



1. Tendances et circuits de commercialisation du vin

La consommation de boissons alcoolisées est fortement liée à la bière en Belgique. Toutefois, la consommation annuelle moyenne par habitant est en décroissance depuis plusieurs décennies et s'établit à environ 74 litres/habitant/an en 2016. A l'inverse, la consommation de vin est passée de 18 à 25 litres/habitant/an en une vingtaine d'années. La consommation de spiritueux est globalement stable.

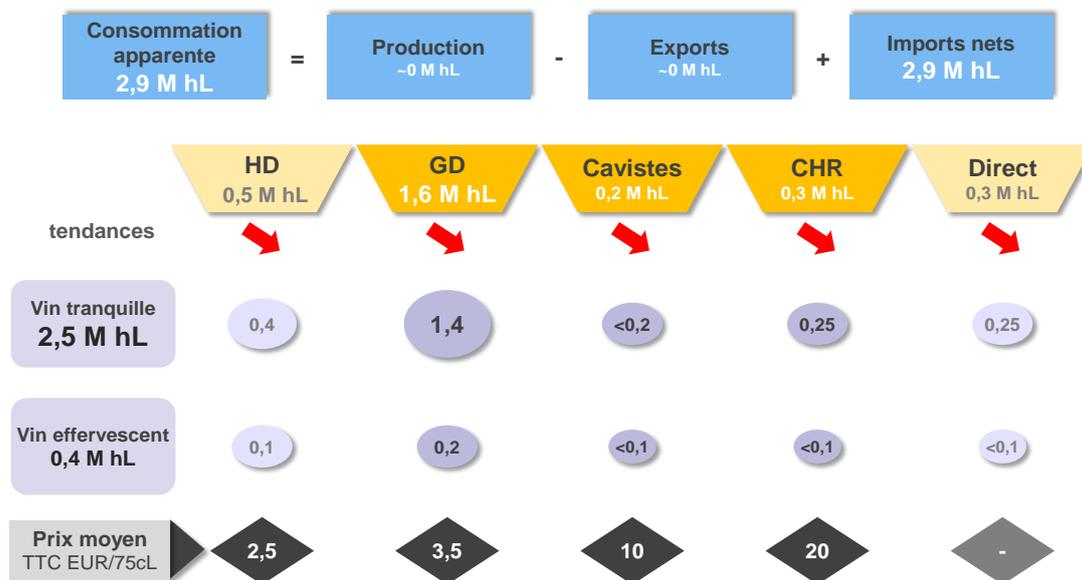
L'environnement politique belge s'inscrit en faveur d'une limitation de la consommation de boissons alcoolisées, notamment avec la mise en place d'un plan alcool en mars 2017. Mais c'est surtout la forte hausse des droits d'accises datant de fin 2015 (+ 30 % pour les vins par exemple) qui a eu un effet important sur la distribution de spiritueux, de vins effervescents et, dans une moindre mesure, de vins tranquilles. Cette augmentation marquée a notamment eu comme impact une intensification des achats transfrontaliers en France et au Luxembourg.

Les habitudes de consommation confirment la place importante occupée par le Cava espagnol, notamment consommé à l'apéritif et en contextes festifs. Les productions artisanales de boissons alcoolisées sont également plébiscitées, et plus particulièrement le gin et les productions des micro-brasseries.

Enfin, il faut bien garder en tête les différences importantes dans le choix du vin entre les habitants des régions wallonne et flamande : par exemple, 70 % des vins rosés consommés en Belgique le sont en Wallonie+Bruxelles, alors que 70 % des vins du Nouveau Monde consommés en Belgique le sont en Flandres.

Estimation de la consommation apparente du vin par circuit

(M hL pour million d'hectolitres)



Sources : GfK, Statbel, In Vino Veritas-Business France

Suite à l'augmentation importante des droits d'accises (qui a plus particulièrement concerné les spiritueux et les vins effervescents) les achats transfrontaliers de boissons alcoolisées ont fortement cru (notamment dans les supermarchés français situés à proximité immédiate de la frontière). Aussi, les ventes de vin sur le territoire belge sont en retrait pour tous les circuits de distribution.



Les super et hypermarchés restent le principal canal de distribution de vin en Belgique, avec des enseignes comme Delhaize, Colruyt et Carrefour notamment. Le poids des marques de distributeurs, souvent mises en bouteilles sur place à partir de vins importés en vrac, semble s'accroître avec une compétition intense sur les prix entre les principaux groupes de distribution.

2. Dynamique des importations de vin

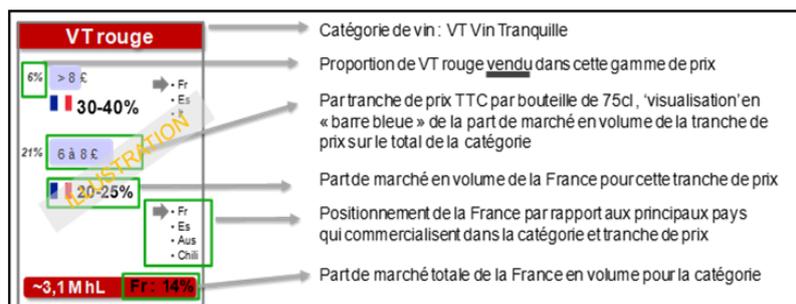
Données GTA	Vin tranquille < 2L	Vin tranquille > 2L	Vin effervescent
Volume 2016 (1000 hL)	1 724	841	384
Evolution volume 2010-2016	-7%	+13%	+8%
Evolution prix €/L 2010-2016	+8%	+10%	-0,2%
Top 5 exportateurs Volume (1000 hL) et évolution volume 2010-2016	<ul style="list-style-type: none"> France : 910 / -13% Italie : 145 / -6% Allemagne : 116 / +15% Portugal : 116 / -8% Espagne : 105 / -14% 	<ul style="list-style-type: none"> France : 319 / -33% Allemagne : 147 / +1388% Espagne : 108 / +77% Afrique du Sud : 81 / +32% Australie : 55 / +34% 	<ul style="list-style-type: none"> Espagne : 202 / +55% France : 95 / -24% Italie : 46 / +18%

Source : GTA

Les importations de vin en Belgique connaissent plusieurs évolutions de moyen terme, et notamment une certaine substitution de volumes des contenants < 2 litres vers des contenants > 2 litres. La stratégie d'embouteillage local d'une enseigne comme Colruyt contribue probablement à cette évolution, de même que la progression continue du bag-in-box. En parallèle, une augmentation de la valeur par litre des imports est visible mais reste modeste en comparaison d'autres pays importateurs.

La seconde tendance observée sur le moyen terme est un tassement des positions françaises, historiquement très fortes outre-Quévrain. Certains professionnels y voient un ajustement assez inévitable au vu de la mondialisation du marché du vin, la position de la France restant dominante mais étant plus concurrencée que jamais. Concernant les vins effervescents, l'intérêt pour le Cava espagnol se confirme avec une forte hausse depuis 2010, alors que la mode Prosecco est relativement moins marquée en Belgique que dans les pays anglo-saxons.

3. Segmentation par circuit et position des vins français



Pour chacun des circuits, la segmentation prix de l'offre par catégorie de vin est représentée sous forme graphique avec le positionnement des vins français et leurs concurrents directs. La légende des informations est expliquée sur l'illustration ci-contre.

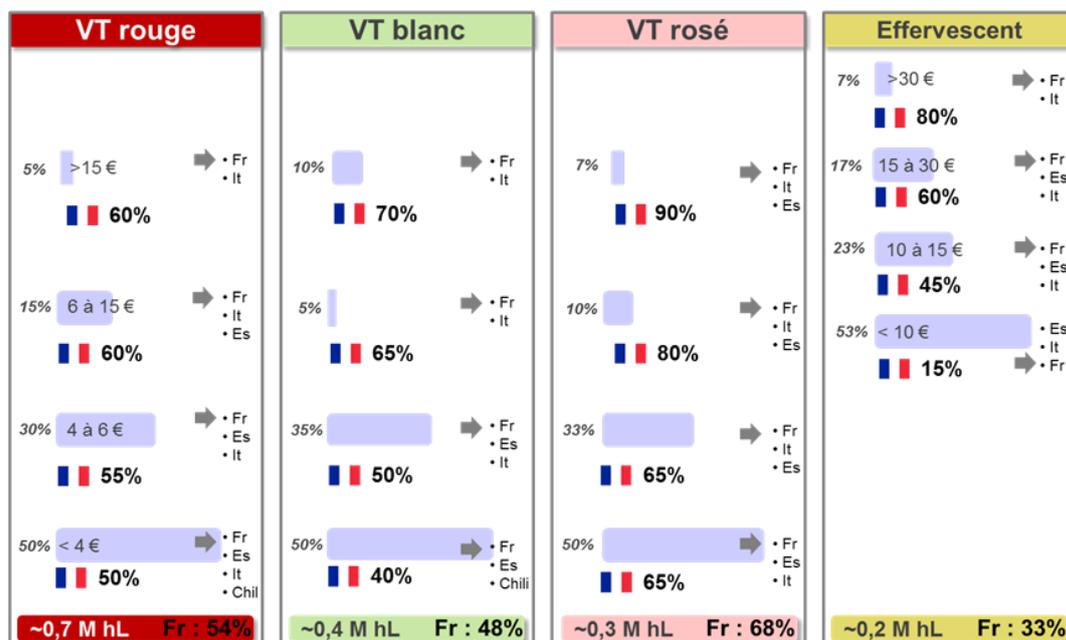


Grande Distribution

La Grande Distribution pèse probablement pour plus de 50 % de la totalité des volumes de vin distribués en Belgique, avec 3800 magasins environ, la plupart étant rattachés aux enseignes dominantes que sont Delhaize, Carrefour et Colruyt. L'offre en vin est très européenne, avec en particulier une forte présence des références françaises, et ce dans toutes les gammes de prix.

