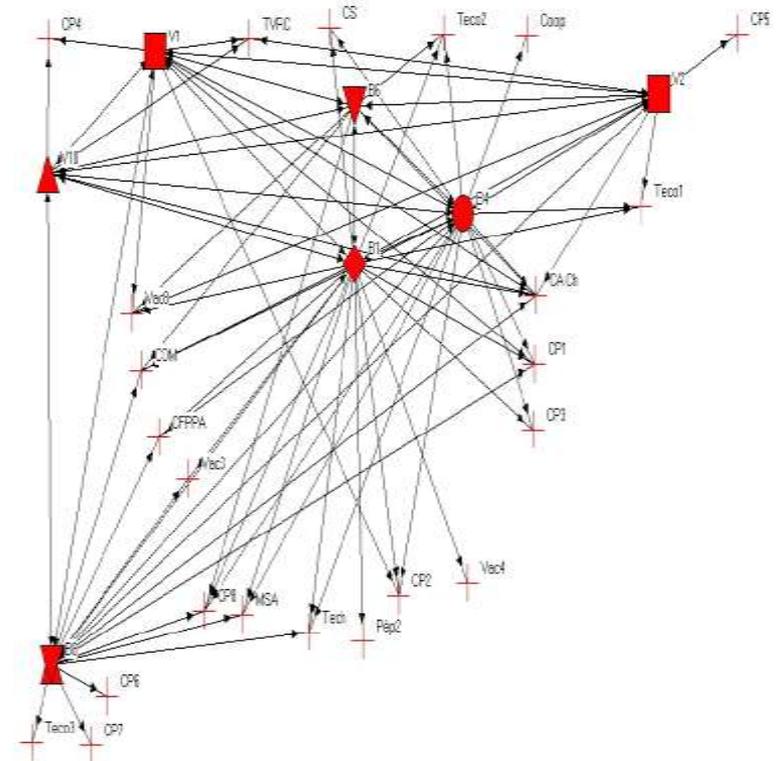
1. en partant des acteurs ou entreprises qui innovent
2. en partant des institutions de la recherche et l'innovation
- (3. à partir de l'histoire d'une innovation)

# 1. 1 Réseaux et changement de pratique au vignoble : Viticulture raisonnée dans une coopérative (34)

(Chiffolleau, 2005)



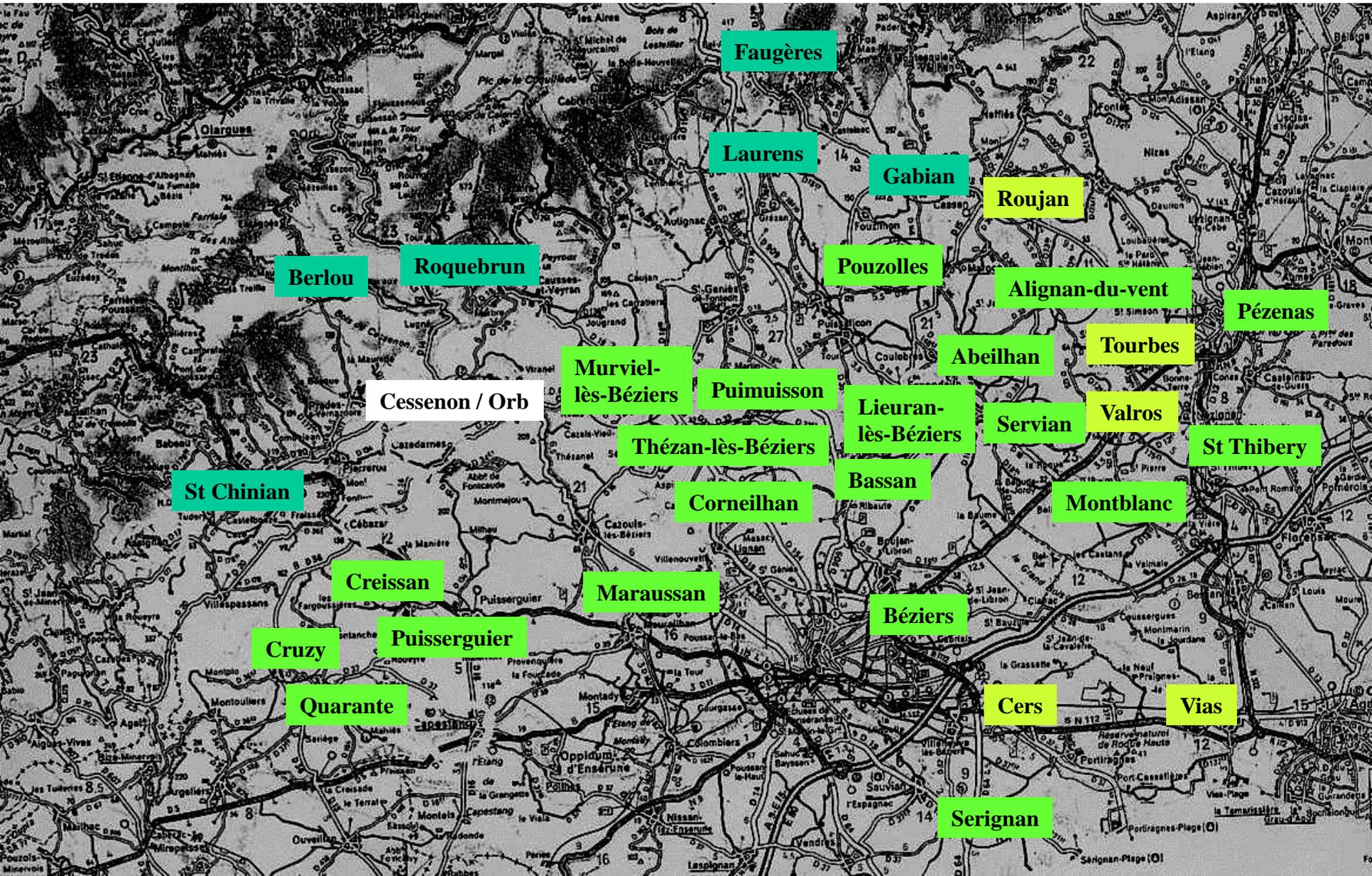
Relations de dialogue  
entre adhérents aux  
pratiques différentes  
**Partage d'expériences**



