



1. Tendances et circuits de commercialisation du vin

La consommation apparente en litre pur d'alcool au Canada s'établit à 8,1 L/hab./an, en léger recul sur les 5 dernières années. La bière y représente 47 % des parts de marché en volume, loin devant les vins et les spiritueux (25 % de parts de marché en volume chacun) et les 'coolers'¹ (3 % de PDM volume). Néanmoins depuis 2004, on assiste à une progression régulière de la consommation de vin qui est passée de 14,2 à 17,4 L de vin consommé par habitant et par an en 2016. Cette croissance se poursuit aux dépens de la bière, qui reste toutefois majoritaire et pèse plus de 70 % des ventes en volume.

Par ailleurs, bien que cette tendance soit généralisée sur l'ensemble du territoire, il existe de fortes disparités dans les niveaux de consommation de vin par provinces. Ainsi en 2016, au Québec, le vin représentait 21 % des ventes de boissons alcoolisées lorsqu'il ne pesait que 16 % des ventes dans l'Ontario et en Colombie-Britannique et 12 % en Alberta. De la même manière, les goûts des consommateurs diffèrent d'une province à l'autre, avec une certaine « europhilie » au Québec, quand les provinces de l'Ouest sont davantage attirées par les vins nord-américains, aux profils souvent plus sucrés.

La part des vins canadiens dans la consommation globale est de l'ordre 30 % en Ontario, près de 50 % en Colombie-Britannique et environ 10 % au Québec. Ainsi, les vins importés sont davantage consommés que les vins domestiques et ce phénomène est renforcé par les restrictions de commerce inter-provinces. Toutefois, la législation est en train de s'assouplir à ce sujet, avec de possibles conséquences sur les importations de vin. Par ailleurs, il est à noter que les vins porteurs de la mention ICB (International Canadian Blended wines) sont des catégories d'assemblage de vins canadiens et de vins importés, compris dans les vins canadiens. Enfin, au global, le vin rouge représente 50 % des vins tranquilles consommés, le vin blanc pèse pour 40 % et le vin rosé pour 3-4 %.

La distribution de vin au Canada est spécifique à chaque province et territoire. Dans une grande majorité des états (relativement au nombre de consommateurs), c'est un monopole gouvernemental qui régit la distribution d'alcool en gros et en détail, comme au Québec avec la SAQ (Société des Alcools du Québec), en Colombie-Britannique avec le BCLDB (British Columbia Liquor Distribution Branch) et en Ontario avec le LCBO (Liquor Control Board of Ontario), soit les 3 principaux états consommateurs. Le monopôle offre une large gamme de produits et il est garant d'une certaine stabilité des prix des alcools, bien qu'on observe une tendance à la premiumisation des boissons alcoolisées.

En revanche, la distribution d'alcool dans les autres provinces est basée sur un système mixte dans des points de vente publics ou privés (Alberta). Néanmoins, au vu des volumes vendus par ces provinces par rapport au total des ventes au Canada, cela ne concerne qu'une très faible part des volumes.

¹ Les coolers sont des cocktails alcoolisés pré-mélangés



Estimation de la consommation apparente du vin par circuit au Canada

(M hL pour millions d'hectolitres)



Sources : StatCan, SAQ, LCBO, BCLDB, AGLC, OIV (2016)

* *Remarque*, le bilan de la consommation apparente fait apparaître une différence de 0,9 Mhl entre les données de consommation fournies par le monopôle (5,0 Mhl) et le résultat du bilan ci-dessus (4,1 Mhl). Cela peut s'expliquer par un non enregistrement de certains volumes de vin importés de pays membres de la zone commerciale ALENA (dont le Canada fait partie) ou de volumes de vin domestique pas déclarés comme tel au stade production.

