

PARTICULARITES DU MARCHÉ DU VIN
EN VRAC EN ESPAGNE

LE PROFIL DU COURTIER

Felix S. PEREZ ALVAREZ, Avocat, Logroño

1) STRUCTURE DU MARCHÉ A L'ORIGINE

La production de vin en Espagne est structurée de la manière suivante:

- A) Viticulteurs indépendants: Ils cultivent directement la vigne soit en qualité de propriétaires, soit en qualité de fermier ou métayer et, suivant le prix du raisin, ou bien ils le vendent aux sociétés propriétaires de caves productrices de vin, ou ils l'utilisent pour produire directement leur propre vin.
- B) Coopératives vinicoles: Les viticulteurs se groupent en coopératives afin de produire du vin avec leurs propres vendanges. Ces coopératives centralisent les offres de vins en vrac.
- C) Entreprises propriétaires de caves: Beaucoup d'entreprises exploitent des vignobles en tant que propriétaires ou locataires et produisent du vin dans leurs installations. Ces entreprises achètent aussi du raisin aux petits viticulteurs.

En Espagne donc le vin est produit par les viticulteurs, les coopératives et les Sociétés Commerciales propriétaires de caves.

2) COMMENT SE FONT LES VENTES DE VIN?

A) VINS EN VRAC

- 1) Par contact direct entre producteurs ou élaborateurs de vin. C'est la situation la plus courante à l'intérieur de la même zone de production et d'appellation d'origine où les personnes concernées par ces tractations se connaissent personnellement.
- 2) Par l'intermédiaire d'un Commissionnaire ou d'un Agent Commercial. Le Commissionnaire peut agir parfois en nom du vendeur et parfois en nom de l'acheteur. Son travail consiste à recueillir les échantillons de vin qui seront soumis à une analyse par l'acheteur et, dans la plupart des cas, il initie la procédure d'achat en mettant les parties en contact. L'accord est formalisé par un contrat d'achat de vin signé par le vendeur et l'acheteur et, souvent aussi, par le Commissionnaire en qualité de médiateur.
- 3) Le Commissionnaire agit en tant qu'Agent Commercial libre et touche une commission pour son intervention. Dans ce cas sa responsabilité est dérogée, même s'il est amené à continuer la médiation, en cas de problèmes par exemple. En Espagne les Commissionnaires ne possèdent aucun statut particulier et c'est la Normative relative aux Agents Commerciaux qui leur est appliquée. Dans

PARTICULARITIES OF THE BULK WINE
MARKET IN SPAIN

PROFILE OF THE BROKER

Felix S. PEREZ ALVAREZ, Abogado, Logroño

1) MARKET ORGANISATION AT THE START

Wine production in Spain is organised as follows.

- A) Independent wine-growers. These cultivate vines either on their own land or as tenant farmers or sharecroppers. Depending upon the price of the grapes, the harvest is sold to wineries or used by the growers to make the wine themselves.
- B) Wine-growing co-operatives. Here, the growers are grouped in co-operatives so as to be able to produce wine with their own harvest. The supply of wine in bulk is centralised in such co-operatives.
- C) Wineries. A number of winery businesses grow the grapes on their own or leased land, and produce wine in their facilities. They also purchase grapes from small farmers.

This means that in Spain, wine may be made by wine-growers, co-operatives or private wineries.

2) SALE OF WINE

A) BULK SALE

- 1) Bulk sale is made under contracts between producers or wine-makers. This is the most common practice within any given production and appellation area, where the persons involved in the dealings know each other personally.
- 2) Through a commission agent or a sales agent. The agent acts on behalf of the seller in some cases and on behalf of the buyer in others, and is responsible for collecting samples of wine for testing by the purchaser, and in most cases, initiating the purchasing procedure by putting the parties in contact with each other. The agreement is formalised in a purchase agreement signed by both parties. Often, it is signed by the agent as well, acting in his/her capacity as a mediator.
- 3) The agent is free, and receives commission for his/her work. In this case, the commission agent is not liable in the event of any problem, even though he/she may continue to act as a mediator. In Spain, commission agents have no specific status, and the regulations applied to them are those for sales agents. In the wine business, the agents are often farming technicians or oenologists who have expertise in wine-

la filière du vin les Commissionnaires sont souvent des Techniciens Agricoles, ou des œnologues possédant des connaissances en viticulture et œnologie.