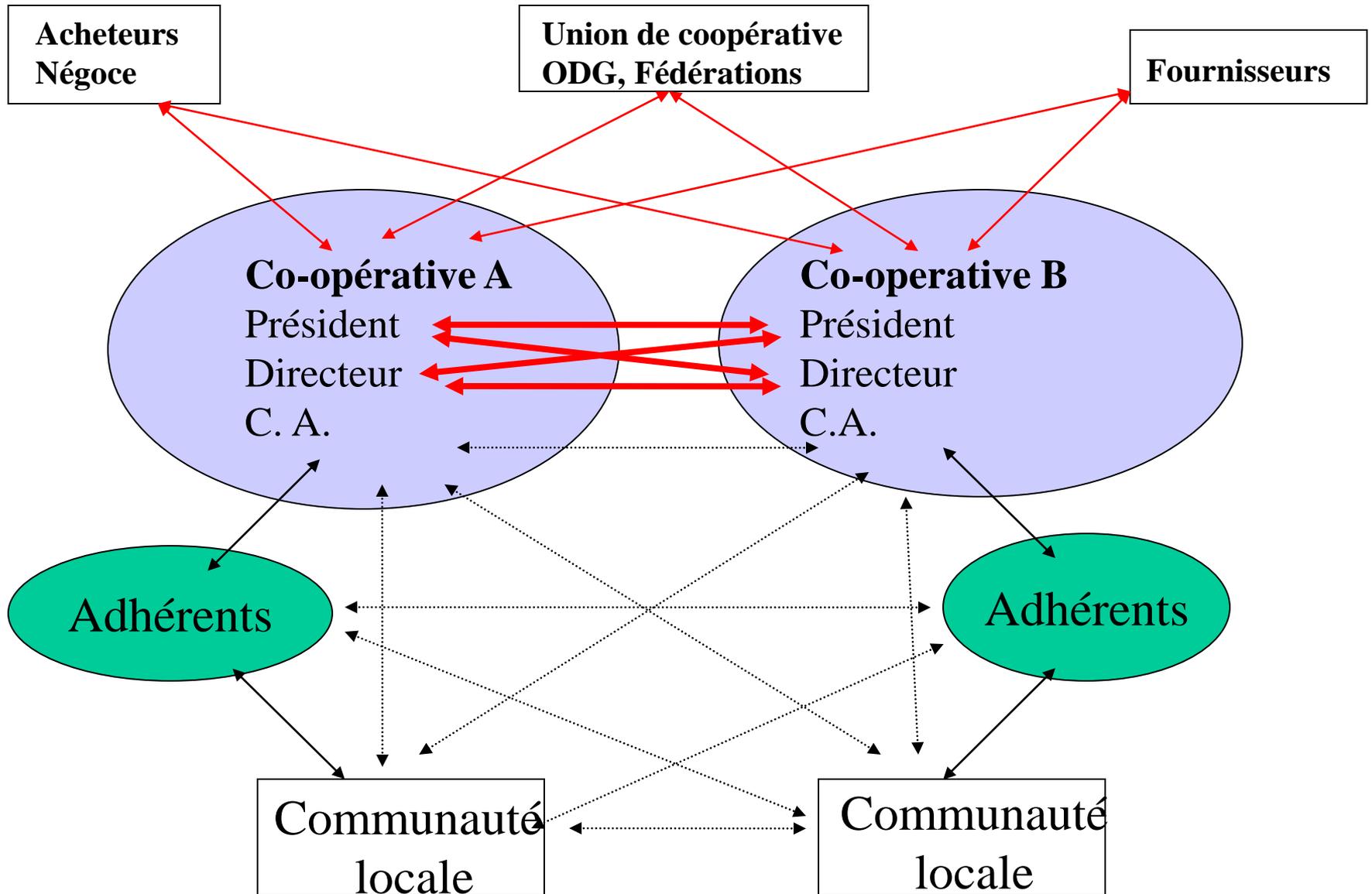
Réseaux de conseil  
à distance des adhérents  
**Informations stratégiques**