Le climat plutôt favorable à une limitation de la consommation de boissons alcoolisées – et plus particulièrement la forte hausse des droits d'accises – entraîne une baisse inédite des ventes dans les rayons vins depuis fin 2015. Cela profite apparemment aux magasins frontaliers français et luxembourgeois qui semblent réaliser des ventes record, n'hésitant d'ailleurs pas à proposer des offres promotionnelles assez agressives pour animer leurs rayons.

Estimations des ventes de vin en volume par tranche de prix en Grande Distribution



Source : estimations d'après enquête Abso Conseil, EY et Allison Bonnett Consultant

Globalement, les gammes de prix sont comparables pour les vins tranquilles, notamment dans les hauts de gamme.

La tranche qui concentre les volumes les plus importants est celle des vins à moins de 4 € par eq 75 cL, avec une présence forte de la France, mais surtout une concurrence de plus en plus vive des vins espagnols et italiens. C'est aussi sur ce segment d'entrée de gamme qu'on retrouve les vins du Nouveau Monde, notamment des vins chiliens et sud-africains.

Sur les tranches de prix plus élevées, la position de la France reste forte, bien qu'elle ait - d'après certains interlocuteurs - connu une érosion progressive depuis une quinzaine d'années.

La concurrence pour les vins rouges et rosés français provient essentiellement d'Espagne, qui jouit d'une réputation de rapport qualité/prix imbattable. En outre, les vins italiens sont les plus sérieux concurrents des vins français, et ce sur toutes les tranches de prix. Enfin, ce sont les Cava espagnols



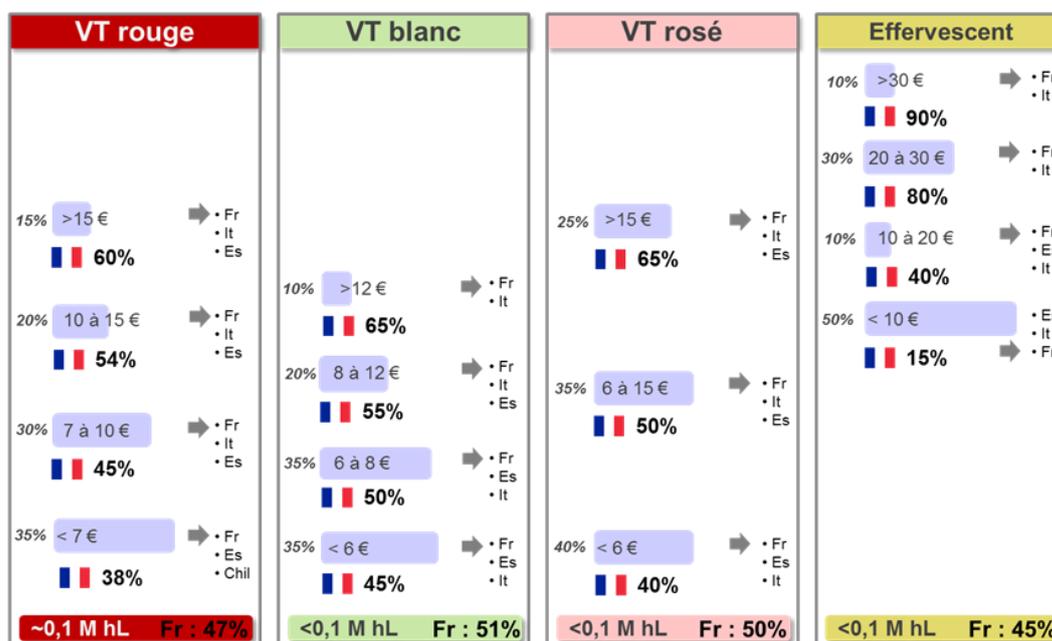
qui sont plébiscités en Belgique, alors que les Crémant et les Champagne permettent aux vins français d'être plus compétitifs au-delà des 10 €/bouteille.

Cavistes

On retrouve une offre très large chez plus de 700 importateurs professionnels, cavistes et commerces spécialisés en Belgique. Ces 2000 à 3000 opérateurs sont en général spécialisés sur un produit, un pays ou une région. Ils travaillent pour la plupart avec des particuliers, mais aussi avec d'autres cavistes et des établissements CHR.

Les ventes sont plus éclatées qu'en Grande Distribution. L'entrée et surtout le cœur de gamme représentent 85 % des volumes. Dès que l'on franchit cette frontière vers le haut de gamme, les volumes sont bien moindres : 15 à 20 % des ventes.

Estimations des ventes de vin en volume par tranche de prix chez les Cavistes



Source : estimations d'après enquête Abso Conseil, EY et Allison Bonnett Consultant

Pour les vins tranquilles, les ventes sont donc assez bien réparties sur les trois premières tranches de prix jusqu'à 15 €. Le rosé fait exception : les professionnels cavistes vendent peu de rosé et les volumes vendus au-dessus de 15 € sont peu importantes. Les vins blancs moelleux sont, quant à eux, complètement délaissés par le consommateur.

Pour les vins effervescents, les volumes sont majoritairement répartis entre les vins entrée de gamme (Cava, Prosecco) et les Champagnes entre 20 et 30 €.

Comme en grande distribution, les principaux concurrents de la France sont l'Espagne et l'Italie. L'Espagne est très performante sur l'entrée de gamme et même ultra dominante pour les vins effervescents. L'Italie est le seul pays à venir concurrencer la France sur des vins haut de gamme. Il ne faut pas négliger dans la partie wallonne du pays l'importance de la communauté italienne et l'intérêt grandissant des consommateurs belges pour le vin italien.

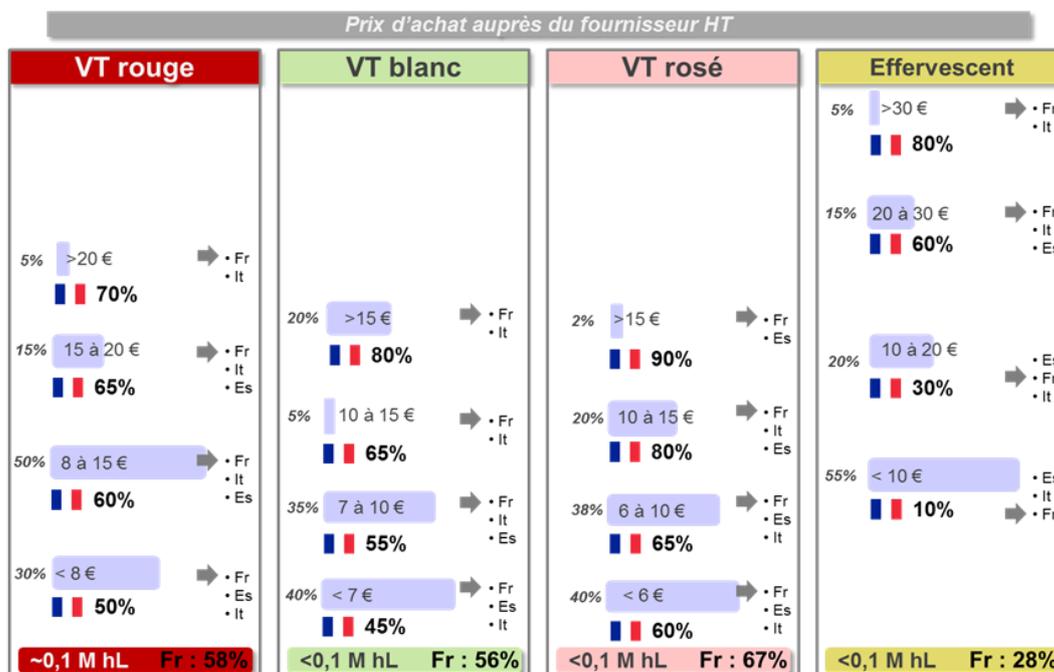


Cafés-Hôtels-Restaurants

Le circuit CHR en Belgique représente environ 47 000 établissements dont 25 000 restaurants, 19 000 cafés et 3 655 entreprises de catering. Nombre de restaurateurs -au moins 25%-s'approvisionneraient en direct auprès des vignerons au moins pour une partie de leur offre, qui est souvent très éclatée et dominée par les vins français. Pour les restaurants, les prix moyens des vins affichés sur les cartes s'élèvent entre 12 et 15 € pour les établissements d'entrée de gamme, et à plus de 30 € pour les plus huppés.