2. Dynamique des importations de vin

	Vin tranquille < 2 L	Vin tranquille > 2 L	Vin effervescent
Volume 2016 (M L)*	280	120,6	15,1
Évolution volume entre 2011 et 2016	+ 10 %	+ 30 %	+ 46 %
Taux de croissance annuel moyen entre 2011 et 2016	+ 2 %	+ 4 %	+ 7 %
Évolution prix €/L entre 2011 et 2016	+ 4 %	- 5 %	- 1 %
Taux de croissance annuel moyen entre 2011 et 2016	+ 0,7 %	- 0,9 %	- 0,2 %
Top 5 exportateurs Volume en 2016 (M L) et évolution volume entre 2011 et 2016	<ul style="list-style-type: none"> • Italie : 59,9 / + 11 % • États-Unis : 53,5 / + 40 % • France : 47,3 / - 1 % • Australie : 28,3 / - 19 % • Chili : 22,6 / + 15 % 	<ul style="list-style-type: none"> • Australie : 32 / + 112 % • Chili : 28,9 / + 338 % • États-Unis : 15,3 / + 6 % • Afrique du Sud : 14,3 / + 157 % • Espagne : 10,5 / - 57 % 	<ul style="list-style-type: none"> • Italie : 6,3 / + 109 % • France : 3,3 / + 23 % • Espagne : 2 / + 25 % • Allemagne : 1,1 / + 5 % • États-Unis : 0,8 / + 1 %

Source : GTA

* M L pour millions de litres

Sixième importateur de vin au monde, le Canada enregistre une croissance des importations, en volume comme en valeur, sur toutes les catégories pour la troisième année consécutive depuis 2014. Ce sont en majorité, des vins tranquilles en bouteilles (67 % des volumes), en provenance d'Italie et de

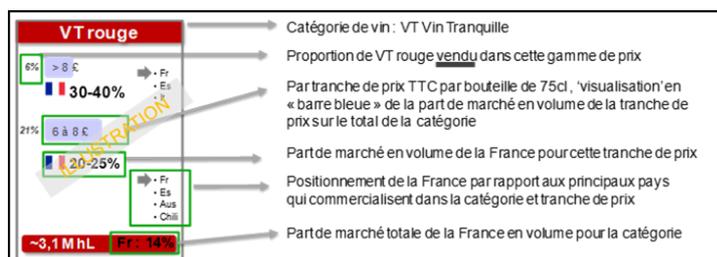


France. Or, depuis 2013, les États-Unis viennent concurrencer fortement ces origines, en se positionnant comme le deuxième acteur du marché canadien (+ 40 % d'évolution en volume entre 2011 et 2016), derrière l'Italie, également sur un rythme de progression soutenue (+ 11 % en volume par rapport à 2011), tandis que la France est stable.

Les contenants de plus de 2 L et vrac, bien que peu valorisés (0,7 €/L en moyenne), représentent près d'un tiers des volumes et ont connu une belle augmentation (+ 56 millions de litres par rapport à 2011). Ils proviennent principalement des vins du « Nouveau Monde », qui signent des progressions fulgurantes, notamment grâce à des prix plus bas qui améliorent leur compétitivité. En cumulé, les vins chiliens et australiens représentent la moitié des volumes importés en 2016. En outre, les vins sud-africains affichent un rebond depuis 2 ans (+ 50 % par rapport à 2014) et concurrencent dès lors les leaders.

La demande pour les vins effervescents est également en plein boom au Canada, bien que ne représentant encore que de faibles volumes (4 % du total des imports). L'Italie, avec le Prosecco notamment (+ 109 % des volumes entre 2011 et 2016), la France avec les bons résultats du Champagne, positionné sur une gamme de prix plus élevée et l'Espagne dominant et sont particulièrement dynamiques sur ce segment.

3. Segmentation par circuit et position des vins français



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

Remarque : Nous rappelons que les pyramides présentées ci-après sont une estimation sur la base des retours recueillies auprès d'acteurs du circuit.

Taux de change utilisé : 1 CAD = 0,66 EUR (2017)

Tous circuits

o Focus Québec

La bière est distribuée par les supermarchés et « dépanneurs » au Québec et la SAQ ne joue qu'un rôle négligeable dans la distribution de boissons houblonnées. La bière connaît une baisse de ses ventes de 6 % au Québec depuis 2011.