# 1.2. Innovations et réseaux à l'échelle d'un vignoble

## 31 caves coopératives autour de Béziers

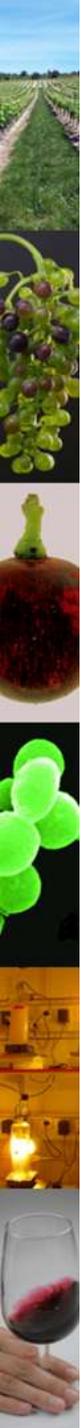
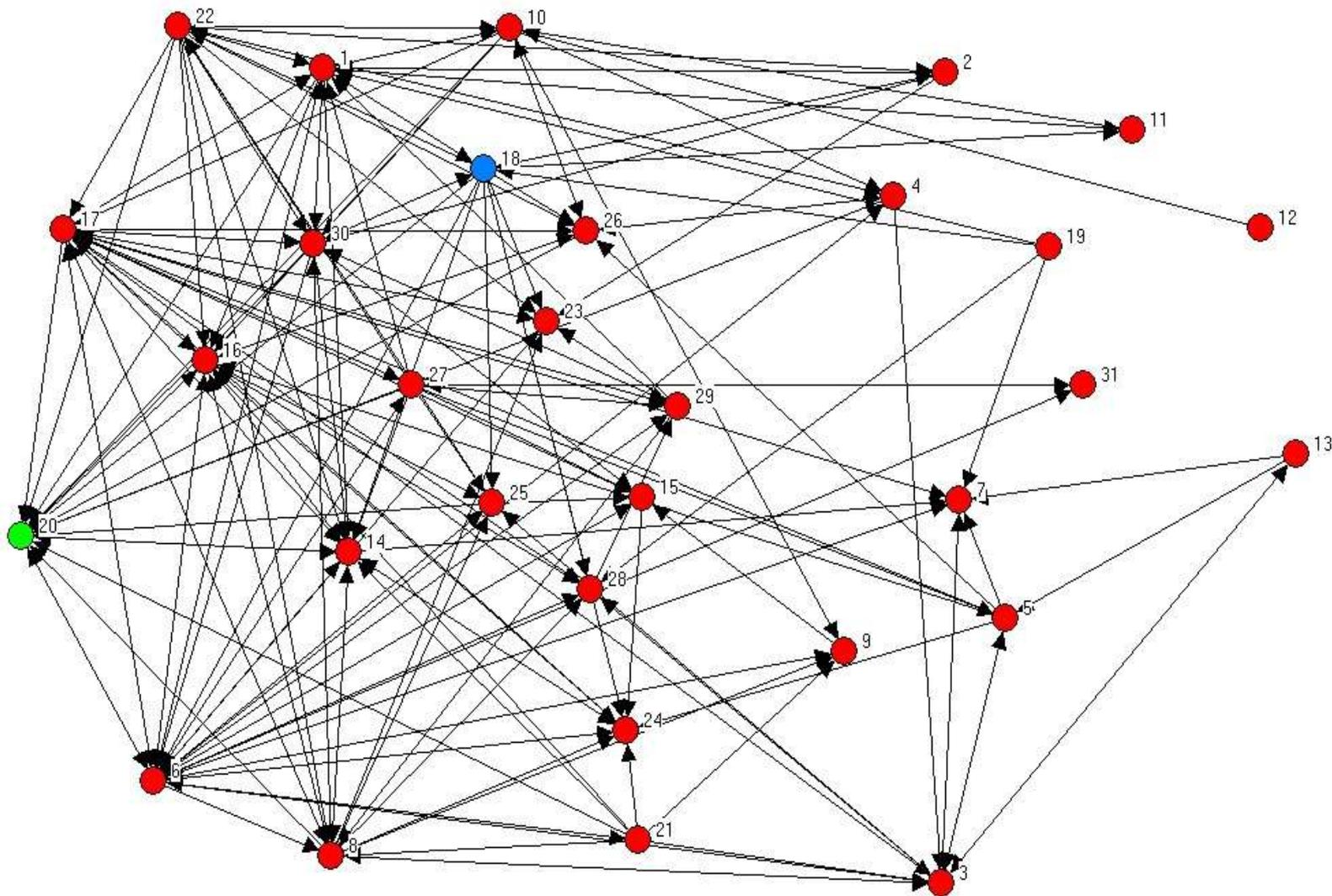


# Réseaux professionnels entre dirigeants de coopératives



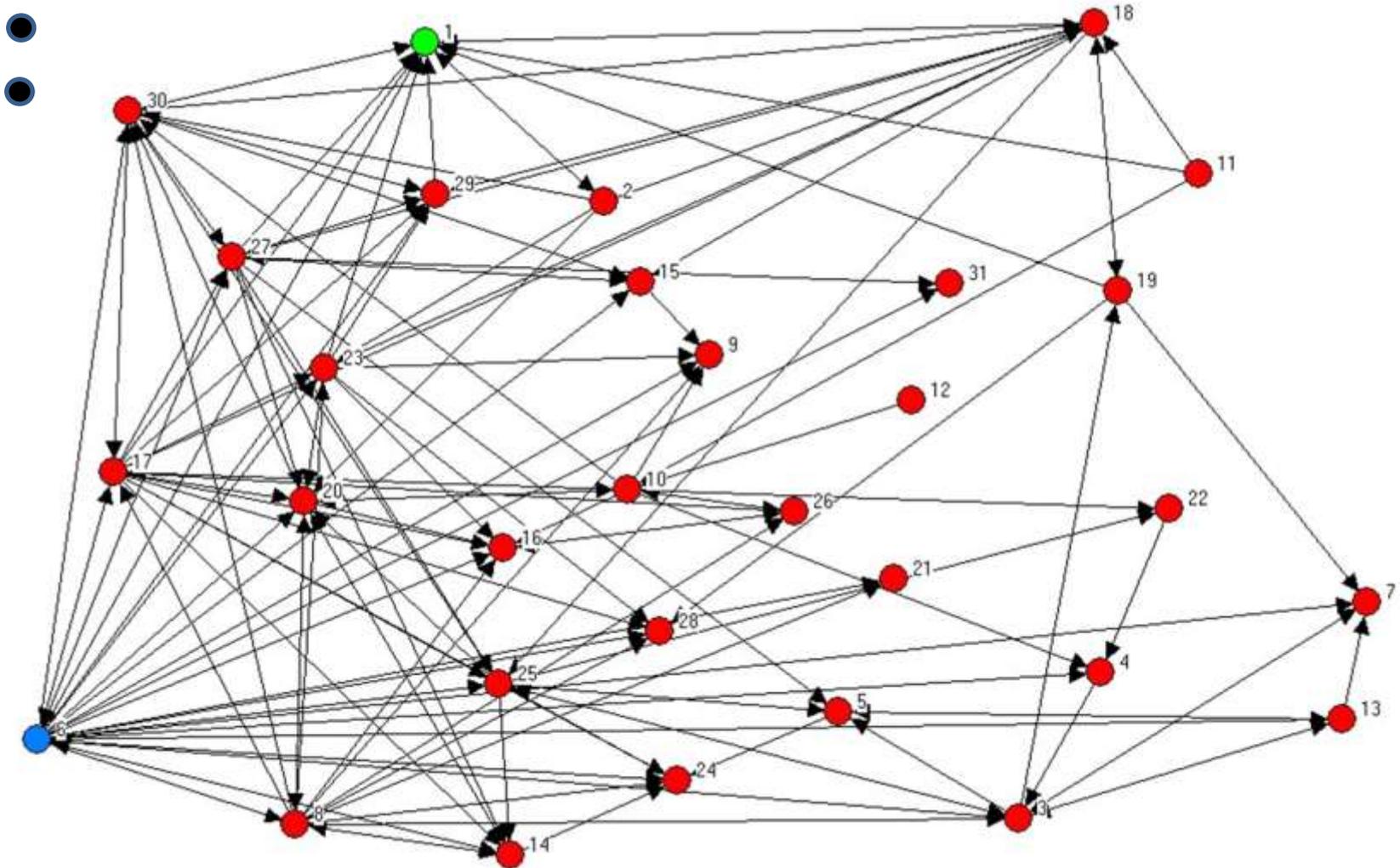
# Relations de conseil entre coopératives pour le classement du raisin : forte densité, niveau élevé de coopération