La majorité des volumes est vendue sur les tranches de prix entrée et moyen de gamme. Pour les vins tranquilles comme pour les effervescents, les volumes suivent globalement les mêmes proportions selon les tranches de prix. Les vins français représentent entre 45 % et 90 % des ventes en volume pour les différentes gammes de vins tranquilles. Comme pour les autres circuits de distribution, la France a davantage de concurrents sur les vins entrée de gamme, et domine assez largement sur les vins haut de gamme.

Estimations des ventes de vin en volume par tranche de prix dans le circuit CHR



Source : estimations d'après enquête Abso Conseil, EY et Allison Bonnett Consultant

La France domine l'offre et les ventes de vins rouges quelle que soit la tranche de prix. Les vins apparemment les plus vendus le sont entre 8 et 15 €, qui sortiront à plus de 30 € sur la carte des restaurateurs.

Les vins effervescents d'entrée de gamme sont largement dominés par l'Espagne suivie de l'Italie. Bien qu'elle arrive en 3^{ème} position, la France a trop peu de produits sur ce segment pour réellement concurrencer ces deux pays.

Pour le segment haut de gamme des vins effervescents, une concurrence forte semble exister entre les distributeurs qui représentent chacun une maison de champagne, sur un marché assez restreint sur lequel les producteurs sont également présents en direct.



4. Propositions d'axes de travail collectif

Lors des entretiens, certains opérateurs ont fait part de leur perception des vins français, qui pourrait à terme se traduire par des pistes de travail collectif :

- Même si les vins français sont très appréciés, l'image qu'ils renvoient est « vieillissante » ou jugée « trop classique » comparée à leurs concurrents : selon les professionnels, faire un vrai travail sur les étiquettes paraît indispensable, de même que moderniser le packaging, sans galvauder l'identité des vins français
- Une exigence de qualité qui n'est pas toujours à la hauteur de leurs concurrents : renforcer le contrôle qualité de la production pour éviter que de mauvais vins arrivent sur le marché
- Une certaine incompréhension des consommateurs vis-à-vis de l'organisation des appellations : travailler à clarifier le positionnement prix des différents vins des vignobles, à travers une hiérarchisation marketing clarifiée ou des dénominations simples et parlantes (cf Espagne Joven, Crianza, Reserva, Gran Reserva)...
- Une présence sur le terrain et une reconnaissance des professionnels belges qui pourraient être plus importantes, notamment pour le commerce traditionnel (cavistes, CHR). Les appellations devraient également se déplacer davantage sur le terrain en Belgique pour rencontrer les professionnels du secteur, animer le réseau, comme le fait la Californie par exemple.

Contacts



Julie BARAT – julie.barat@franceagrimer.fr
Audrey LAURENT – audrey.laurent@franceagrimer.fr



Marie-Henriette IMBERTI – mhi@cniv.asso.fr
Floriane CHANEL – fc@cniv.asso.fr



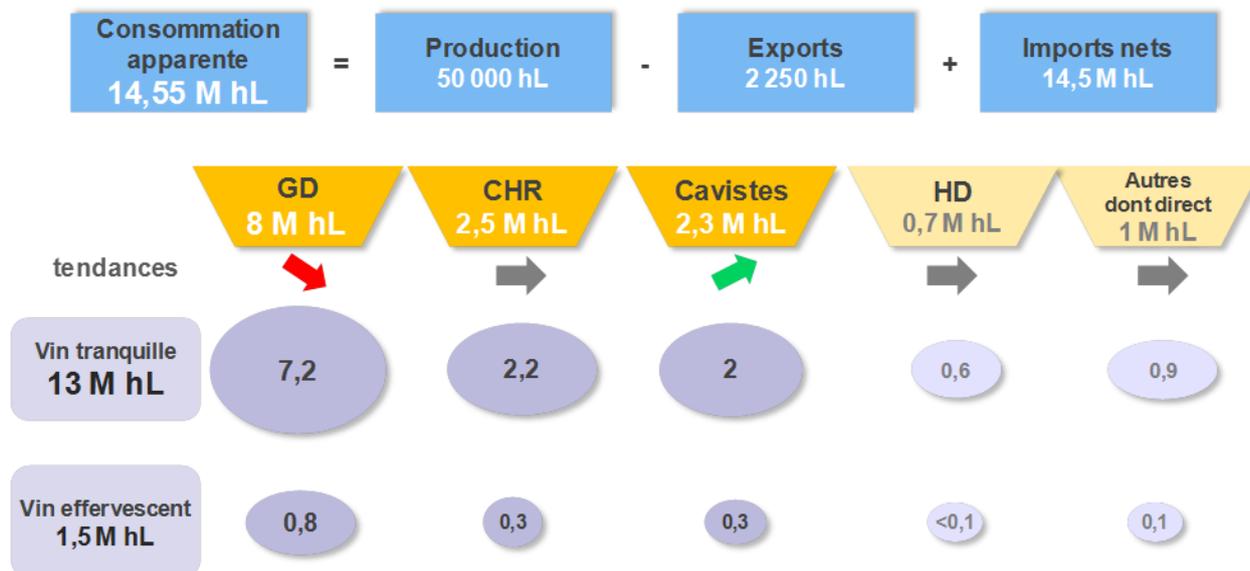
1. Tendances et circuits de commercialisation du vin

Au Royaume-Uni, la consommation de bière est en baisse, mais reste de loin l'alcool le plus consommé avec près de 69 litres par habitant/an. La bière est désormais autant consommée dans les bars/restaurants qu'à domicile. Elle est la boisson préférée des hommes, alors que les femmes lui préfèrent le vin. Avec une consommation stable de 20 litres par habitant/an, le vin est consommé majoritairement à domicile. Sur le marché britannique, toutes catégories et tous circuits confondus, quatre tendances de fond ont une forte incidence sur la consommation de vin :

- Une sensibilisation incitant à réduire la consommation d'alcool et une augmentation régulière des taxes : depuis 9 ans les droits de douanes ont grimpé de 66 %.
- Une démocratisation de la consommation des vins effervescents, portée par la consommation en forte hausse du Prosecco.
- Une acceptation des nouveaux packagings sur tous les segments prix, comme les capsules, briques, canettes, verre à l'unité, BIB-pochon. L'augmentation du vrac importé facilite l'apparition de contenants dédiés au marché britannique.
- Une tendance forte du « craft/artisanal » pour l'ensemble des alcools qui permet de mettre en avant des packagings en rupture et souvent avec des codes « hipster ».

Estimation de la consommation apparente du vin par circuit

(M hL pour million d'hectolitres)



Sources : IRI, Nielsen, Decanter, Drinks Business

La synthèse précédente illustre la répartition de la consommation du vin entre les principaux circuits de distribution :

- Dans la **grande distribution** les volumes de vin vendus sont plutôt en baisse alors que les valeurs sont en hausse, témoignant pour partie d'une montée en gamme, en particulier dans les grandes villes. La segmentation en valeur est néanmoins différente selon les enseignes.



- Sur le circuit **CHR**, le critère prix prend de l'importance car le vin est de plus en plus source de marge pour la restauration.
- Les **cavistes** indépendants se développent, notamment à Londres, au détriment des chaînés. Les vins plus chers ont tendance à voir leur prix augmenter compte tenu du Brexit.
- Le **Hard discount** se positionne sur des produits compétitifs et attractifs, en renforçant de plus en plus le marketing sur la qualité plutôt que sur le prix.

2. Dynamique des importations de vin

Données GTA	Vin tranquille < 2L	Vin tranquille > 2L	Vin effervescent
Volume 2016 (M L) *	730	470	140
Evolution. volume 2010-2016	-15%	+39%	+92%
Evolution prix €/L 2010-2016	+10%	+39%	-32%
Top 5 exportateurs Volume (M L) et évolution. volume 2010-2016	<ul style="list-style-type: none"> • Italie : 200 / -2% • France : 140 / -25% • Espagne : 100 / +35% • Chili : 60 / -25% • Allemagne : 55 / +25% 	<ul style="list-style-type: none"> • Australie : 190 / +44% • Afrique du S. : 70 / +78% • Etats-Unis : 60 / 0% • Chili : 50 / +11% • Nouvelle-Z. : 30 / +40% 	<ul style="list-style-type: none"> • Italie : 100 / +720% • France : 25 / -15% • Espagne : 20 / -21% • Allemagne : 5 / +25%

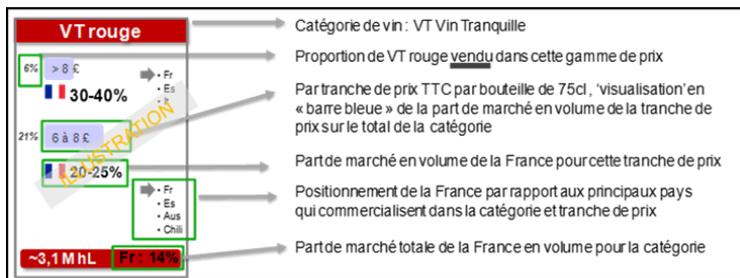
Source : GTA

*Le total import calculé avec les données GTA, à 13,4 M hL, est inférieur au volume estimé via la consommation apparente (14,5 M hL) car il ne prend pas en compte les volumes importés non comptabilisés à cause des seuils de déclaration des douanes, ainsi que les achats directs dans les pays de production qui ne sont pas identifiés dans les données GTA, mais sont compris dans la consommation apparente.