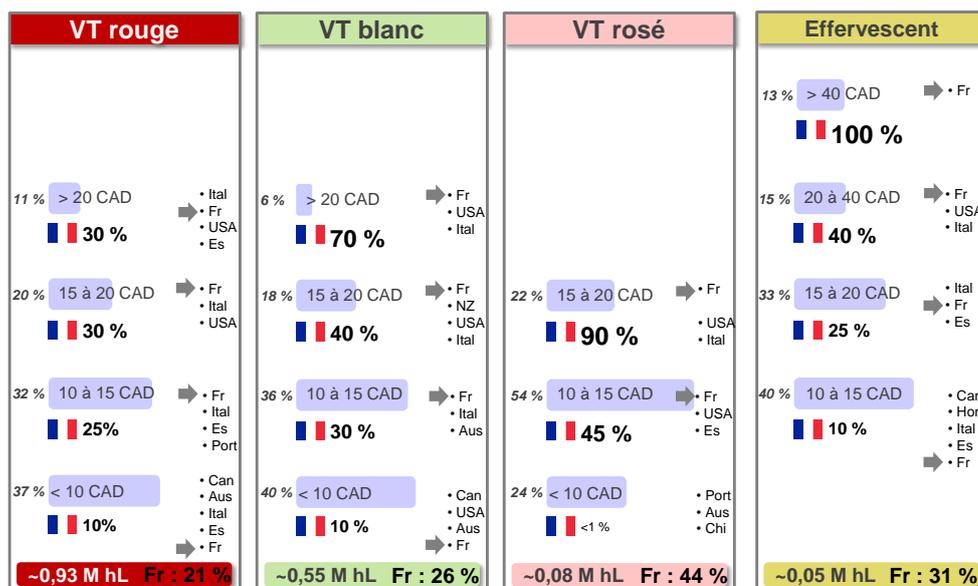
En ce qui concerne les spiritueux, seule une faible part des volumes est vendue par des cavistes agréés. Les près de 90 % restants sont distribués par les succursales et agences de la SAQ. La catégorie des spiritueux est tirée par les whiskys, rhums et gins, alors que les ventes de brandy ont reculé de 10 % depuis 2011.

Les ventes de vin réalisées au sein du réseau des succursales SAQ (400 sur l'ensemble de l'État) et agences (440 sur l'ensemble de l'État) représentent 65 % du total des ventes de vin en volume. Le



« Retail » (ventes au détail par les supermarchés et « dépanneurs »), avec plus de 9 000 points de ventes, pèse pour 20 % de ces ventes. Enfin, le circuit du CHR, avec 20 000 restaurants, se fournit majoritairement auprès de la SAQ mais peut également s'approvisionner en important en direct des vins pour densifier son offre. Le secteur CHR concentre les derniers 15 % des ventes. Néanmoins, Depuis 2011, les volumes de vin vendus au Québec ont augmenté de 5 %, en particulier en « Retail ».

Estimations des ventes de vins tranquilles (VT) en volume par tranche de prix tous circuits au Canada dans l'Etat de Québec



Source : entretiens d'après experts, 2017

Le marché du vin au Québec est le plus mature du Canada. L'offre proposée par la SAQ est très orientée vers les vins européens et français en particulier. Aussi, l'offre est très fournie sur toutes les tranches de prix, **mais 90 % des ventes se font entre 12 et 20 dollars canadiens**. La répartition des ventes est assez similaire entre les différents types de vin tranquille avec, toutefois, un cœur de gamme plus fourni pour les vins rosés et sensiblement moins de vin vendu à plus de 20 CAD.

Les vins français représentent plus de 20 % du volume total de vin commercialisé au Québec. Présents sur toutes les tranches de prix et toutes les couleurs, les vins français sont toutefois de plus en plus incontournables dans les segments de prix supérieurs et ce, pour tout type de vin.