**Densité : 21 %**



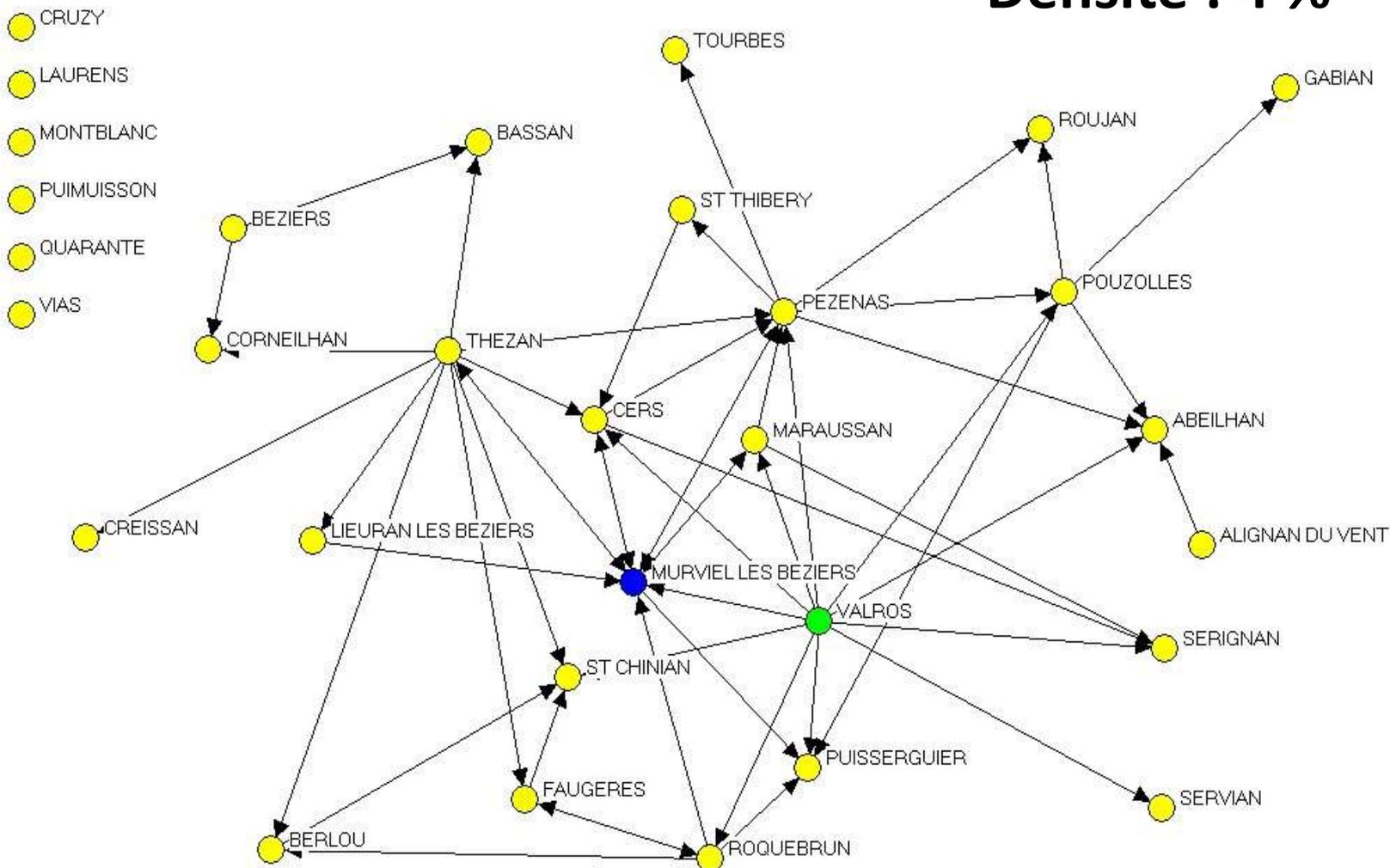
# Relations de conseil entre coopératives pour les stratégies commerciales : faible densité, mais connexion (presque) globale

Densité : 12 %



# Relations de conseils entre dirigeants pour les ressources humaines: très faible densité pour un thème stratégique, peu de coopérations