La lente érosion des volumes de vin tranquille importés en bouteille semble bénéficier aux volumes en vrac (répartition 70/30 en 2010, 60/40 en 2016) qui s'accélère avec l'embouteillage local en forte hausse, évalué à environ 600 millions de cols/an. L'Australie est le principal fournisseur de vin tranquille en vrac du Royaume-Uni avec une hausse de + 44 % en 6 ans. Les progressions du Chili et de l'Afrique du Sud sont encore plus fortes, portant toutefois sur des volumes nettement moindres. Concernant les vins effervescents, on observe une forte augmentation des importations qui bénéficie quasi-exclusivement au Prosecco italien.



3. Segmentation par circuit et position des vins français



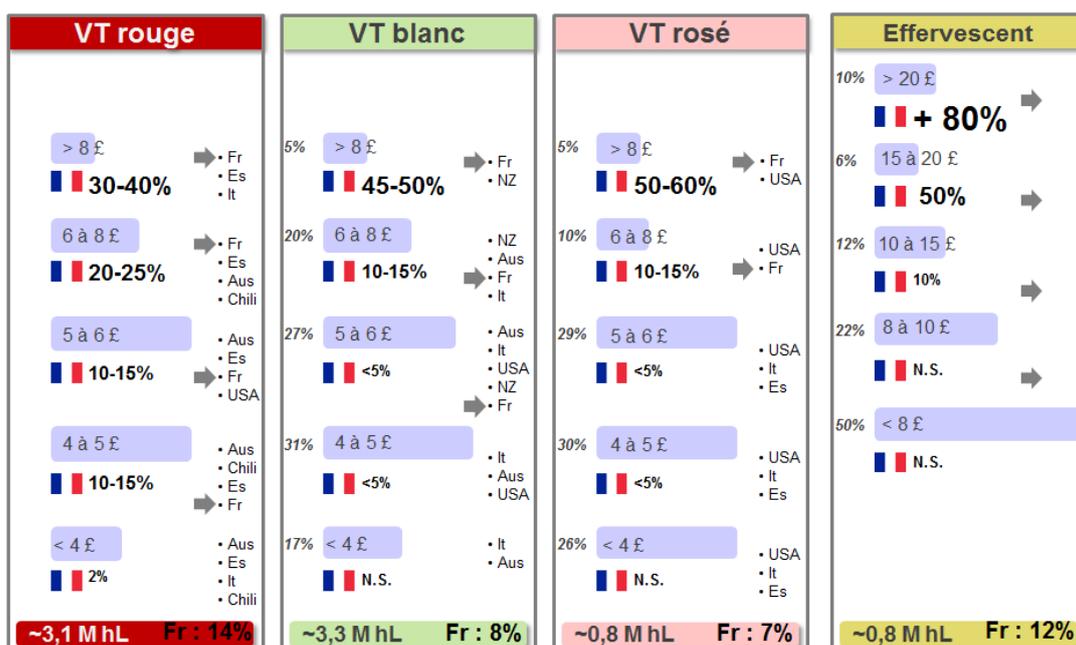
Pour chacun des circuits, la segmentation prix de l'offre par catégorie de vin est représentée sous forme graphique avec le positionnement des vins français et leurs concurrents directs. La légende des informations est expliquée sur l'illustration ci-contre.

Grande Distribution

Il existe au sein de la Grande Distribution britannique une segmentation valeur entre les différentes enseignes qui ont leur propre gamme de prix, ce qui peut avoir une forte incidence dans la segmentation prix de l'offre en vin. En effet, le haut de gamme est plutôt représenté par les enseignes Waitrose et Marks & Spencer, le milieu de gamme par Sainsbury, Tesco, Morrisons, Coop, et enfin l'entrée de gamme par Asda et même Lidl positionné plutôt en grande distribution qu'en hard-discount. Il est observé un fort développement des « convenience stores / magasins de proximité » (près de 10 000 magasins) issus des grandes enseignes de la distribution moderne qui ont une offre de vin, certes limitée mais qui répond à une demande d'achat pratique.

Les distributeurs ont une large offre « on-line » en vin, mais avec moins de produits d'appel qu'en magasin et avec des stratégies qui évoluent pour faire face au développement d'Amazon. Aussi, les distributeurs n'utilisent plus le levier des ventes promotionnelles en BOGOF (une bouteille achetée, une gratuite), mais maintiennent leurs efforts sur les marques distributeur qui restent très présentes et devraient atteindre une part de marché importante dans le segment des premiums (facteur accélérateur de l'importation de vin en vrac).

Estimations des ventes de vin en volume par tranche de prix en Grande Distribution



Source : estimations d'après enquête Abso Conseil, EY et Allison Bonnett Consultant



- Des « cœur de marché » identiques entre les trois couleurs des vins tranquilles : 60 % du marché entre 4-6 £. Ce prix d'entrée est artificiellement bas à cause des stocks, car avec la livre faible et les taxes qui augmentent, ce prix s'approche de plus en plus de 6 £. Globalement, l'offre en vins français est recentrée sur la tranche supérieure à 8 £.
- Les vins rouges français sont présents sur une plus large gamme de prix de 4 à 8 £, avec plus de 10 % de part de marché par segment de prix. Pour les blancs et rosés, les vins français sont majoritairement sur la tranche > 8 £.
- Les vins français ne sont plus présents sous les 4 £ ni sous les 5 £ pour les blancs et rosés.
- L'offre globale en vin rosé reste large avec une catégorie < 4 £ qui représente toujours 26 % du marché.
- En termes de concurrence pour les vins français :
 - Les concurrents sont les mêmes pour les vins à 8 £ et plus et ceux entre 6-8 £ : les concurrents les plus agressifs restent l'Espagne pour les rouges, la Nouvelle-Zélande pour les blancs, les Etats-Unis pour le rosé. L'Australie est un concurrent de plus en plus structuré pour les rouges et les blancs. L'Italie est le concurrent « challenger » présent sur l'ensemble des couleurs comme l'offre française. Le Chili pour le rouge est de plus en plus présent sur la tranche 6-8 £.
 - Pour les vins de 5-6 £ : l'Australie est très présente en rouge et blanc tandis que l'Espagne et le Chili sont très présents en rouge et l'Italie et la Nouvelle-Zélande en blanc. Pour les rosés, la concurrence est assez identique sur toutes les gammes de prix : 1°// Etats-Unis, 2°// Italie & Espagne.
- Pour les effervescents, la catégorie de moins de 8 £ représente près de 50 % du marché avec les vins italiens en leader incontesté. Les vins français, représentés quasi-exclusivement par le Champagne, sont majoritairement présents à partir de la tranche supérieure à 15 £.

Cavistes

La situation entre les cavistes indépendants et chaînés est très différente au Royaume-Uni. La segmentation est particulièrement marquée entre Londres (cavistes indépendants en majorité) et le reste du pays (principalement des cavistes chaînés).

Les cavistes chaînés et indépendants ont des assortiments très différents : les chaînés (88 % de part de marché en volume) ont des gammes dites « traditionnelles GB », à savoir une part importante des vins du nouveau monde à tous les niveaux de prix et une « entrée de gamme » compétitive face à la grande distribution. Les indépendants (12 % du marché) ont quant à eux des gammes plus recherchées, des provenances originales et des prix plus élevés (> 15 £), avec une part majoritaire de vins européens.

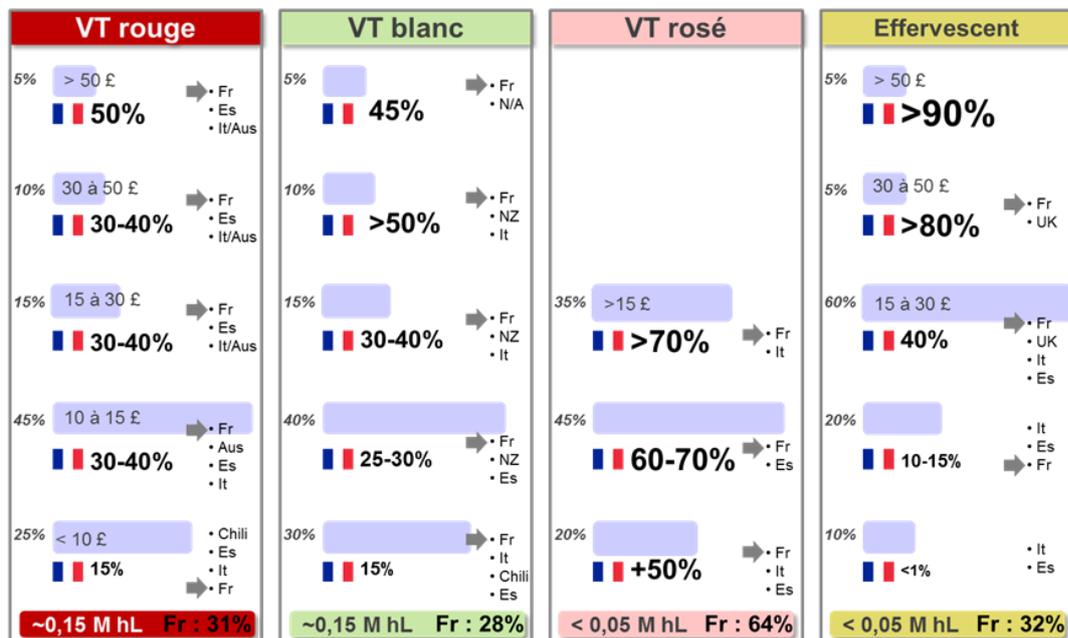
Les prix ont tendance à augmenter avec la dévaluation de la livre et les conséquences à terme du Brexit qui pourraient complètement modifier la segmentation prix et, par conséquent, les stratégies d'achat.