- Sur l'entrée de gamme (<10 CAD), les concurrents les plus importants sont les vins assemblés au Canada à partir de vins locaux et importés (ICB), mais aussi les vins australiens pour les catégories rouges et blancs et les vins portugais et chiliens pour le vin rosé. Les vins mousseux canadiens représentent des volumes importants à moins de 10 dollars.
- Sur le cœur de gamme qui représente les volumes les plus importants (10 à 20 dollars canadiens), la concurrence est essentiellement italienne et californienne ; espagnole et néo-zélandaise dans une moindre mesure. La France domine largement les vins rosés. Pour les effervescents, si le gros des volumes est vendu à moins de 20 CAD, un vrai cœur de gamme existe avec des ventes entre 20 et 40 CAD qui sont assez importantes, à l'inverse d'autres marchés dans lesquels il existe un fort écart entre Prosecco et Champagne, avec peu de ventes de vins effervescents. En ce qui concerne les Prosecco, ils ont d'ailleurs connu un fort développement sur le cœur de gamme, érodant les parts de marché des Cava.



- Le haut de gamme (plus de 20 CAD), dont les volumes vendus sont plus limités, est dominé par la France, notamment sur les vins blancs. En revanche, sur cette catégorie, c'est l'Italie qui réalise le plus de ventes à plus de 20 dollars canadiens. Les Crémants et Champagne conservent une belle dynamique au-delà de 20 dollars canadiens.

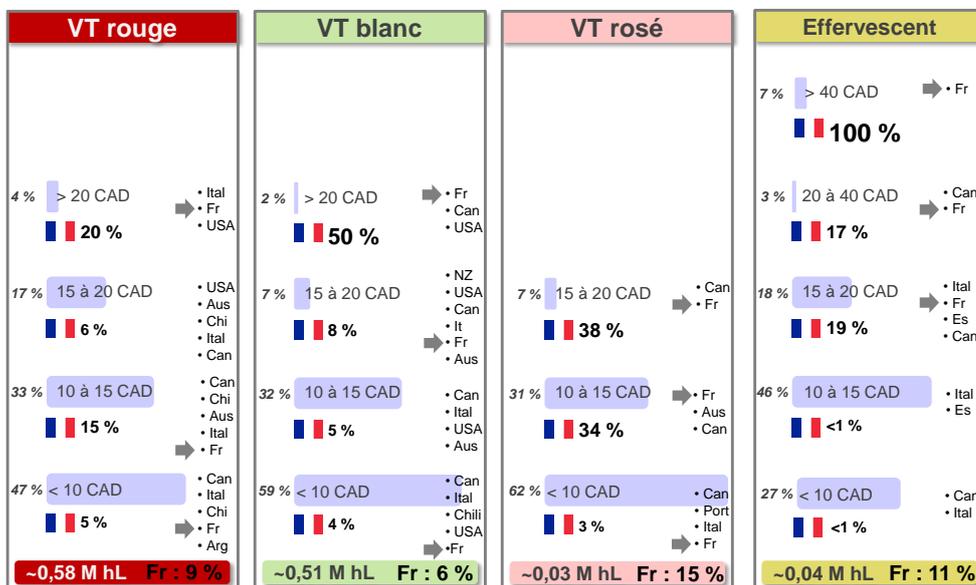
○ **Focus Ontario**

La bière est largement distribuée par les « Beer Stores », magasins chaînés déployés sur le territoire de l'Ontario. À l'inverse du Québec, les ventes de bières en Ontario progressent, portées par la popularité croissante des bières artisanales notamment.

La LCBO distribue la quasi-totalité des spiritueux : seules les boissons fabriquées en Ontario peuvent être vendues dans un nombre limité de points de vente. La catégorie des spiritueux est portée par les « coolers » (cocktail pré-mélangé : 37 % du marché) alors que la Vodka, le Rhum et le Whisky reculent.