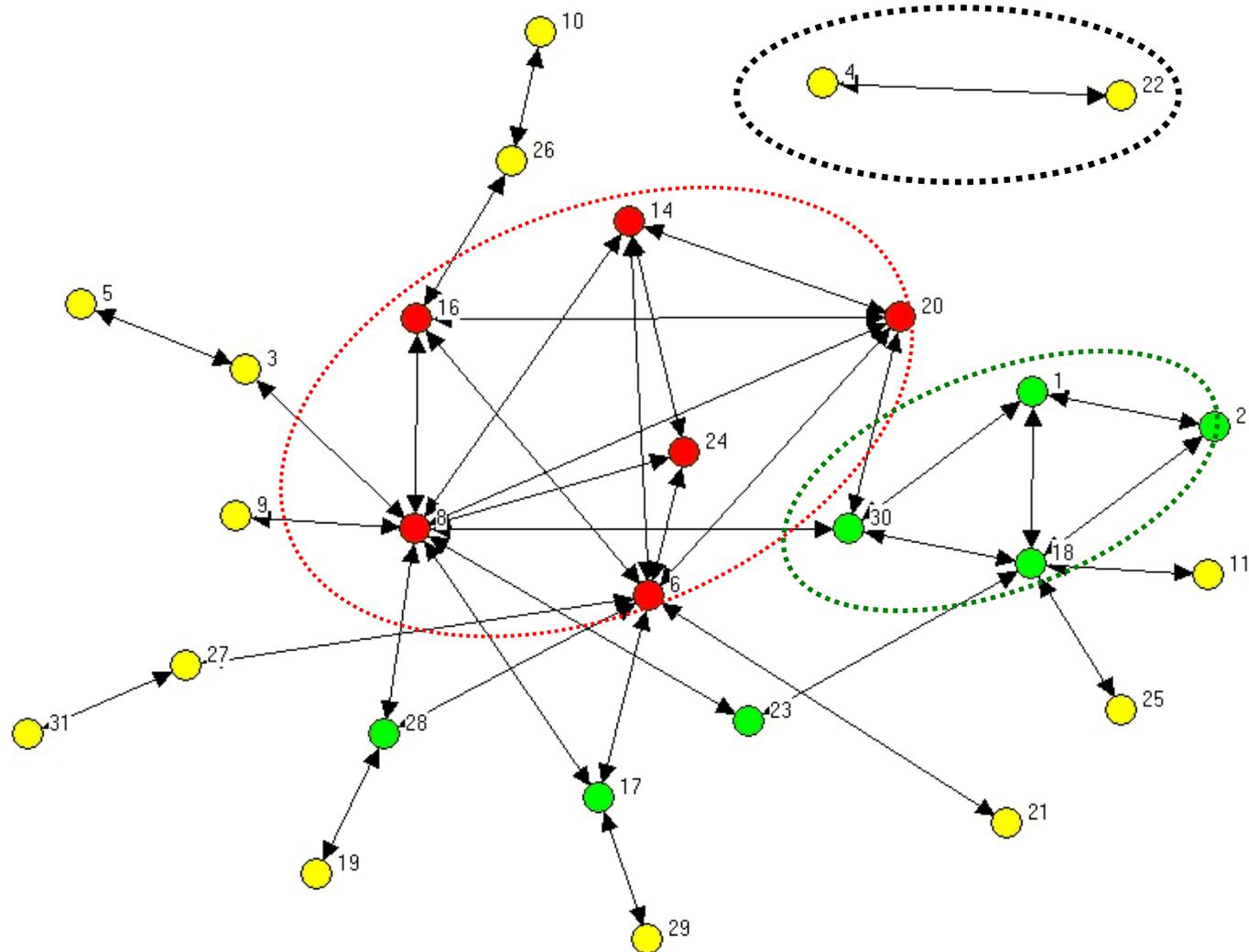
Densité : 4 %



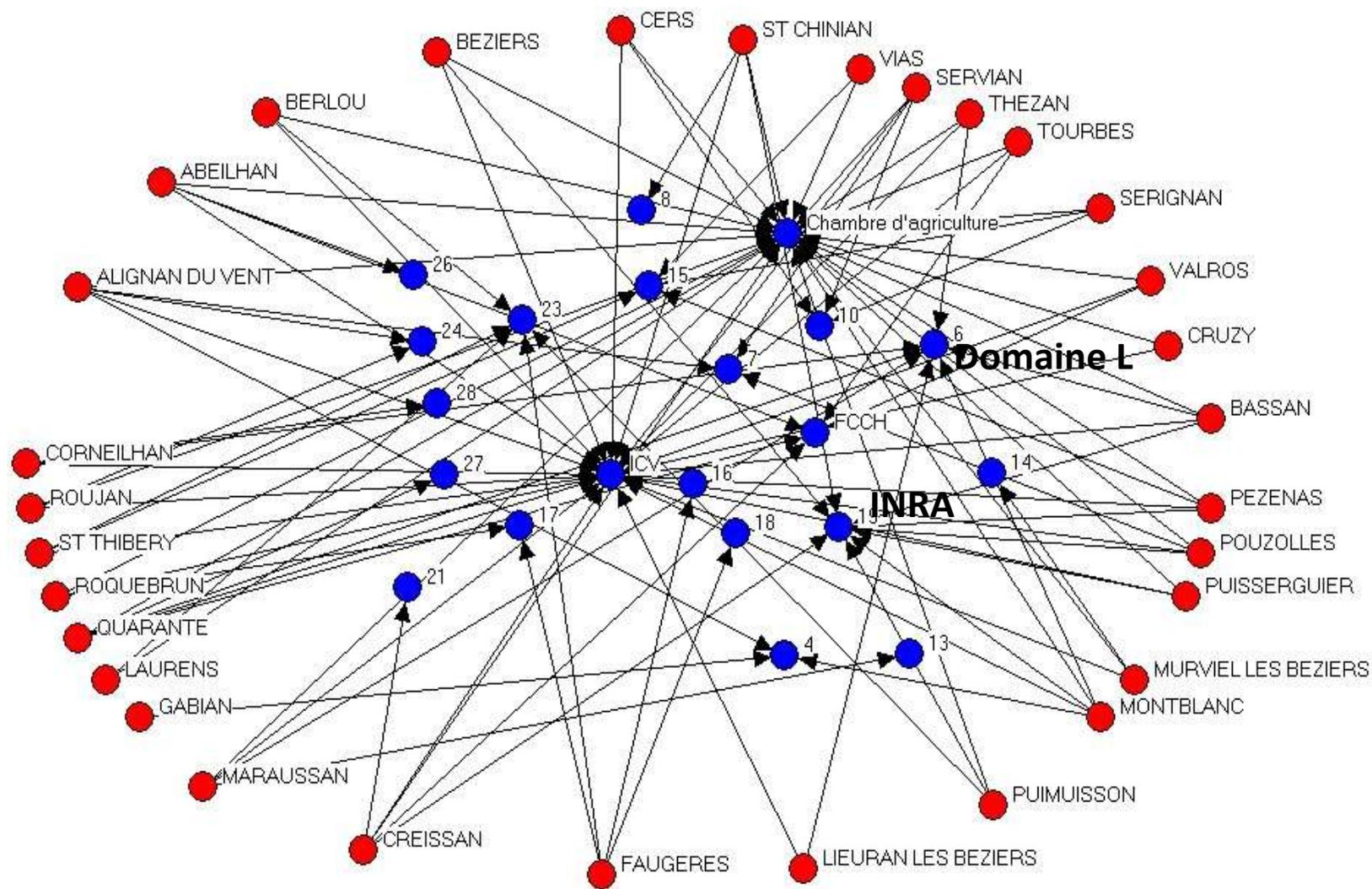
# Sous-groupes cohésifs : échanges de conseils dans différents domaines