- 4) Les opérations les plus importantes en matière d'achat de vins en vrac ont lieu entre les Coopératives Viti-vinicoles et les Sociétés Commerciales propriétaires de caves qui vendent le vin mis en bouteille et / ou en vrac.

B) VINS EN BOUTEILLE

Traditionnellement, en Espagne, les viticulteurs et les coopératives se consacraient à la production de vins en vrac qu'ils mettaient ensuite à disposition des Caves (qui à leur tour les vendaient mis en bouteille avec une marque), ou qu'ils vendaient en vrac à d'autres sociétés spécialisées dans la mise en bouteille. Mais, depuis quelques années, aussi bien les petits viticulteurs que les Coopératives essaient de commercialiser leur vin directement mis en bouteille avec une marque. La part de marché ainsi occupée est minime mais l'impact est important sur le marché des vins jeunes, appelés aussi «de l'année». La conséquence de cette évolution est le développement d'une situation de concurrence avec leur clientèle traditionnelle (les Grandes Caves). D'où la nécessité pour les Sociétés Commerciales de posséder leurs propres moyens et d'acheter la plus grande quantité de raisin possible à chaque récolte.

Il faut aussi tenir compte de ce que l'on appelle les «grossistes». Ce sont des propriétaires d'installations de production et de stockage de vin dont l'activité consiste essentiellement à acheter du raisin ou du vin à des producteurs tiers et à le revendre ensuite aux Sociétés Commerciales (Caves). Cette catégorie est en voie de disparition car la plupart de ses représentants essaient de se lancer dans la commercialisation du vin en bouteille avec marque.

Cette phase de commercialisation concerne les opérations suivantes:

- 1) La vente directe au consommateur.
- 2) La vente par le biais d'un distributeur. Il s'agit de Sociétés de commercialisation de vins en bouteille, de boissons diverses et de produits alimentaires. Les distributeurs sont désignés par zones géographiques et bénéficient de l'exclusivité pour ces zones ou territoires en échange d'un volume minimum de vente annuel.
- 3) La vente aux Grandes Surfaces, aux Grandes Centrales d'Achat, etc.

Pour réaliser ces ventes les opérateurs utilisent leur propre personnel et / ou des Agents Commerciaux.

Sur le marché du vin en vrac le Commissionnaire agit en tant que médiateur et touche une commission pour son intervention

Fait à Logroño, La Rioja, Espagne, au mois de juin 1997.

growing and œnology.

- 4) The largest transactions in terms of the purchase of wine in bulk take place between wine-growing and wine-making co-operatives and winery businesses dealing in bottled and/or bulk wine.

B) BOTTLED WINE

Traditionally, Spanish wine-growers and co-operatives used to be more concerned with the bulk production of wine, which was then sold to wineries (which in turn, bottled the wine and marketed it under a brand name) or sold in bulk to other specialised bottling firms. However, in recent years, both small wine-growers and co-operatives have been trying to market their wine directly under their own brand. Their market share is quite negligible, but it does have a large impact on the market of young wines, also called "the year's" wines. The consequence of this development is that the wine-growers are now competing with their traditional customers (large wineries). This is why wineries need to own resources and buy as much grape as possible at each harvest.

One must not forget the so-called "wholesalers". These are proprietors of wine production and storage facilities whose main business is to purchase grapes or wine from third growers and sell it to winery businesses. This category is on its way out, as most of its representatives are trying to get into the business of marketing branded bottled wines.

This marketing stage concerns the following operations:

- 1) Direct sales to consumers.
- 2) Sales via distributors. These are businesses dealing in bottled wines, miscellaneous beverages and food products. The distributors are appointed for a given geographical area and have exclusive rights over the area in exchange for a minimum annual volume of sales.
- 3) Sales to supermarkets, large purchasing groups etc.

To make these sales, the operators use their own personnel and/or sales agents.

In the bulk wine market, the commission agent acts as a mediator and receives commission for his/her work.

Logroño, La Rioja, Spain, June 1997.