Les succursales LCBO (654 sur l'ensemble de l'État) et agences-magasins LCBO (212 sur l'ensemble de l'État) vendent près de 75 % du volume de vin en Ontario. Les « Winery stores » (200 sur l'ensemble de l'État) et le « Retail » (290 points de vente sur l'ensemble de l'État) représentent 15 % des volumes vendus. Enfin, le circuit du CHR concentre les derniers 10 %. La croissance des ventes en Ontario est tirée par les vins locaux (+ 10,2 % entre 2015 et 2016) alors que les vins importés n'ont crû que de 3,1%. Le marché du vin en Ontario est davantage orienté vers les vins locaux et les vins américains. Les ventes de vins à Toronto (1^{ère} ville de l'État) et dans la province ontarienne sont marquées par la présence importante de vins canadiens et entrée de gamme.

Estimations des ventes de vins tranquilles (VT) en volume par tranche de prix tous circuits au Canada dans l'Ontario



Source : entretiens d'après experts, 2017

Les vins chiliens et, dans une moindre mesure, les vins australiens, sont particulièrement représentés pour toutes les couleurs et toutes les gammes de prix, ce qui confirme une orientation plus marquée vers les vins du Nouveau Monde que sur le marché québécois.

- En Ontario, la recherche d'un bon vin de cépage à prix attractif semble être le critère de choix privilégié. Ce pragmatisme se traduit par des ventes très majoritaires sur les tranches



inférieures à 15 CAD, même pour les vins effervescents (alors que le marché des vins mousseux est souvent positionné un peu plus haut de gamme). Les vins canadiens sont majoritairement consommés sur cette tranche, avec une partie notable des volumes de vins affichés comme des vins canadiens qui sont en réalité des « International Canadian Blend », à base de seulement 25 % de vin canadien.

- Les vins italiens réalisent des performances intéressantes sur les gammes entrée et cœur de gamme en vins rouges et blancs.
- Les vins français sont plus présents sur le haut de gamme des vins blancs et rouges et réalisent de belles performances sur les segments vins rosés et vins effervescents, même si les volumes sont très limités.

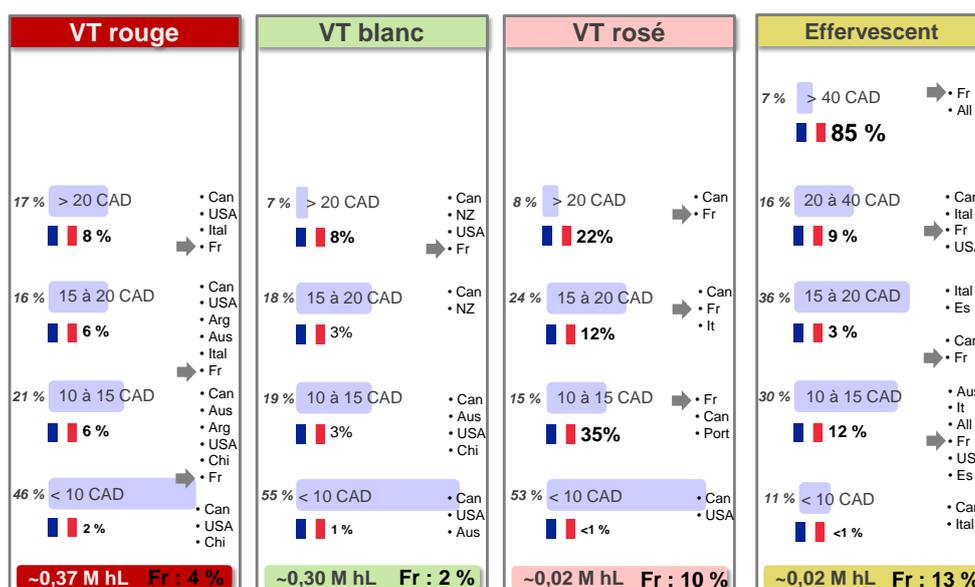
○ Focus Colombie-Britannique

Contrairement à plusieurs autres provinces canadiennes, la vente de bière reste interdite en supermarchés en Colombie-Britannique. De plus, la croissance des ventes de bière est fortement ralentie depuis 2014, avec une quasi-stagnation en 2016.