## Approche d'une coopération multiplexe

- 7
- 12
- 13
- 15



# Relations de conseils entre dirigeants et acteurs extérieurs pour les questions techniques (classement du raisin)



# Résultats étude caves coopératives

- **Priorité aux relations locales de conseil / coopération :**  
74 % des relations de conseil se font dans le bassin de production
- **Une densité globalement élevée (33 %) mais variable selon les domaines du conseil**  
Forte sur les domaines techniques, faible pour des questions jugées stratégiques (commerciales) ou secondaires (paysages).
- **Des liens à distance stratégiques, mais incomplets**
- **Une diversité de profils et de positions relationnelles**  
Experts spécialisés ou polyvalents, intermédiaires ou ponts vers l'ext.  
Coopératives « prestigieuses » ou « demandeuses »...  
Organisation des relations au travers de plusieurs groupes cohésifs

**Un réseau favorable à l'innovation technique, mais pas commerciale**  
**Les réseaux jouent sur l'innovation en complément d'autres investissements immatériels,**  
**Une situation qui profite aux opérateurs extérieurs (sourcing, négoce)**

# 1.3. Innovation dans la construction d'une AOP : Montpeyroux (Hérault)



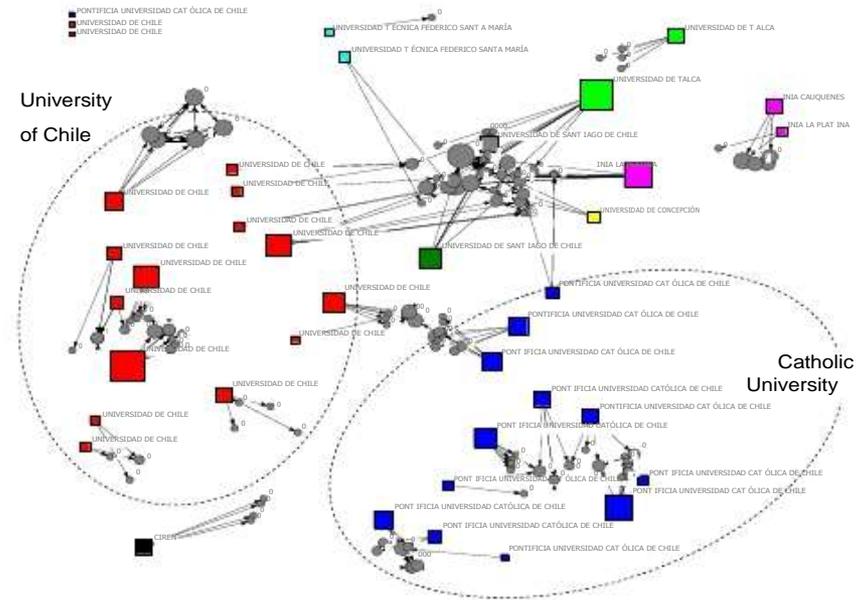


## 2. Relation recherche et innovations

Les liens informels et formels entre scientifiques/entrepreneurs ont joué un rôle fondamental dans le développement des vignobles du nouveau monde

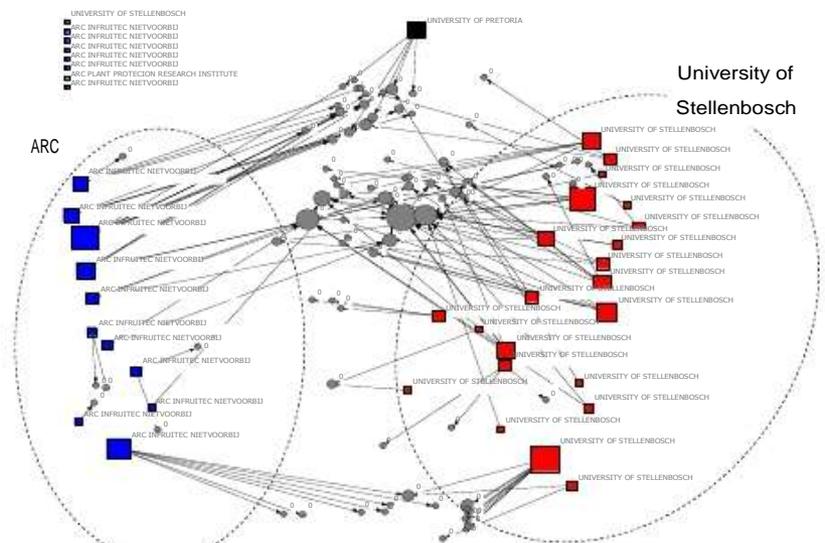
Repérage des positions clés  
De certains chercheurs et  
Bonne coordination avec la  
Construction d'une stratégie  
commune