Pour les cavistes indépendants, le cœur de gamme se situe entre 10-15 £ hors effervescents, entre 15-30 £ pour les effervescents.

- Hormis le rosé (et le blanc dans une moindre mesure), la France n'est pas leader sur l'entrée de gamme, mais est beaucoup plus présente sur le cœur de gamme (10-15 £) avec 25-30 % de part de marché.
- Le haut de gamme est composé des vins au-dessus de 30 £. Sur ces tranches de prix la France semble être leader de façon franche sur le blanc mais de façon plus fragile sur le rouge.
- Pour les vins effervescents, même étendue de la gamme (de <10 £ à plus de 50 £), avec des ventes peut-être légèrement inférieures sur l'entrée de gamme. Pour autant, il semble que le cœur de gamme soit sur la tranche 15-30 £ : la France y est leader, comme sur le haut de gamme.
- Il existe une offre limitée en rosé >15 £ chez les cavistes indépendants, contrairement aux autres catégories dont les « hauts de gamme » sont plus valorisés.

Estimations des ventes de vin en volume par tranche de prix chez les Cavistes indépendants



Source : estimations d'après enquête Abso Conseil, EY et Allison Bonnett Consultant



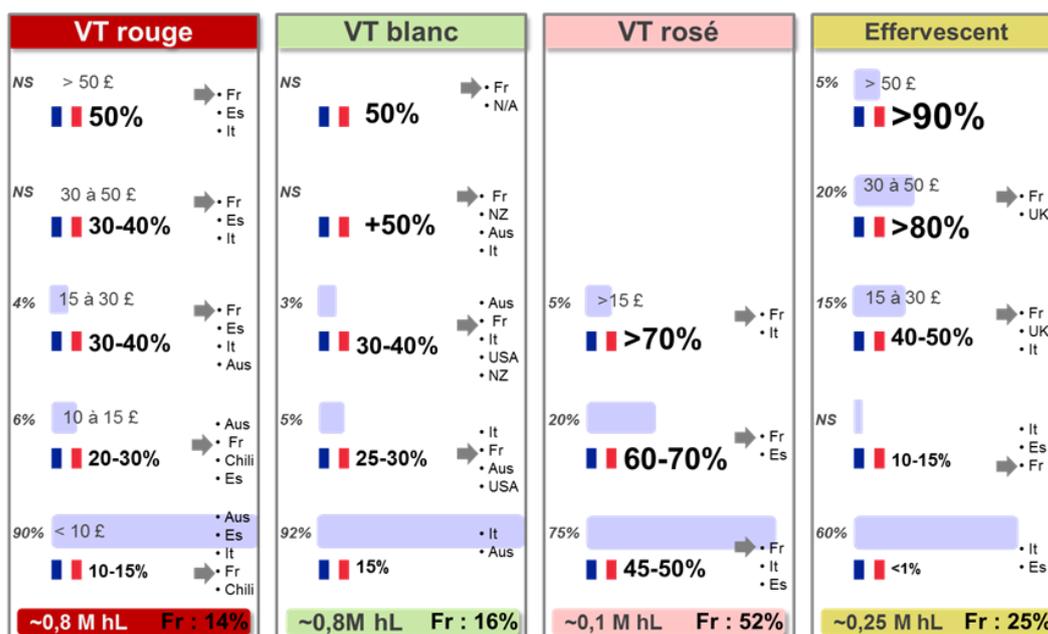
Pour les cavistes chainés, le cœur de gamme est en dessous de 10 £ - même pour les effervescents - proche de celui de la GD mais tout de même plus élevé. Les chainés ont une offre beaucoup plus marquée par les prix inférieurs à 10 £, qui représentent 90 % des ventes de vin rouge, 92 % de blanc, 75 % de rosé et 60 % de vin effervescent.

Hormis le rosé, la France n'est pas leader sur l'entrée / cœur de gamme. Sur l'entrée de gamme le Chili, l'Espagne et l'Italie sont présents sur l'ensemble des 4 produits. Sur le cœur de gamme, il existe des différences concernant la concurrence par produit : Espagne et Italie pour le rouge, Australie et Nouvelle-Zélande pour le blanc, Italie pour le rosé, Royaume-Uni pour les effervescents.

Le haut de gamme est composé des vins au-dessus de 15 £, car même si l'on note la présence de vins à 30 £, voir un peu plus de 50 £, le volume de vente reste anecdotique. Sur ces tranches de prix la France semble être leader avec près de 30-40 % de part de marché.

Une spécificité en ce qui concerne les ventes de vins effervescents : la gamme est très étendue (de < 10 £ à plus de 50 £) avec des volumes significatifs sur l'ensemble des tranches de prix, sauf sur la tranche 10-15 £ qui semble très peu dynamique.

Estimations des ventes de vin en volume par tranche de prix chez les Cavistes chainés



Source : estimations d'après enquête Abso Conseil, EY et Allison Bonnett Consultant

Cafés-Hôtels-Restaurants

Le circuit CHR présente une offre en vin très différente selon le type de cuisine proposée :

- ❖ Chaîne restaurant et pizzeria : vins cépages sans forcément de recherche d'origine ;
- ❖ Wine bar : à la fois des bars centrés sur les vins français, et d'autres sur les vins italiens ;

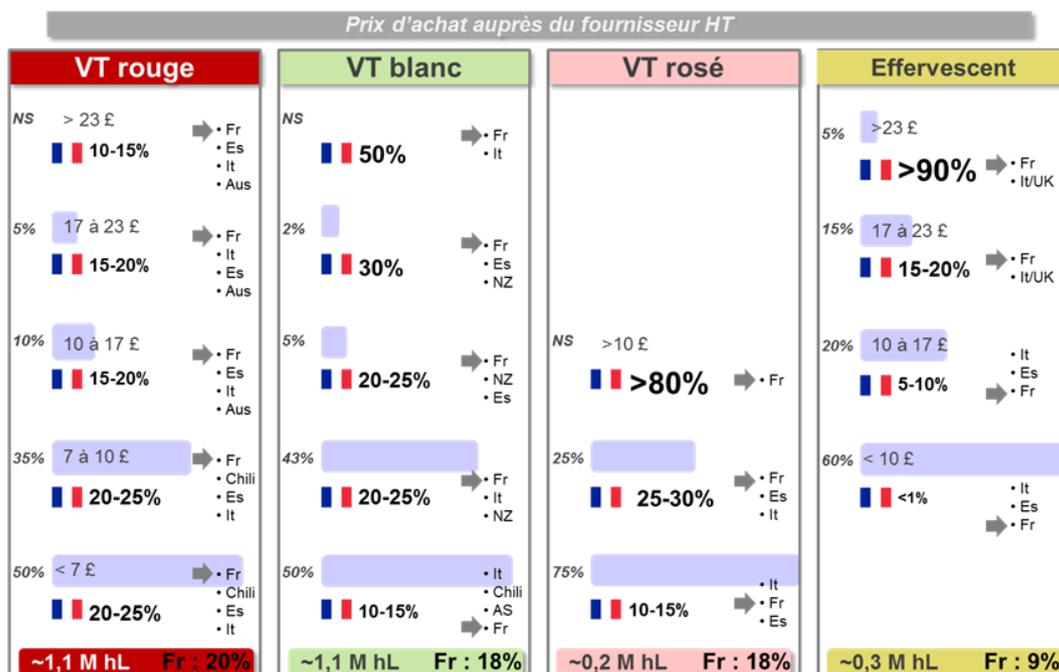


- ❖ Asiatique : une présence forte des vins français qui restent la référence ;
- ❖ Gastronomique : de plus en plus ouverts à des vins du Nouveau Monde, mais conservent des vins premium de France et d'Italie ;
- ❖ Indien : offre de vins large (Alsace, Bordeaux, Australie, Argentine), et une percée des vins indiens.

La consommation au verre est en pleine croissance, avec pour incidence une diminution des ventes à la bouteille. Les convives ont dès lors une consommation plus individuelle et hétérogène dans leur choix puisqu'ils ont la possibilité de commander chacun leur propre verre de vin et d'en changer au cours du repas (moins de 35 ans). Les plus de 45 ans choisissent davantage une bouteille pour la table, plus par habitude que par économie par rapport à la vente au verre.