Les « liquor stores » peuvent vendre des spiritueux en Colombie-Britannique. La BCLDB est l'unique fournisseur de ces magasins et fixe un prix de gros identique pour tous les détaillants. Les spiritueux continuent d'enregistrer des taux de croissance positifs à la fois en volume et en valeur.

Comme pour les spiritueux, la vente de vin est assurée par des « liquor stores » (197 sur l'ensemble de l'État) avec 43 % des ventes, dont une partie est opérée par la BCLDB. Les autres distributeurs sont des magasins privés (651 sur l'ensemble de l'État), le plus souvent des indépendants. Les agences rurales (220 sur l'ensemble de l'État), situées au sein des épiceries en zone moins peuplées, représentent 9 % des ventes. Le circuit CHR (7 800 établissement disposant d'une licence pour vendre de l'alcool) concentre les derniers 17 %. En valeur, les vins dépassent désormais les ventes de bières.

Estimations des ventes de vins tranquilles (VT) en volume par tranche de prix tous circuits au Canada en Colombie-Britannique



Source : entretiens d'après experts, 2017



Le marché du vin en Colombie-Britannique est marqué par une certaine libéralisation et une orientation vers des vins locaux, avec une « sucrosité résiduelle » plus marquée, faciles à boire, proches des vins californiens. La BCLDB conserve alors un rôle de monopôle grossiste et des entités de vente au détail plus ou moins privées (bien qu'un grand nombre de points de vente soient directement fournis par une partie du monopole).

- Le niveau élevé des taxes provinciales explique en partie le prix élevé des vins, en particulier des vins rouges.
- La place des vins français est très limitée, y compris sur les segments les plus haut de gamme. Si les performances sont meilleures pour les vins rosés et effervescents, les volumes concernés restent faibles.
- Au contraire de l'Ontario, la présence des vins européens est globalement limitée en Colombie-Britannique. L'orientation Pacifique de la province transparaît dans les ventes de vins avec une plus forte présence des vins californiens, australiens, chiliens et néo-zélandais dans les vins blancs et des vins argentins pour les vins rouges.

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 :

- Conservant son image de valeur sûre, le vin français est malgré tout de plus en plus concurrencé par le vin italien dont la communication, tournée vers la « Dolce Vita », séduit les consommateurs. En particulier la génération Millennials, qui ne se retrouve pas dans le système d'appellations, est plus sensible à « l'expérience » de consommation et ouverte aux nouveautés (cépages, vignobles...), avec une fidélité très limitée au produit. Or, dans ce domaine, les vignobles de niche, comme la Grèce, l'Europe de l'Est, les Balkans, ... sont plus à mêmes de jouer ce rôle de découverte. C'est pourquoi les vins français doivent développer une communication plus globale davantage harmonisée entre vignobles. De plus, la diversité des vins français, leur héritage et leurs traditions, tout comme les cépages et les innovations marketing, sont des atouts sur lesquels la France doit s'appuyer.
- Le système de distribution des alcools s'assouplit progressivement avec pour conséquence, un probable élargissement de l'offre des supermarchés. Les vins français ont une carte à jouer pour proposer, à des consommateurs aux profils souvent moins connaisseurs et plus jeunes, une offre adaptée, plutôt orientée vers les cépages et la sucrosité. Il leur reste aussi à compléter leur image de valeur sûre par une présentation peut-être plus dynamique.
- À Montréal, dans le circuit CHR, on trouve plus facilement un verre de vin blanc de Grèce que de la Loire. Face à ce constat, il paraît important de ne pas consacrer l'intégralité des budgets promotionnels aux succursales SAQ, au risque de sacrifier le secteur CHR pourtant clé.

Contacts



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



Marie-Henriette IMBERTI – mhi@cniv.asso.fr