Figure 6 University-Industry network in Chile

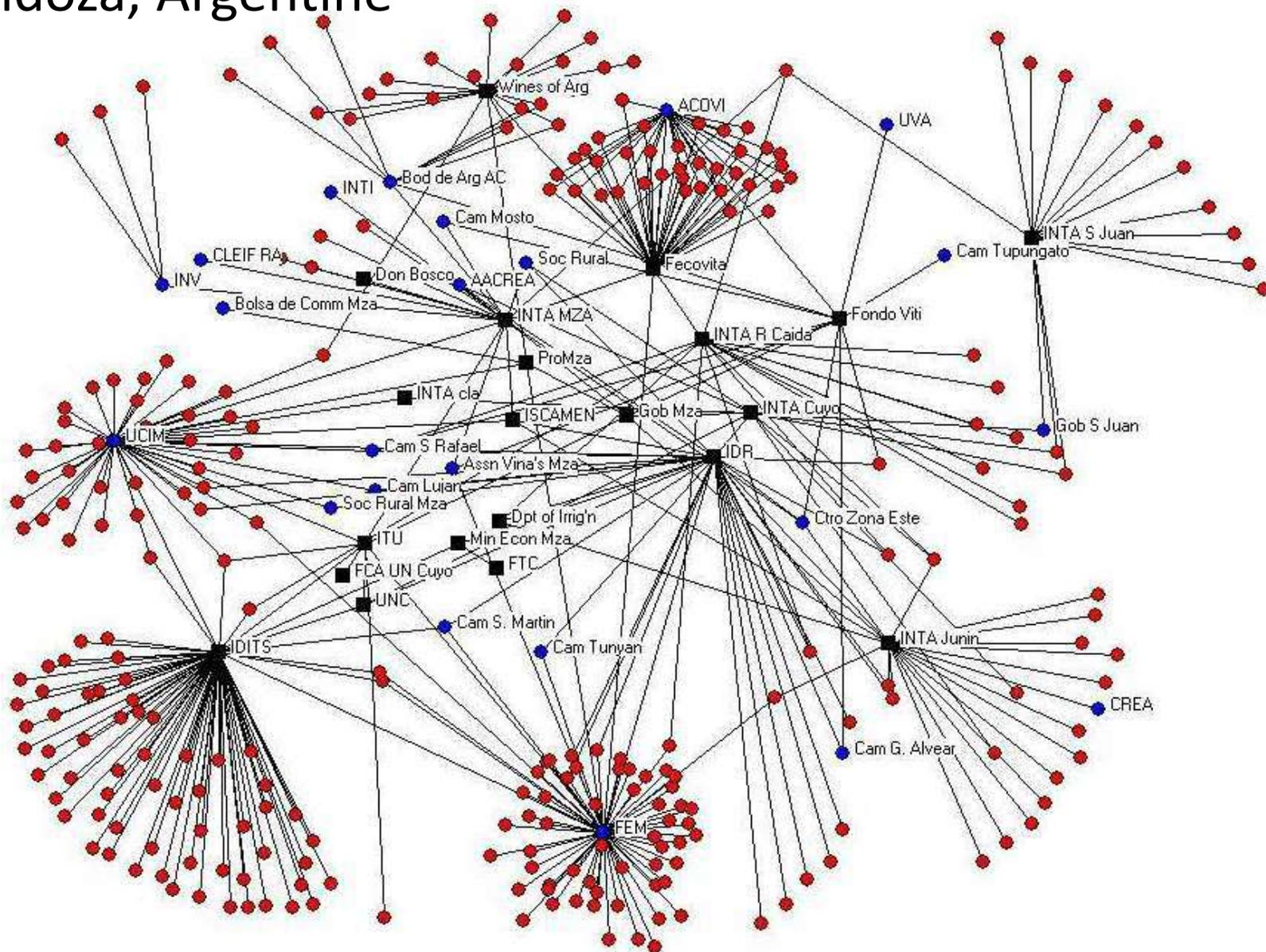


(Giuliani, Rabeloti, 2010)