- Il y a des différences de consommation et d'offre entre la restauration haut de gamme et la restauration « quotidienne »
- Les achats sont polarisés : soit achetés peu cher (7 £-11 £ prix départ grossiste) avec des marges de 3,5, soit des vins fins à des prix > 23 £ vendus avec des marges de 35 % à 50 %
- Le cœur de gamme semble se situer autour de 7 £ prix départ grossiste, ce qui peut donner des vins accessibles au consommateur entre 25 et 35 £. Sur l'ensemble des vins, la France est clairement « challenger » face aux vins chiliens, espagnols et italiens aussi bien en rouge qu'en blanc.

Estimations des ventes de vin en volume par tranche de prix dans le circuit CHR



Source : estimations d'après enquête Abso Conseil, EY et Allison Bonnett Consultant



- Sur les vins de plus de 7 £ prix départ grossiste, les concurrents sont différents :
 - Rouge : maintien de la forte présence du Chili, de l'Espagne et de l'Italie. Plus on monte en valeur plus l'Australie renforce sa présence.
 - Blanc : le marché semble plus disputé avec l'Italie, la Nouvelle-Zélande, l'Afrique du Sud, et le Chili qui sont en capacité de proposer une offre importante sur les tranches de prix 7-10 et 10-17 £.
 - Rosé : la gamme de prix est moins élevée en valeur que pour les autres catégories ; la France est fortement concurrencée par l'Italie et l'Espagne sur la tranche 7-10 £, mais reste largement leader sur les rosés à plus de 10 £ prix départ grossiste... une catégorie encore anecdotique avec un prix consommateur pouvant aller de 45 à 60 £.
 - Effervescents : un cœur de gamme qui semble être autour des 7-10 £ prix départ grossiste et des vins pouvant aller jusqu'à plus de 23 £ prix départ grossiste. Concernant les concurrents, l'Italie et l'Espagne sont les concurrents leaders des segments entrée-cœur de gamme. A partir de la tranche 17-23 £ la France renforce son leadership et les effervescents du Royaume-Uni apparaissent.

Pour les établissements de type gastronomique, le vin français reste une référence avec une part de marché importante. Néanmoins pour certains chefs de restaurants, il y a une volonté de faire croître les vins du Nouveau Monde haut de gamme : Californie, rouges allemands, Pinot noir de Nouvelle-Zélande. Il y a une demande pour des vins connus iconiques du Nouveau Monde (Tyrells Vat 1, Hunter Valley Semillon, Rubicon et Chocolate Block sud-africains, Assyrtiko de Santorini...), car ils ont une reconnaissance.



4. Propositions d'axes de travail collectif

Lors des entretiens, certains opérateurs ont fait part de leur perception des vins français, qui pourrait à terme se traduire par des pistes de travail collectif :

- La France a le défaut de sa qualité : « connue et rassurante... mais face à la concurrence manque de nouveauté et de modernité ».
- Un manque de coordination et de synergies d'actions entre les différents vignobles français.
- Une marge nette d'évolution en termes de proximité avec le consommateur : « des actions trop orientées acheteur et non consommateur, des opérateurs qui ne se mettent pas assez à la place des consommateurs britanniques ».
- Des stratégies gagnantes issues des vins du Nouveau Monde et pas assez exploitées par les vins français.
- Des attentes consommateurs encore peu satisfaites
- Un marché effervescent sous-exploité par les Français.
- Un Brexit qui représente une menace pour toute la filière.

Contacts



Julie BARAT – julie.barat@franceagrimer.fr
Audrey LAURENT – audrey.laurent@franceagrimer.fr



Marie-Henriette IMBERTI – mhi@cniv.asso.fr
Floriane CHANEL – fc@cniv.asso.fr



1. Tendances et circuits de commercialisation du vin

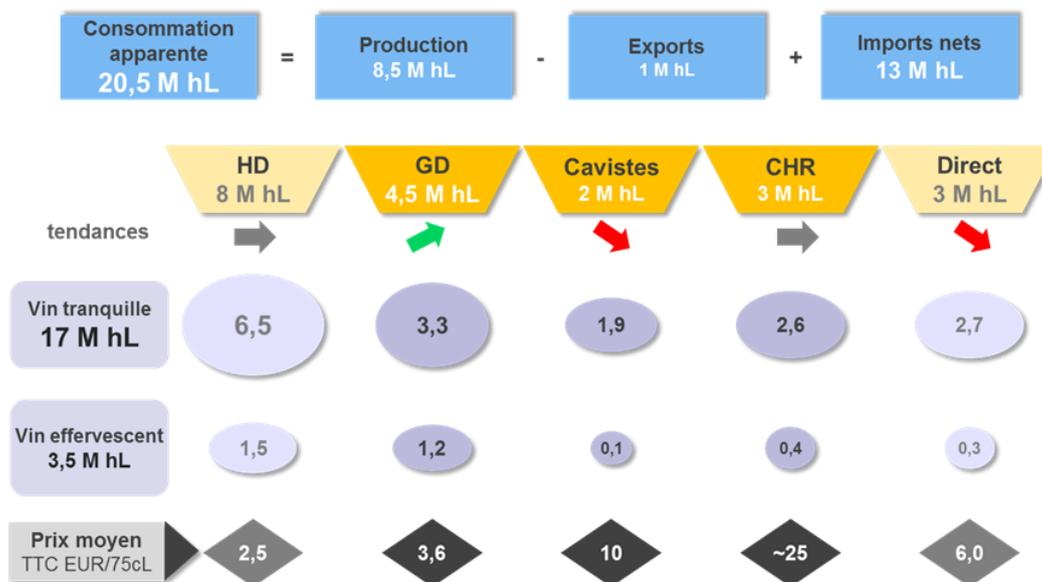
La consommation par habitant de boissons alcoolisées en Allemagne est orientée à la baisse, en lien avec le recul régulier de la consommation de bière depuis les années 1990. La bière reste toutefois de loin la première boisson alcoolisée consommée avec plus de 100 litres par an et par habitant, contre environ 25 litres de vin et 6 litres de spiritueux. La consommation de vin par habitant est globalement stable depuis 2008 en Allemagne.

Le marché allemand du vin est marqué par des disparités régionales fortes, avec notamment une consommation plus « italophile » dans le Sud du pays (Bavière en particulier) et une consommation plus « francophile » dans le Nord-Ouest (Sarre, Rhénanie, Saxe). Cette répartition assez schématique est évidemment à affiner par aire géographique et typologie de consommateurs.

Une certaine tendance à consommer « moins mais mieux », notamment des produits artisanaux et/ou issus de l'agriculture biologique, est à l'œuvre en Allemagne. Néanmoins, cela ne concerne qu'une fraction de la population, les premiers critères de choix du consommateur restant une qualité correcte et un prix (très) accessible du vin.

Estimation de la consommation apparente du vin par circuit

(M hL pour million d'hectolitres)



Sources : GfK, Meininger, Gesenheim Research Center, OIV

La distribution de vin en Allemagne est marquée par les tendances suivantes :

- Les enseignes de hard-discount restent les principaux distributeurs de vin du pays, avec des volumes essentiellement vendus entre 2 et 3 € par équivalent bouteille 75 cL. Noter une volonté de faire évoluer leur image en proposant quelques grands vins à des tarifs plus élevés ; les volumes restant toutefois très limités.
- L'achat en direct chez les viticulteurs serait en diminution régulière en Allemagne... alors que la grande distribution (hors discount) élargit sa gamme de vins domestiques, ce qui alimente la croissance de ses ventes de vin.



2. Dynamique des importations de vin

Données GTA	Vin tranquille < 2L	Vin tranquille > 2L	Vin effervescent
Volume 2016 (M L)	552	848	62
Evolution volume 2010-2016	-3%	+2%	-10%
Evolution prix €/L 2010-2016	+21%	+24%	+30%
Top 5 exportateurs Volume (M L) et évolution volume 2010-2016	<ul style="list-style-type: none"> • Italie : 241 / -6% • France : 100 / -20% • Espagne : 88 / +36% • Autriche : 24 / -8% • Etats-Unis : 23 / +32% 	<ul style="list-style-type: none"> • Italie : 293 / -18% • Espagne : 249 / +76% • France : 97 / -2% • Afrique du Sud : 61 / +12% • Chili : 37 / -10% 	<ul style="list-style-type: none"> • France : 21 / +8% • Espagne : 21 / +28% • Italie : 19 / -40% • Autriche : 1 / +113%

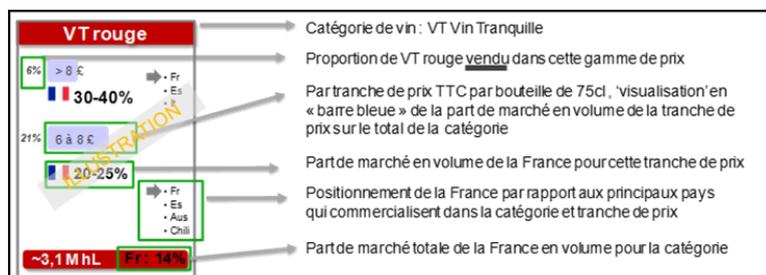
Source : GTA

Les importations allemandes de vin tranquille sont marquées par une proportion importante de vin en vrac (60 % du volume global en contenant > 2 litres) qui alimente les centres d'embouteillage parmi les plus performants d'Europe, travaillant notamment pour les géants allemands du hard-discount Aldi et Lidl.