Figure 7 University-Industry network in South Africa

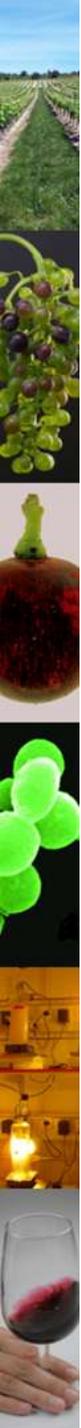


# Relations des caves avec centre de recherche et technique Mendoza, Argentine



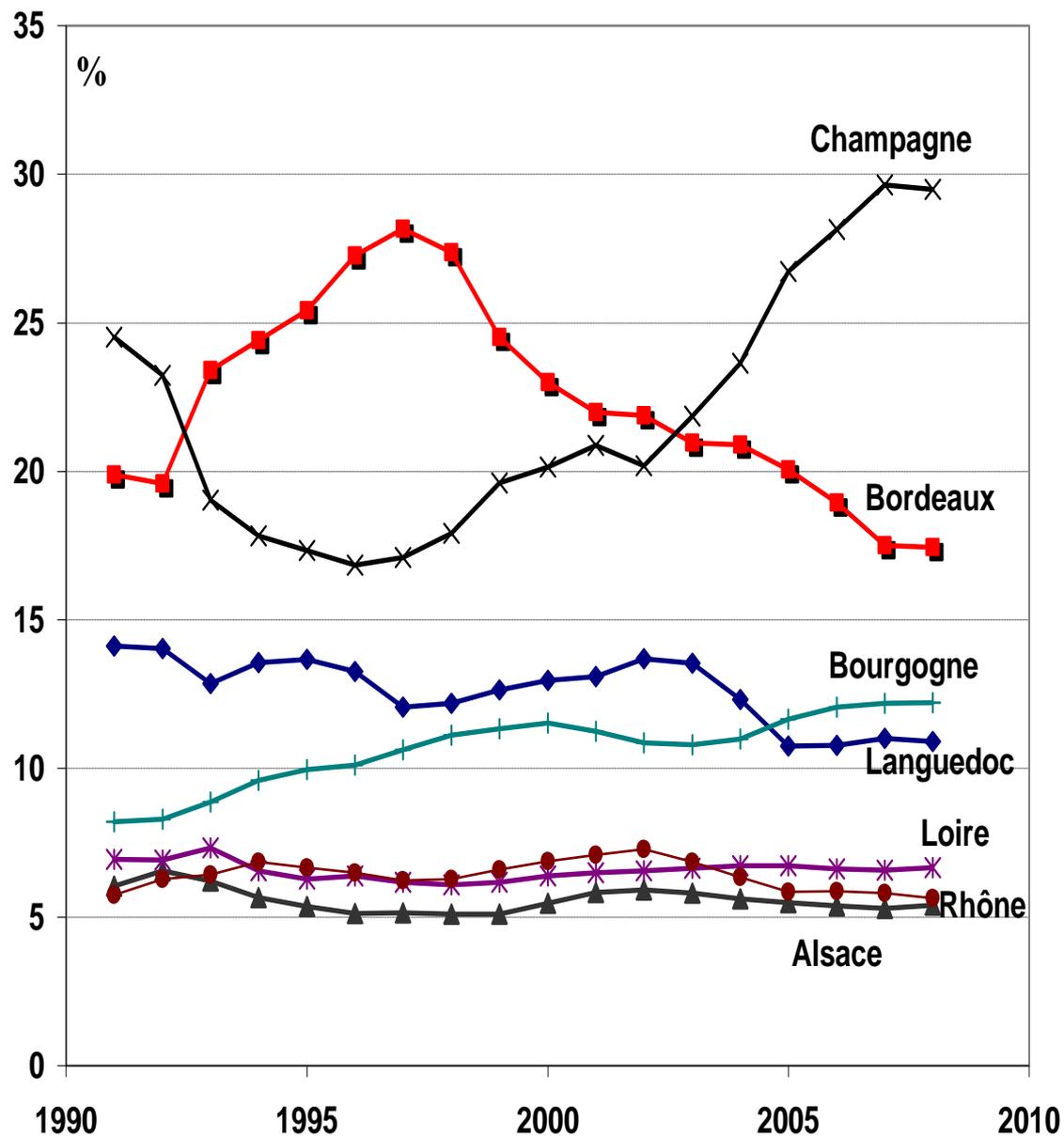
# Et en France ?

- Les institutions dédiées à la recherche, l'enseignement et l'innovation sont marquées par la tension historique entre un Etat central et la dimension régionale du secteur viticole.
- Effets des stratégies des institutions publiques : INRA, IFV, UE...  
Dispositifs : GIS, CST, RMT, généralisation projets, futurs PEI...
- Renforcement des institutions régionales jouant sur l'innovation
  - déconcentration et regionalisation des PP, pôles de compétitivité
  - Conseil Régionaux avec leur propre stratégie régionale (SRI)
  - Affirmation des interprofessions régionales et d'institutions associées
- Stratégies des entreprises : fort ancrage régional
- Les réseaux s'insèrent dans de nouvelles relations régionales nationales et internationales, formelles et informelles : **Clusters ?**
- Face aux nouveaux enjeux, les réseaux d'innovation : facteur de concurrence/coopération entre vignobles régionaux, nationaux



# Evolution des Parts De production En valeur Des régions Viticoles

Touzard 2010 Sources SST



# Première évaluation, tableau complet (Touzard, ISDA 2010).

	Montpellier Languedoc	Aquitaine Bordeaux	Bourgogne Dijon	Loire Angers	Rhône Valley	Champagn	Alsace
<b>Research centre INRA</b>	+++	+++	+	+			++
<b>High degree agrone. School</b>	SupAgro/IHEV +++	ENITAB ++	ENESAD +	ESA (cathol) ++	Suze la R. (profession)		
<b>University Oenolo diploma</b>	Univ ++ , 2DNO	Univ ++ 1DNO	Univ + 1 DNO	Univ	1 DNO	Univ ++ 1 DNO	
<b>Competitivity pole</b>	P. Qualimed +	Vin 2020	P. Vitagora +	P.Vegetal +			
<b>Private research others</b>	+	++	+	+	+	++	++
	UMT, Pech Rouge.		Unesco chair	UMT vinitera			
<b>Region council</b>	++	++	+	+	+	+	+
<b>Other loc. gouv</b>	CG34 ++	CG33+	?	?	CG84 +	+	CG +
<b>Interprofession wine organisati.</b>	CIVL -	CIVB +	<b>BIVB</b> +	Interloire	<b>Interrhône</b> ++	<b>CIVC</b> ++	CIVA
<b>Public tecnica IFV</b>	ITV + ENTAV ++	ITV +	ITV	ITV ++	ITV +	ITV +	ITV
<b>Chambre agric</b>	Mpl, ++	Bordeaux ++	Dijon	Angers, Tours	Valence		

## A first expert analysis

- i) employment and economic datas dedicated to different activities
- ii) relational informations

# Conclusions

Les réseaux sont **constitutifs de l'innovation** dans le secteur du vin et sont un facteur clé des performances économiques.

Plus que la densité ou la fréquence des liens, c'est la **forme des réseaux professionnels** qui influence l'innovation : combinaison de groupes locaux et liens à distance diversifiés, +/- complémentaires

Quatre types de réseaux (au vignoble/terroir, marchands, entre dirigeants d'entreprise, de recherche-développement...) à **articuler** à l'échelle d'une région viticole et interrégional...

Les réseaux professionnels sont **des investissements** que les acteurs peuvent réaliser individuellement et collectivement.

Stratégies privé et public (**partenariat**) pour assurer ces investissements : interactions et institutions ad hoc pour un projet

La qualité des relations suppose un équilibre entre **calcul stratégique** et **réciprocité : enjeu du partenariat**