Alors que le volume global de vin tranquille importé est globalement stable, il faut noter les performances de l'Espagne, surtout en vrac mais aussi en bouteille. Cette progression importante s'est faite aux dépens de l'Italie sur le marché du vrac, et de la France sur le marché de la bouteille. Il est également à noter que la place des pays du Nouveau Monde reste faible dans les imports de l'Allemagne, malgré les progressions récentes des Etats-Unis en bouteille et de l'Afrique du Sud en vrac.

Enfin, les importations de vins effervescents sont faibles par rapport à la consommation du pays : cela s'explique en partie par l'importation de vins de base, notamment depuis l'Espagne, pour une transformation en Sekt en Allemagne.

3. Segmentation par circuit et position des vins français



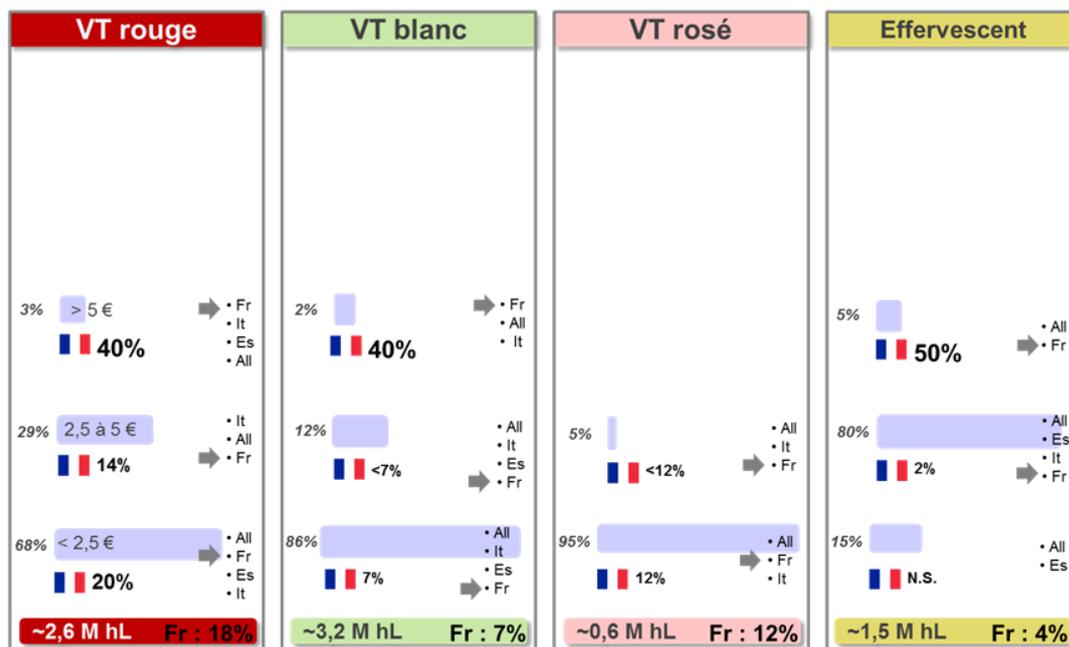
Pour chacun des circuits, la segmentation prix de l'offre par catégorie de vin est représentée sous forme graphique avec le positionnement des vins français et leurs concurrents directs. La légende des informations est expliquée sur l'illustration ci-contre.



Hard-Discount

Les informations relatives au hard-discount allemand sont peu nombreuses, étant donné que les trois principales enseignes (Aldi Nord, Aldi Sud et Lidl) ne communiquent aucune donnée économique relative à leurs ventes de vin. Aussi, l'approche de ce circuit est essentiellement permise par un panel consommateur géré par GfK. Les estimations qui en ressortent confirment la tendance à la vente de gros volumes à des prix inférieurs à 2,5 € pour les vins tranquilles – en dépit des opérations de communication centrées sur des vins de qualité vendus à des tarifs bien plus élevés.

Estimations des ventes de vin en volume par tranche de prix en Hard-Discount



Source : estimations d'après enquête Abso Conseil, EY et Allison Bonnett Consultant

Les vins allemands en hard-discount sont relativement moins représentés parmi les vins rouges, ces derniers étant concurrencés par les vins espagnols, français et italiens. La tranche < 2,5 € concentrerait près de 70 % des volumes, alors que les volumes restants seraient vendus entre 2,5 et 5 €/eq 75 cL. Au-delà des 5 € par col, les volumes sont quasi-négligeables. Les volumes de vin français y seraient assez importants ; la précision et la fiabilité des informations ne permettent toutefois pas d'être plus affirmatif dans l'analyse de ce circuit.

Par contre, la part de vins allemands parmi les vins blancs apparaît comme dominante, en particulier dans la tranche < 2,5 € par col qui représenterait près de 90 % des volumes vendus en hard-discount. Les vins italiens (majoritairement), espagnols et français complètent le rayon vin blanc en hard-discount.

Les vins rosés sont vendus quasi-exclusivement à moins de 2,5 €/eq 75 cL, avec une moitié de vins domestiques, le reste étant d'origine française, espagnole et italienne.

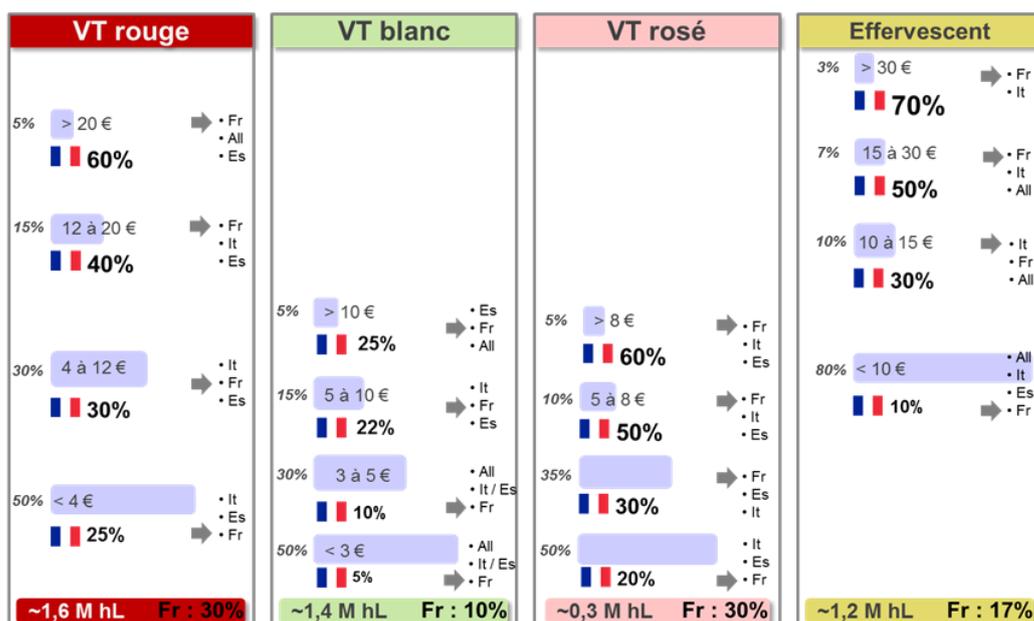
Enfin, les vins effervescents seraient majoritairement vendus entre 2,5 et 5 €/col, avec une forte proportion de Sekt, dont une bonne partie est probablement produite en Allemagne à partir de vins de base importés (depuis l'Espagne surtout, l'Italie et la France également).



Grande Distribution (hors Hard-Discount)

Les chaînes de supermarchés et hypermarchés en Allemagne (EDEKA, REWE, Metro) semblent globalement élargir leur offre de vins domestiques, et plus particulièrement de vins blancs. Ce renforcement de l'offre locale semble être un des moteurs du développement des ventes observé depuis quelques années au sein de ces enseignes. Cette croissance accompagne (voire explique en partie) le tassement des achats directs aux viticulteurs apparemment à l'œuvre depuis plusieurs années outre-Rhin.

Estimations des ventes de vin en volume par tranche de prix en Grande Distribution



Source : estimations d'après enquête Abso Conseil, EY et Allison Bonnett Consultant

Parmi les vins rouges, les vins italiens, français et allemands semblent dominer dans différentes régions, selon la proximité géographique notamment (vins allemands dans les régions de production, vins italiens en Bavière et dans le sud, vins français dans le nord-ouest). Les volumes vendus à moins de 4 €/col pèsent environ la moitié des volumes, alors que les vins vendus de 4 à 12 € semblent constituer la catégorie la plus dynamique, à la fois en croissance volumique et diversification des origines. Les vins français sont plutôt bien représentés parmi les vins haut de gamme, notamment au-dessus de 12 € la bouteille.

Il existe très peu d'offre donc de vente en blanc et rosé > 8-10 €, contrairement aux autres catégories dont les « hauts de gamme » affichent des prix supérieurs.

Les vins blancs sont majoritairement des vins allemands, les vins italiens étant les principaux concurrents sur toutes les tranches de prix. A noter que la grande majorité des vins est vendue à moins de 10 €, avec une offre à moins de 4 € qui représenterait la moitié des volumes vendus.

Les vins rosés allemands seraient assez peu présents en grande distribution, au profit des vins espagnols et italiens à moins de 3 €/col, et français de 3 à 5 €/col et surtout au-dessus de 5 €/eq 75cL.



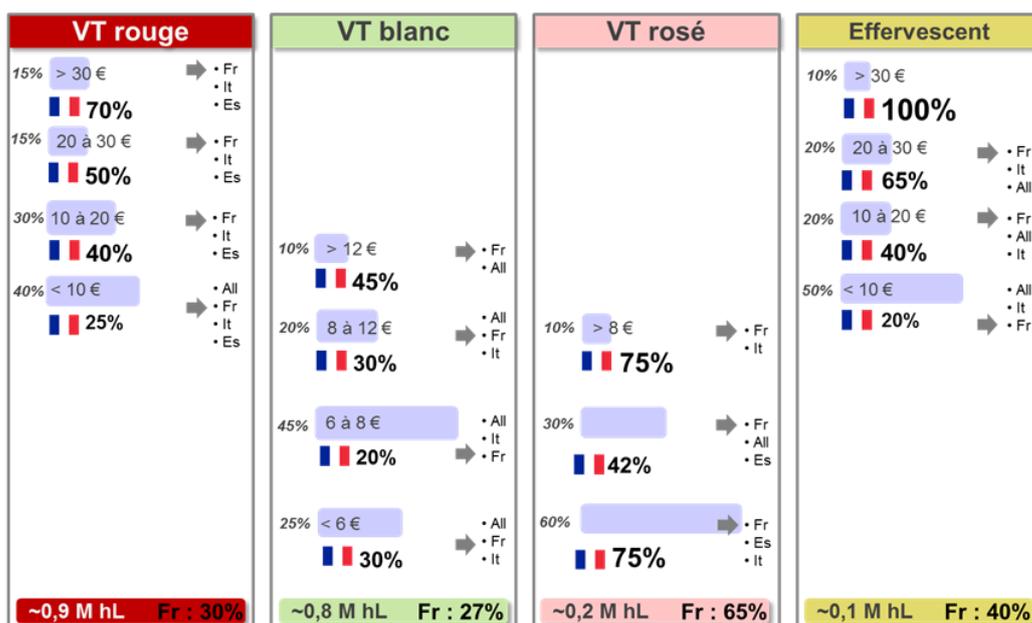
Les vins effervescents seraient essentiellement vendus à moins de 10 €/col, avec des Sekt (pour partie élaborés à partir de vins de base importés) et des Cava en entrée de gamme, des Prosecco un peu mieux valorisés, et des Sekt allemands (à base de raisins allemands) autour des 8-10 €. Au-delà des 10 €, les volumes sont nettement inférieurs, mais la part des vins français devient conséquente. Les Sekt allemands sont leurs principaux concurrents avec les crus Prosecco et les Franciacorta.

Cavistes

Il existerait entre 2000 et 3000 cavistes en Allemagne, la majorité étant indépendants, quelques chaînes étant également bien implantées (Vom Fass, Jacques'Wein). Si les chaînes travaillent essentiellement avec des particuliers, la plupart des indépendants ont également une activité de demi-gros avec d'autres cavistes et/ou des établissements du circuit CHR.

L'offre archétypique d'un caviste est partagée entre cœur de gamme et haut de gamme, avec une majorité de vins de domaines, importés en direct depuis un ou deux pays européens. Le reste de la gamme est plus restreint, approvisionné le plus souvent via un autre caviste/grossiste.

Estimations des ventes de vin en volume par tranche de prix chez les cavistes



Source : estimations d'après enquête Abso Conseil, EY et Allison Bonnett Consultant

Les vins français sont bien représentés parmi les vins rouges et rosés, en particulier sur les tranches les plus hautes, en concurrence avec les vins italiens et espagnols. Parmi les vins blancs, la concurrence des vins allemands et italiens est la plus forte, surtout sur la tranche 6-8 €/col qui représente une grande partie des volumes.

Les « hauts de gamme » de chaque catégorie sont valorisés à des niveaux assez différents. Il semble toutefois que les Allemands consomment un peu plus de vins blancs haut de gamme que par le passé.



Enfin, parmi les vins effervescents, les Champagne permettent à la France d'être leader sur le haut de gamme, alors que les Crémants semblent avoir une assez bonne image, au moins dans certaines régions, sur les tranches de prix inférieures.

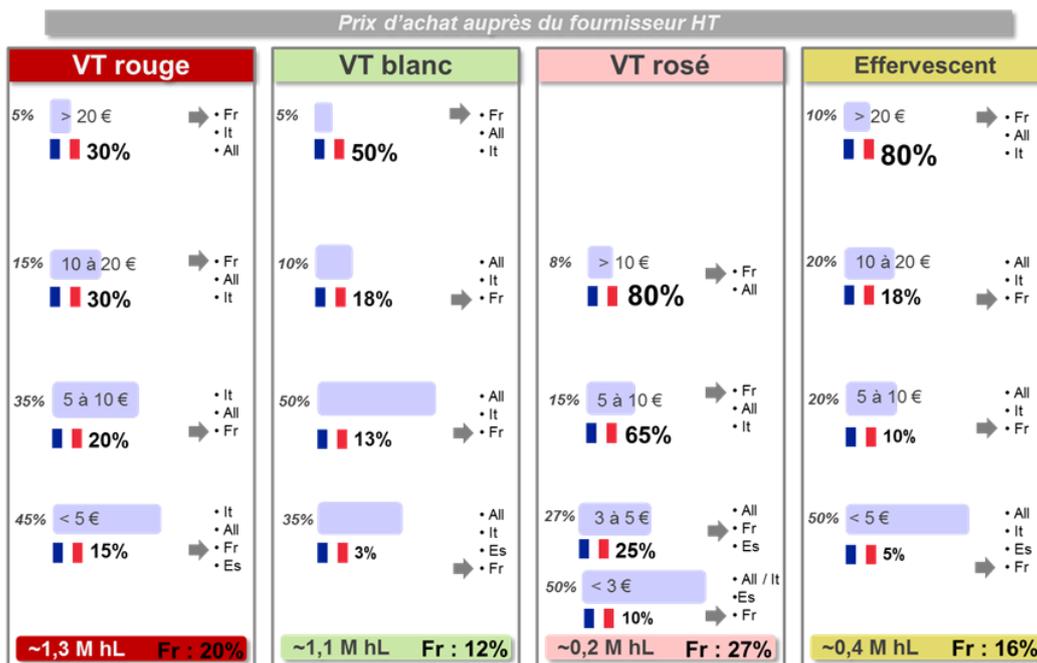
Cafés-Hôtels-Restaurants

Les 80 000 restaurants et 10 000 cafés allemands s'approvisionnent majoritairement auprès de distributeurs spécialisés (organisés en réseaux dans certaines régions) mais aussi de Cash and Carry comme Metro.

Les établissements plus haut de gamme ont souvent un sommelier (qui pourra le plus souvent réaliser une partie des référencements et des commandes directement auprès des domaines) bénéficiant d'une confiance qui semble forte de la part des clients pour l'accord mets-vins.

A priori, on constate une légère augmentation du prix moyen sur les cartes, au sein d'un marché du vin en CHR globalement stable depuis 15 ans. Il faut noter également une offre de vin au verre dynamique, qui inclut notamment des grands volumes (de l'ordre de 20 cL) avec des références variées.

Estimations des ventes de vin en volume par tranche de prix dans le circuit CHR



Source : estimations d'après enquête Abso Conseil, EY et Allison Bonnett Consultant

La tranche 5-10 € par bouteille (prix HT d'achat par les établissements) présente apparemment la croissance la plus dynamique outre-Rhin, correspondant à des tarifs de 22 à 50 € sur carte environ – bien que les volumes restent également importants sur la tranche < 5 €/col. Les vins italiens et allemands semblent particulièrement bien référencés chez les grossistes, notamment pour les vins blancs, rouges et effervescents.

La France est plus présente au sein des tranches de prix les plus élevées (rouges et blancs à plus de 10 €/col, vins effervescents avec le Champagne), ainsi que parmi les vins rosés, hormis les entrées de gamme.



4. Propositions d'axes de travail collectif

Lors des entretiens, certains opérateurs ont fait part de leur perception des vins français, qui pourrait à terme se traduire par des pistes de travail collectif :

- Veiller à l'adéquation entre la valeur perçue par le client et le prix affiché : « Un consommateur allemand ne comprend pas pourquoi il devrait payer 20 € pour un produit d'une certaine qualité qu'il pense pouvoir obtenir à 10 € »
- Travailler la valeur perçue par de la pédagogie sur la spécificité et l'authenticité des vins positionnés sur le haut de gamme
- Continuer à revendiquer l'aspect « made in France » et renforcer l'aspect culturel français lors des salons internationaux de vins (ex : ProWein, Vinitaly,...) : un Allemand sensibilisé à la culture française est plus enclin à consommer des vins hauts de gamme et notamment des vins français.
- Accroître la communication autour de la viticulture biologique française.

Contacts



Julie BARAT – julie.barat@franceagrimer.fr
Audrey LAURENT – audrey.laurent@franceagrimer.fr



Marie-Henriette IMBERTI – mhi@cniv.asso.fr
Floriane CHANEL – fc@cniv.asso.fr